

imatype

Journal of
Graphic Design Studies

WELCOME TO GRAINS OF GLORY

Welcome to our healthy living app! We are thrilled to help you discover new and delicious ways to fuel your body with nutritious and wholesome meals.

← Activity

ONGOING ORDER

On Delivery

- 2 The Rooster
- 1 Japanese Sunrise

210.000

TRACK

How to find your Ongoing Order

To keep track of your order's status, go to the activity page and go under the ongoing orders tab

NEXT

BRONZE

Meal Plan



695.000

PROTEIN PACKER

Weekly Meal Plan
10 healthy meal for 5 days

How to order your own Meal Plan

For extra convenience by go planned ahead, order a meal 'Profile' under the home page

Search

GRAINS OF GLORY

Total Points
250

Longest Streak
14 Day

BENEFITS



New Outlet!
Opening our newest branch!

Daily Intake
302cal
/ 1569cal



At one of our events?
Check your surroundings to find Code. Scan to get points!

View Promotion



Recommendation



August 2023 | Vol. 2 | No. 2

imatype Journal of
Graphic Design Studies

ISSN 2828-4151 | E-ISSN 2828-3953

August 2023 | Vol. 2 | No. 2

imatype

Journal of
Graphic Design Studies

ISSN 2828-4151 | E-ISSN 2828-3953

Editor in Chief

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

Managing Editor

Kartika Magdalena Suwanto, S.Ds.
Universitas Pelita Harapan

Editor

Kartika Magdalena Suwanto, S.Ds.
Universitas Pelita Harapan

Reviewer

Dianing Ratri, M.Des., Ph.D.
Institut Teknologi Bandung

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

Dr. Martin Luqman Katoppo, S.T., M.T.
Universitas Pelita Harapan

Agus Adhityatama S.Sn, M.Ds.
Universitas Trisakti

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

Design

Kartika Magdalena Suwanto, S.Ds.
Universitas Pelita Harapan

Fredella Agatha, S.Ds.
Universitas Pelita Harapan

Published by

**Penerbit Fakultas Desain
Universitas Pelita Harapan**

Jl. M.H. Thamrin Boulevard 1100
Lippo Village – Tangerang
Banten 15811

Telp: +62-21-5460901

Fax: +62-21-5460910

sod.uph@uph.edu

Email

imatype@uph.edu

Website

<https://ojs.uph.edu/index.php/IMATYPE>

DG*



UPH
School of
Design

imatype

Journal of
Graphic Design Studies

ISSN 2828-4151 | E-ISSN 2828-3953

Preface

Welcome to IMATYPE: Journal of Graphic Design Studies Vol. 2 No. 2

In this edition of IMATYPE: Journal of Graphic Design Studies, Volume 2, Number 2, we embark on an insightful journey through the diverse domains of visual communication design. Within these pages, you will find a collection of articles and design studies that delve into innovative approaches, shedding light on the profound impact of design on various aspects of our lives, ranging from education to creative expression.

Our opening section presents pioneering research in the field. **“Peran Tipografi Eksperimental Terhadap Visualisasi Lagu Dalam Album Sinestesia”** examines the role of experimental typography in visualizing music within the Sinestesia album, offering a nuanced exploration of the intersection between design and music.

Education is a cornerstone of our society, and design is a critical element in enhancing the educational experience. **“Analisis Ilustrasi Buku Anak Sebagai Media Edukasi Stress dan Depresi Kepada Anak”** delves into children’s book illustrations as educational tools to address stress and depression in young minds. Furthermore, **“Analisis Desain Buku Aktivitas Stiker Tematik untuk Anak Usia Dini”** provides valuable insights into thematic sticker activity books for early childhood education.

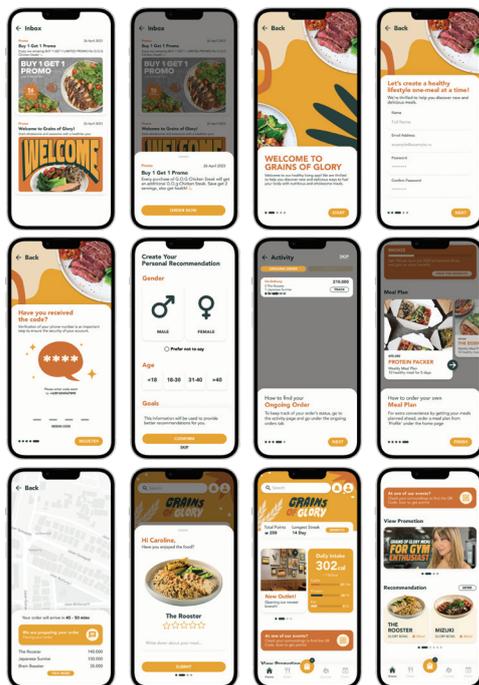
Our design projects section showcases tangible applications of design thinking. **“Perancangan Buku Ensiklopedia Anak 4D Klasifikasi Makhluk Hidup Mamalia Laut”** offers an in-depth exploration of creating a 4D encyclopedia tailored for children, focusing on marine mammals. Meanwhile, **“Perancangan Desain Kemasan Untuk Origami Coffee Filter Kaldi Kraftware”** presents a meticulous examination of packaging design for Origami Coffee Filter Kaldi Kraftware, where form harmoniously meets function. **“Perancangan Aplikasi Mobile Pembelajaran Bahasa dan Aksara Sasak untuk Pelajar Sekolah Dasar”** introduces an innovative mobile application designed to enrich the learning experiences of elementary school students in the Sasak language and script. Lastly, **“Perancangan Desain UI/UX untuk Aplikasi Restoran Makanan Sehat Grains of Glory,”** elaborates the UI & UX design for Grains of Glory mobile application.

Thus, this edition of IMATYPE is published. We hope all readers can gain new insights from this reading.

Cover Photo
August 2023 | Vol. 2 | No. 2

imatype

Journal of
Graphic Design Studies



**Perancangan Desain UI/UX untuk Aplikasi
Restoran Makanan Sehat Grains of Glory**
Caroline Heliawanto, Ellis Melini
Universitas Pelita Harapan

Table of Contents

vii Preface

ix Table of Contents

Original Articles

68 Peran Tipografi Eksperimental Terhadap Visualisasi Lagu dalam Album Sinestesia

Angel Cristina, Ferdinand Indrajaya
Universitas Pelita Harapan

Design Study

79 Analisis Ilustrasi Buku Anak sebagai Media Edukasi Stress dan Depresi kepada Anak

Hannie Shahia Aqiela, Riama Maslan Sihombing
Institut Teknologi Bandung

89 Analisis Desain Buku Aktivitas Stiker Tematik untuk Anak Usia Dini

Chara Susanti
Universitas Multimedia Nusantara

Design Projects

107 Perancangan Buku Ensiklopedia Anak 4D Klasifikasi Makhluk Hidup Mamalia Laut

Stephen Wijaya, Aprilia Kartini
Universitas Bunda Mulia

**118 Perancangan Desain Kemasan untuk
Origami Coffee Filter Kaldi Kraftware**

Yolanda Ruth Theophanie Taruli Tumilisar,
Brian Alvin Hananto, Lorentius Calvin
Universitas Pelita Harapan

**129 Perancangan Desain UI/UX untuk Aplikasi
Restoran Makanan Sehat Grains of Glory**

Caroline Heliawanto, Ellis Melini
Universitas Pelita Harapan

**156 Perancangan Aplikasi Mobile Pembelajaran Bahasa
dan Aksara Sasak untuk Pelajar Sekolah Dasar**

Nur Annisa Tazkia, Dicky Hidayat, Diena Yudiarti
Universitas Telkom

Peran Tipografi Eksperimental Terhadap Visualisasi Lagu dalam Album Sinestesia

Angel Cristina

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain
Universitas Pelita Harapan
angellcristinaa@gmail.com

Ferdinand Indrajaya

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain
Universitas Pelita Harapan
ferdinand.indrajaya@uph.edu

Diterima: Juni, 2023 | Disetujui: Juli, 2023 | Dipublikasi: Agustus, 2023

ABSTRAK

Tipografi dalam lingkup Desain Komunikasi Visual umumnya dipahami sebagai medium komunikasi dalam bentuk kumpulan karakter huruf yang dikomposisikan sedemikian rupa untuk menyampaikan pesan. Pesan yang disampaikan tidak hanya bersifat informatif, dimana tipografi hanya diposisikan sebatas instrumen (sebagai susunan kata) yang berfungsi untuk menjelaskan medium komunikasi visual lainnya seperti ilustrasi atau fotografi. Tipografi juga dapat dipahami lebih dari sekedar susunan teks penjelas gambar (baik secara ilustratif atau fotografis). Keberadaannya dapat dipahami sebagai medium visual yang dramatis dan ekspresif. Sebagaimana dikatakan oleh Rob Carter, anatomi dari bentuk tipografis dapat dieksplorasi lebih jauh dengan tujuan mencapai wujud yang lebih ekspresif. Pendekatan eksploratif ini diterapkan untuk menantang kembali pandangan tradisional dalam tipografi yang instrumental dan fungsional. Pengolahan bentuk, ruang, tekstur, dan warna dalam tipografi dieksplorasi untuk melampaui pemahaman tradisional tersebut. Eksplorasi tipografis semacam ini biasanya dipahami dalam tajuk tipografi eksperimental. Upaya eksperimental ini akan diterapkan pada proyek perancangan ulang album *Sinestesia*, dimana tipografi berdialog dengan lagu sebagai konten tanpa melupakan peran untuk mengkomunikasikan pesannya. Tahapan proses perancangan visual akan mengacu pada metode perancangan Robin Landa.

Kata Kunci: Tipografi, Tipografi Eksperimental, Desain Grafis, Lagu.

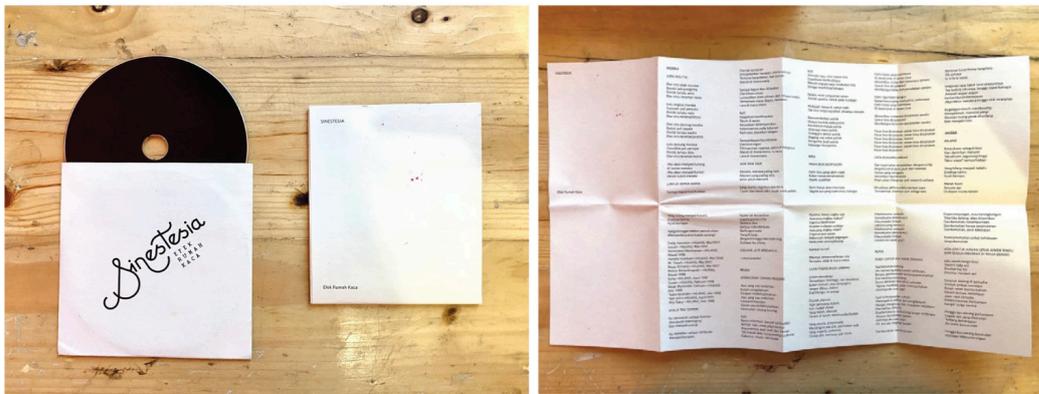
PENDAHULUAN

Tipografi adalah studi yang mempelajari mengenai bentuk dari huruf dan juga penyusunannya dalam berbagai media (Landa 2011, 44). Dalam program studi desain grafis, tipografi memiliki peran penting dalam mencapai keberhasilan suatu desain untuk mengkomunikasikan pesan di dalamnya. Rob Carter mengatakan bahwa tipografi dapat dieksplorasi secara lebih ekspresif. Studi mendasar tentang anatomi dari bentuk huruf dapat dieksplorasi lebih jauh dengan tujuan mencapai bentuk tipografis yang lebih ekspresif dan belum diwujudkan sebelumnya (Carter 1997, 24). Berdasarkan pandangan Heskett bentuk-bentuk tipografis bisa memiliki kekuatan untuk merepresentasikan makna lebih ekspresif secara visual (Heskett, 2005). Dalam upaya menguji batasan-batasan dan kaidah-kaidah pemahaman yang ada, penulis berharap menemukan kemungkinan ekspresi lain dari tipografi diluar pemahaman umum atau tradisionalnya. Penulis akan melakukan eksperimen bentuk anatomi tipografi dan mengeksplorasinya secara lebih jauh tanpa meninggalkan prinsip dan kaidah-kaidah desain yang ada. Eksperimen bertujuan

untuk mewujudkan presentasi yang lebih ekspresif dari tipografi sebagai hasil eksplorasi bentuk dan ruangnya. Tujuan ini sekiranya akan dicapai dengan menggali kembali ide, prinsip, dan teknik tipografi yang telah menjadi tradisi. Eksplorasi tipografis semacam ini dapat dipahami sebagai sebuah pendekatan tipografis secara eksperimental.

Pada prinsipnya tipografi memiliki hal-hal mendasar dalam pengaplikasiannya pada suatu komposisi. Prinsip-prinsip dasar tersebut yaitu keseimbangan (*balance*), harmoni, ritme, repetisi, *movement*, hirarki, kesatuan. Hal-hal mendasar ini dipahami paralel dengan terminologi-terminologi musik, sebagaimana ditunjukkan oleh Frank Armstrong dalam tulisannya yang berjudul *Hearing Type*. Armstrong dalam tulisannya, menunjukkan adanya kedekatan relasi antara tipografi dan musik. Ia menyatakan bahwa, “*Typography is often described in musical terms: we speak about its rhythm, pacing, and the relationships between positive and negative space*“. Persoalan tentang ritme, kelajuan, relasi antara ruang positif dan negatif, tidak hanya merupakan persoalan yang dipedulikan oleh musik, namun juga tipografi. Berpijak pada pandangan Armstrong tersebut, eksplorasi tipografis dalam proyek tugas akhir yang akan dipaparkan oleh makalah ini, juga tidak terlepas dari relasinya dengan musik. Musik yang dimaksudkan adalah musik dari lagu-lagu yang membangun album Sinestesia. Arti dari liriknya sendiri akan dianalisis melalui teori Semiotika dari Charles Sanders Peirce.

Tipografi dalam album Sinestesia eksisting sendiri diterapkan secara fungsional dalam arti tradisionalnya, sebagaimana dipahami dalam tipografi modern. Aspek *legibility* lebih mendominasi tampilan visualnya. Hal ini dapat diamati dalam pemilihan *typeface* dan *grid system* yang diterapkannya (*column grid*). Dalam konteks proyek perancangan ini, makna dari lirik lagu dan komposisi musik akan turut mempengaruhi eksplorasi bentuk-bentuk tipografis. Aspek *readability* dan tampilan yang lebih ekspresif akan mendominasi perancangan baru yang ditawarkan.



Gambar 1 Album Sinestesia dan Buku Lirik Lagu (Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022)

KAJIAN TEORI

Tipografi

Tipografi adalah studi tentang huruf sebagai karakter yang dibangun dengan mengeksplorasi bentuk ruang negatif. Dalam lingkup desain, tulisan yang tersusun dari huruf merupakan sebuah bentuk (Landa, 2013). Pertimbangan dalam peletakan tipografi dalam suatu ruang berdasarkan dari konteksnya menurut Landa yaitu *type selection*, *typeface pairings* dan *design concept*. Selain itu, kekuatan dari tipografi sendiri adalah keberadaannya yang dapat dialami secara visual dan audio ketika dibaca (Carter, 1985: 112).

Tipografi Eksperimental

Berbicara mengenai 'tipografi eksperimental', kata eksperimental sendiri menunjuk pada upaya pengujian atau upaya pembaharuan dari sebuah ide, teknik, ataupun prinsip yang sudah baku. Dalam konteks tipografi, ketika kita membicarakan mengenai tipografi eksperimental, secara umum berbicara mengenai upaya untuk 'lepas' dari kaidah-kaidah atau prinsip-prinsip tipografi modern (Choi, 2019). Tipografi eksperimental memberikan kesempatan kepada desainer untuk melakukan eksplorasi lebih jauh dari bentuk dan ruang tipografis secara berbeda; berbeda dengan prinsip-prinsip yang berlaku dalam tipografi modern. Dimana cara ini menjadi solusi dalam pemecahan masalah tipografi yang seringkali membatasi ruang desainer untuk mengeksplorasi bentuk tipografis di luar kaidah-kaidah tradisional yang ada (Carter 2015, 61).

Teori Visualisasi Musik dari Frank Armstrong

Tipografi dan musik memiliki relasi antara satu dan lainnya, hal ini dituliskan oleh Frank Armstrong dalam tulisannya berjudul *Hearing Type* (2003). Suara diproduksi dari objek yang bergetar, gelombang transmisi yang bergerak melalui udara sebagai penghubungnya. Telinga kita mampu menangkap adanya gelombang tersebut yang kemudian disalurkan menjadi sinyal yang dipahami oleh otak. Kumpulan suara yang tidak beraturan akan dipahami menjadi *noise*.

Frank Armstrong menuliskan terdapat koneksi dalam terminologi tipografis dan musik (Armstrong, 2005), yaitu:

1. Unit dasar dari suara adalah nada, dalam lingkup visual, nada setara dengan *pixel*.
2. Kurangnya suara atau nada, dalam waktu pada ruang mengkomposisikan musik, setara dengan ruang tanpa elemen visual pada medium visual.
3. Dalam lingkup musik dan tipografi *tension* yang diciptakan melalui elemen yang kontras, atau jarak antar elemen memberikan kesan pergerakan dan kedalaman.
4. *Grid* dalam musik digunakan untuk menjadi kerangka dalam menyusun jarak antar nada dalam waktu. Dalam tipografi *grid* digunakan untuk memberikan struktur visual dalam menciptakan komposisi.

Sebuah suara memiliki empat sifat: amplitudo (*amplitude*), durasi, nada (*pitch*), dan warna nada (*timbre*). Secara kualitatif sifat-sifat tersebut memiliki kesetaraan dengan elemen tipografis:

1. Amplitudo (gelombang suara yang diukur dalam desibel) adalah keras dan lembut suara yang dihasilkan dari nada. Melalui kontras, ukuran dan berat suatu huruf dalam tipografi amplitudo dapat tergambarkan.
2. Durasi (*beat per minute*) adalah tempo nada dan hening yang berada di dalam waktu. Di dalam tipografi durasi digambarkan melalui jarak antar huruf yang menciptakan suatu gerak yang lambat ataupun cepat.
3. *Pitch* (frekuensi nada dalam *waveform* yang diukur dalam *hertz*) menjelaskan mengenai nada yang tinggi atau rendah dan berat atau ringan dalam musik. Permainan *opacity* dan peletakan tipografi dalam ruang mempengaruhi persepsi visual untuk menggambarkan *pitch*.
4. *Timbre* (warna nada) merupakan membedakan nada yang tercipta antara satu instrumen dengan instrumen lainnya. Dalam tipografi warna nada bisa digambarkan dengan jenis *typeface* dan warna.

Dalam menciptakan komposisi musik, terdapat interaksi antara nada. Nada-nada dikomposisikan berdasarkan tiga aspek dasar yaitu irama, melodi, dan harmoni. Dalam lingkup komposisi tipografis sendiri, hal ini serupa dengan:

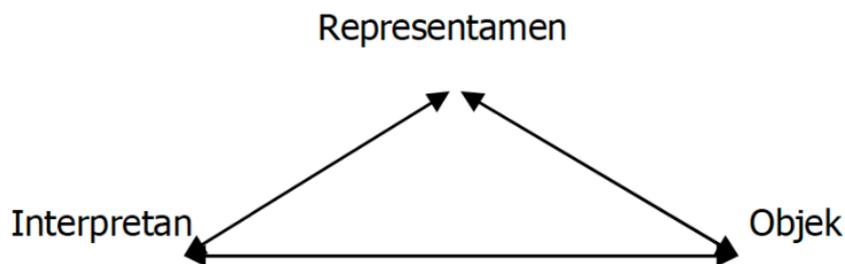
1. Irama adalah pola yang terbentuk dari *rest* antara nada. Selain itu, pola juga tercipta dari nada dengan aksentuasi pendekatan tekanan yang berbeda. Musisi bernama Wynton Marsalis mengatakan "*No motion, no rhythm. No rhythm, no music*" (Jânsiley CF Trompete, 2015). *Motion* memiliki pengaruh dalam musik dan

- tipografi. Irama di dalam tipografi, dapat terlihat dengan menggunakan kontras dari garis, kelebaran, bentuk, perbedaan *x-height* dan variasi bentuk *counter*.
2. Melodi berasal dari adanya dimensi kedua dari nada dalam suatu rangkaian irama. Dimensi yang berlapis memberikan musik dengan bentuk kompleksitas yang lebih organis. Dalam tipografi, melalui sintaksis penyusunan dalam suatu ruang dapat menjadi lebih *fluid* ataupun terputus sesuai dengan melodi yang divisualisasikan.
 3. Harmoni adalah beberapa nada (orientasi vertikal) dan modulasi interval antar nada melalui suatu waktu yang menciptakan tekstur planar dua dimensi. Kerapatan antara nada dan interval menciptakan motion secara vertikal ataupun horizontal. Dalam tipografi, harmoni direpresentasikan dengan variasi *leading* antara kolom yang berdekatan.

Teori Analisis Lirik Lagu

Dalam mengkaji makna dari lirik lagu dalam album Sinestesia, penelitian ini akan menggunakan teori semiotika Charles Sanders Peirce. Peirce, melalui teori Semiotikanya, mengkategorikan tanda sebagai ikon, indeks, dan simbol. Berikut dibawah ini adalah penjabaran singkat dari masing-masing kategori tanda tersebut.

1. Ikon adalah bentuk secara fisik yang menjadi penanda berdasarkan keserupaan antara representasi bentuk tersebut dengan apa yang direpresentasikannya (Sobur, 2003: 158). Sebagai contoh batu, gelas, dll.
2. Indeks merupakan tanda yang berasal dari hubungan sebab akibat antara dan petanda. Secara sederhana, sebagai contoh indeks yaitu asap menjadi penanda bahwa adanya api. Jika tidak ada sebab dan akibat maka indeks tidak akan terbentuk.
3. Simbol adalah tanda yang menjadi penghubung antar penanda dan petanda, hubungan ini tercipta atas dasar kesepakatan masyarakat. Simbol mampu merepresentasikan makna diluar wujud yang menjadi simbolik. Contohnya seperti bentuk bunga sebagai simbol, dimana bunga dimaknai bukan dari bentuknya, namun makna yang dihasilkan seperti cantik, wangi, indah, sementara.



Gambar 2 Teori Trikotomis Charles S. Peirce (Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022)

Teori Sejarah Tipografi

David Carson

David Carson merupakan seorang seniman dan desainer grafis yang dikenal dengan inovasinya dalam eksperimen tipografi dan desain. Carson melakukan eksperimen dalam menemukan kemungkinan ekspresi dalam subjek visualnya. Selain proyek komersial dengan gaya yang inovatif, ia juga memiliki pendekatan eksperimental dengan tipografi. Tipografi yang diolah olehnya, selalu terlihat tidak beraturan, *misleading*, dan kacau, namun hal ini menjadi bagian dalam desainnya untuk merepresentasikan kesan, emosi, dan rasa sebagai pesan yang ingin disampaikan. Dalam mengeksplorasi bentuk tipografis, Carson

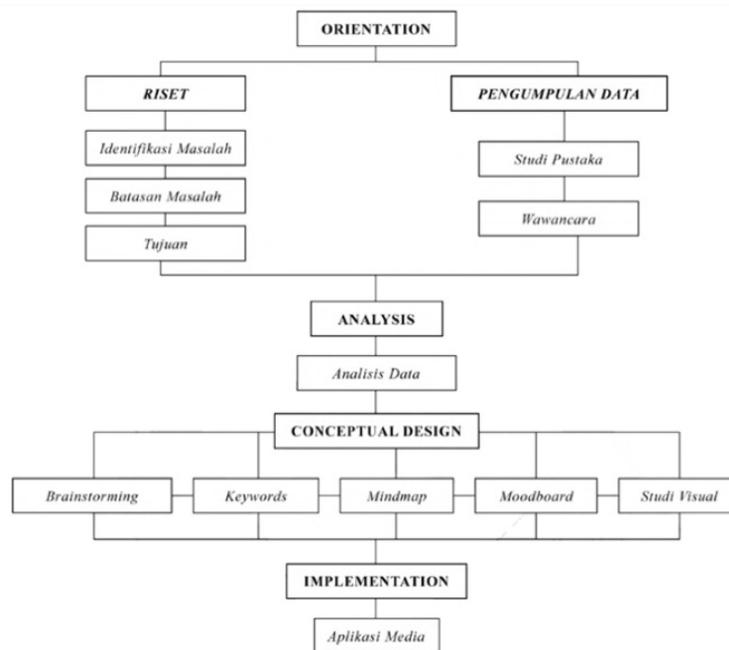
menggunakan teknik *overlapping type*, *width and size combination*, kombinasi rotasi, *fragmenting*, serta menjadikan *images* sebagai *background* (Carter, 1997). Carson juga mendekonstruksi sistem *grid* tradisional dalam mengolah rancangan visualnya. Sistem *grid* tradisional yang mencakup sistem *grid* manuskrip, kolom, dan modular (Samara, 2005).

Filippo Marinetti

Filippo Tommaso Marinetti merupakan seorang penyair, penulis, dan pelopor gerakan Futurisme awal abad kedua puluh. Marinetti dan para pengikutnya menulis puisi yang eksplosif dan emosional bertemakan tentang kehidupan pada masa itu. Para penulis di era ini mengekspresikan tulisannya menggunakan pengolahan tipografi sebagai media komunikasi. Bentuk-bentuk tipografis tidak hanya diolah untuk melayani penyampaian pesan, namun pengolahannya adalah pesannya itu sendiri. Revolusi tipografi ini diaplikasikan dengan ide melawan tradisi klasik dalam memvisualisasikan puisi (Heller and Seymour, 2014). Pengolahan bentuk tipografis dari Marinetti identik dengan anatomi huruf yang diletakkan lebih-lebihkan. Teknik yang digunakan olehnya yaitu *combination typeface*, *diagonal type*, *combination weight*, *combination proximity*, *dissonant*, *fragmenting*, dan *distortion* (Carter, 1997). Dalam menciptakan komposisi tipografi pada suatu ruang, Marinetti menerapkan apa yang dilabeli oleh Samara sebagai *Linguistic Deconstruction grid* (Samara, 2005).

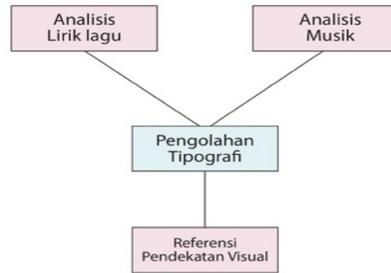
METODOLOGI

Berdasarkan 5 tahapan dari metodologi Robin Landa, kelima tahapan tersebut mencakup beberapa proses yang telah dilalui. Pada tahap *orientation*, diawali dengan melakukan riset dan pengumpulan data untuk mendapatkan landasan perancangan dan pengumpulan data-data yang dibutuhkan. Hasil riset dan pengumpulan data kemudian dianalisis di tahap berikutnya. Hasil analisis kemudian menjadi dasar untuk masuk kedalam tahap perancangan.



Gambar 3 Diagram Tahap Perancangan (Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022)

Dalam proses mengeksplorasi pengolahan tipografi dalam memvisualisasikan lagu menjadi suatu karya, metode yang digunakan adalah sebagai berikut.



Gambar 4 Diagram Tahap Eksplorasi Visual (Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022)

PEMBAHASAN

Hasil perancangan diawali dengan eksplorasi visual yang dilandasi dari hasil analisis lirik lagu dan musik. Pada tahap ini, diawali dengan hasil analisis lirik lagu dan hasil eksplorasinya. Hasil analisis beserta dengan eksplorasinya akan ditunjukkan setelahnya.

Eksplorasi Visual Lagu Merah “Lara Dimana-mana”

Analisis Lirik Lagu

Ikon yang terdapat dalam bait – bait lirik lagu Lara Dimana-mana adalah “*Keajaiban dan khayalan taruh di awan*” dapat diartikan “tidak usah berharap”.

Indeks yang terdapat dalam bait – bait lirik lagu Lara Dimana-mana adalah sebab yang memberikan akibat “*Lara dimana-mana*”. Akibat dari perilaku masyarakat yang membiarkan para politikus menyebabkan kehancuran.

Visualisasi Lirik Lagu

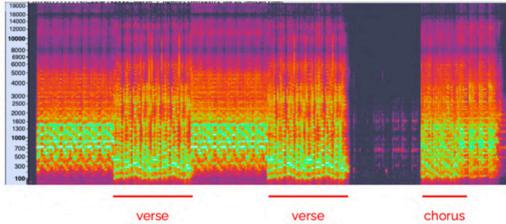
Tabel 1 Visualisasi Lirik Lagu (Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023)

Ikon	Taruh di Awan	
Indeks	Lara Dimana-mana	

Analisis Musik

Tabel 2 Hasil Analisis Musik (Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023)

Amplitudo	
Durasi	64 BPM - <i>Larghetto</i> — sedikit lambat (60–66 BPM)

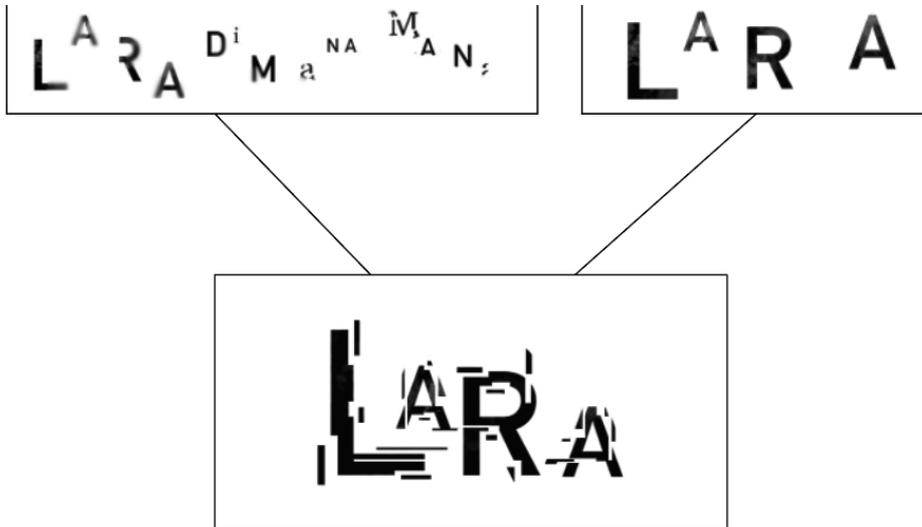
Nada	100 - 1100hz 
Warna Nada	Penyanyi utama laki - laki dengan latar vokal perempuan (sebenarnya tidak ada karena hanya berdasarkan vokal).
Irama	Terdapat repetisi interval yang menciptakan gelombang naik turun dengan nada yang lebih tinggi pada bagian chorus.

Visualisasi Musik

Tabel 3 Visualisasi Musik (Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023)

Amplitudo	L ^A R A
Durasi	L A R A
Nada	L ^A R A
Warna Nada	L A r A
Irama	<p>Sampai kapan ... <i>ikhlas kan</i> ... <i>dihancurkan</i> Sampai kapan <i>kau retakan</i> <i>kering</i> .. dihadap jiwa <i>raga</i> .., seluruh hidupnya</p> <p><i>kau biatkan</i> .., tak berdaya Sampai kapan <i>harap</i>, <i>sakit</i> ..</p> <p><i>kau biatkan</i> .., tak berdaya Sampai kapan <i>harap</i>, <i>sakit</i> ..</p>

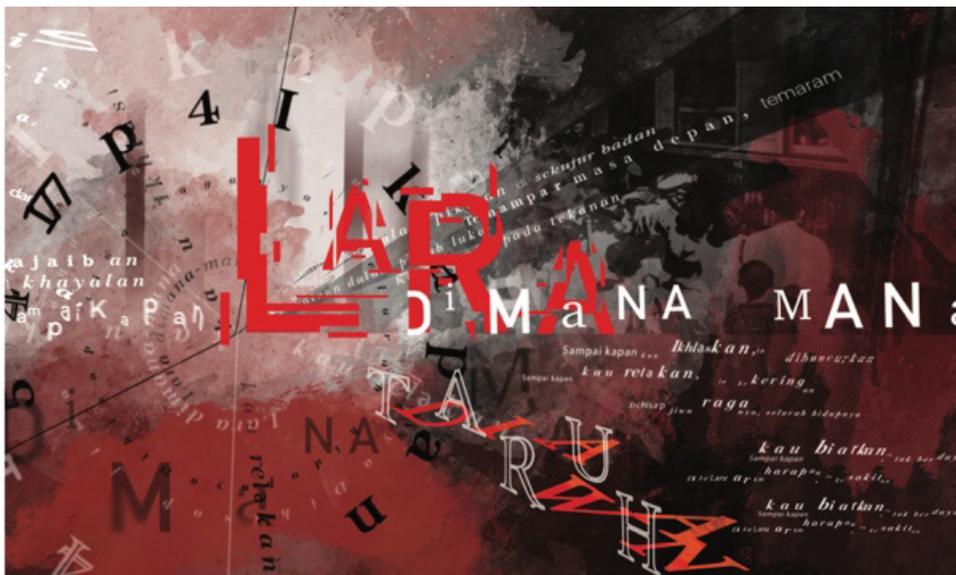
Berdasarkan hasil visualisasi lirik lagu dan visualisasi musik, kedua hasil tersebut kemudian dikolaborasikan untuk mendapatkan pengolahan tipografis yang mampu merepresentasikan maknanya.



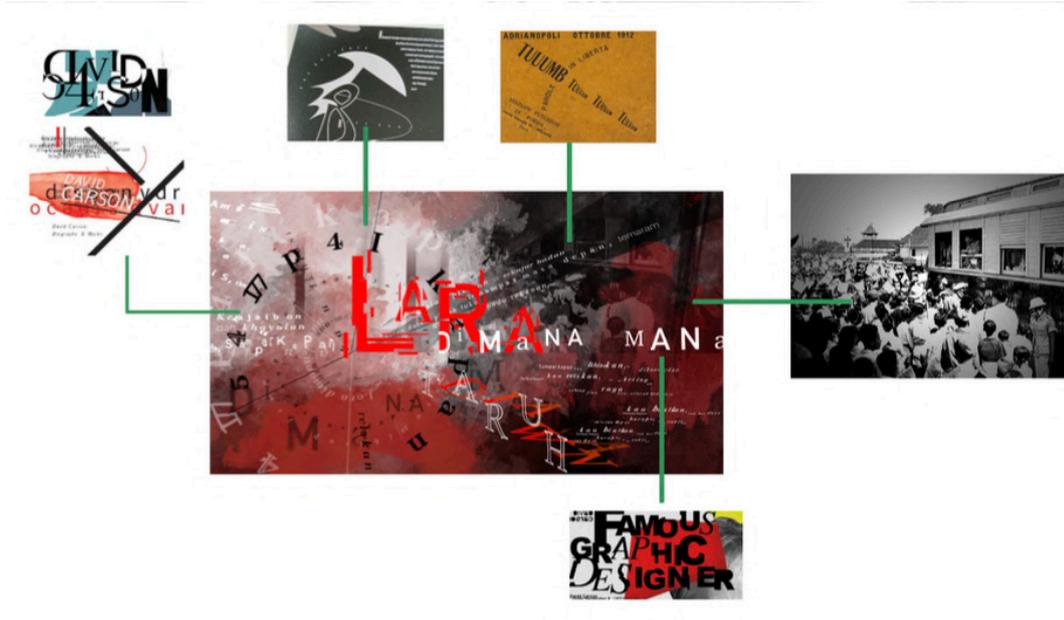
Gambar 4 Skema Kolaborasi Visualisasi Lirik Lagu dan Visualisasi Musik
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023)



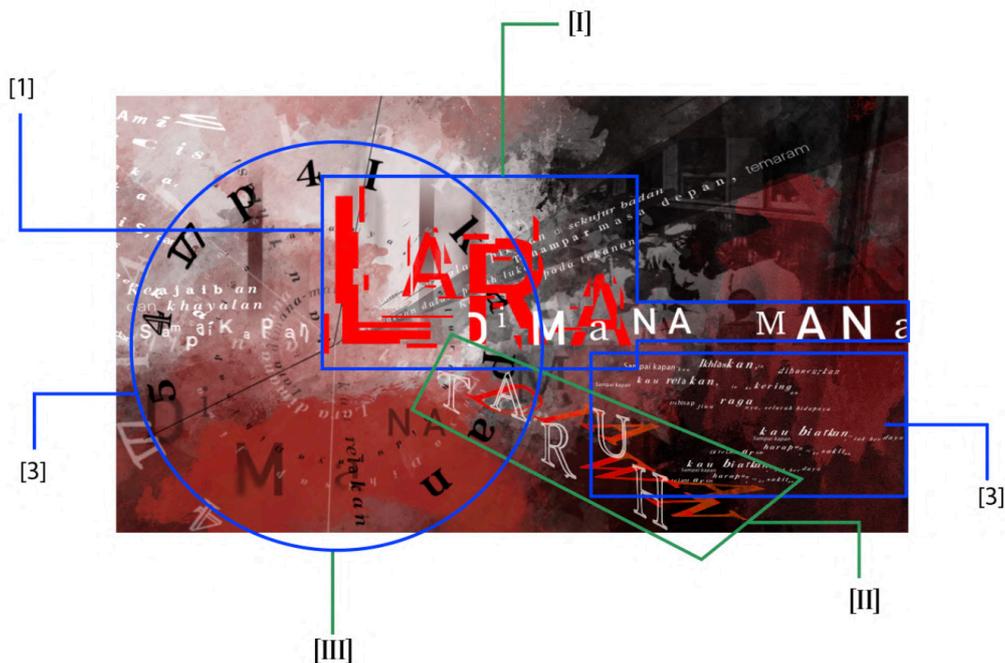
Gambar 5 Alternatif Visual “Lara Dimana-mana” (Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023)



Gambar 6 Desain Final (Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023)



Gambar 7 Sumber Penciptaan Karya (Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023)



Gambar 8 Penjelasan Visual (Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023)

Berdasarkan tahap yang telah dilalui pengolahan tipografis berdasarkan visualisasi dari musik yang ditandai dengan numerikal pada visual diatas, dijelaskan sebagai berikut:

1. Pergerakan musik dengan turun-naik nada, sehingga berpengaruh pada amplitude dan *pitch* yang dihasilkan juga memiliki gelombang turun-naik. Maka, penulis merancang penataan huruf dengan ukuran berbeda dan turun-naik dalam ruang visual.

2. Nada rendah dan ringan pada lirik “sampai kapan” divisualisasikan dengan kerning yang berjauhan antar huruf.
3. Dengan tempo 64 BPM yang sedikit lambat, frekuensi yang ringan dan gelombang turun naiknya, maka lirik pada visual dirancang dengan kombinasi *size* dan variasi *leading*.

Berdasarkan tahap yang telah dilalui pengolahan tipografis berdasarkan visualisasi dari lirik yang ditandai dengan *roman numeral* pada visual diatas, dijelaskan sebagai berikut:

1. Pada tipografi “Lara”, *typeface* diolah dengan menggunakan klasifikasi *sans-serif* yang difragmentasi dengan potongan berbentuk geometris untuk merepresentasikan makna dari konten.
2. Visual dari “Taruh di awan” diletakan pada bagian bawah komposisi untuk merepresentasikan gaya bahasa satir yang digunakan ERK dalam lirik.
3. Pengolahan tipografi “sampai kapan” menggunakan pendekatan tipografi yang menggambarkan waktu yaitu dengan ikon jam. Pengolahan ini dilakukan untuk mengedepankan konten serta mendukung kekuatan visual secara keseluruhan. Untuk menjaga peran komunikatif tipografi, penulis juga menggandakan kalimat “sampai kapan”.

SIMPULAN & REKOMENDASI

Kesimpulan

Dari proses perancangan yang telah dijalankan, konklusi yang dapat ditarik adalah bahwa musik dan tipografi dengan kompleksitas yang berbeda ternyata memiliki relasi antara satu dan lainnya. Hasil akhir dari setiap prosesnya menghasilkan karya yang di luar ekspektasi penulis. Penulis mendapatkan banyak hal-hal baru, mulai dari pengetahuan lebih tentang tipografi eksperimental, perkembangan studi terkait lagu, visual, dan ilmu pengetahuan lainnya serta pengalaman yang belum pernah didapatkan oleh penulis sebelumnya.

Rekomendasi

Dalam perancangan ini penulis mendapati keterbatasan waktu yang kurang sesuai dengan proyek. Sehingga permasalahan ini membuat musik yang dianalisis hanya pada batas harmoni vokal. Guna mencapai keberhasilan perancangan, pentingnya pemahaman yang mendalam dari konten yaitu lirik dan musik, sehingga penulis merekomendasikan untuk mempersiapkan waktu yang sesuai sehingga pengaplikasian hasil analisis dari musik dan lirik terhadap eksplorasi visual dapat memperkaya perancangan di kemudian hari.

DAFTAR PUSTAKA

Armstrong, F. (2014, September 17). *Hearing type*. Academia.edu. Retrieved November 28, 2022, from https://www.academia.edu/8363811/Hearing_Type

Carter, R. (1997). *Working with Computer Type*. Mies, Switzerland: RotoVision.

Carter, Rob, Phillip B. Meggs, Ben Day, Sandra Maxa, and Mark Sanders. (2015). *Typographic Design: Form and Communication*. 6th ed. New Jersey: Wiley.

Choi, J. (2019, March 09). About the professor. Retrieved September 26, 2022, from <https://wp.nyu.edu/typesofartspring2019/2019/03/09/on-aesthetic-and-postmodern-typography/>

Gosling, E. (2019, January 14). Turns out graphic design should be heard as much as seen. Retrieved September 26, 2022, from <https://eyeondesign.aiga.org/why-type-should-be-heard-as-much-as-seen/>

Heskett, J. (2005). *Design*. Oxford, New York: Oxford University Press.
Seddon, T. (2014). *20th century design: A decade-by-decade exploration of graphic style*. HOW Books.

Heller, Steven, and Gail . A. (2014). *The Typographic Universe*. New York: Thames & Hudson.

Jânsiley CF Trompete. (2015, June 2). *Why Toes Tap Marsalis On Music vol1* [Video file]. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=ToQAFM4KGTw>

Landa, R. (2006). *Graphic design solutions*. Thomson Delmar Learning.

Samara, T. (2005). *Making and Breaking the Grid: A Graphic Design Layout Workshop*. 1st ed. Rockport Publisher.

Analisis Ilustrasi Buku Anak sebagai Media Edukasi Stress dan Depresi kepada Anak

Hannie Shahia Aqiela

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain,
Institut Teknologi Bandung
hannieshahiaa@gmail.com

Riama Maslan Sihombing

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain,
Institut Teknologi Bandung
Riamamaslan@gmail.com

Diterima: Oktober, 2022 | **Disetujui:** November, 2022 | **Dipublikasi:** Agustus, 2023

ABSTRAK

Stress dan depresi pada anak seringkali tidak disadari dan diabaikan, terlebih karena anak belum paham mengenai stress dan depresi dan belum mengenal gejalanya. Edukasi stress dan depresi kepada anak harus dilakukan dengan cara yang ringan, menyenangkan, dan mudah dipahami, salah satunya melalui media buku anak yang tidak terlepas dari ilustrasi buku anak. Bahasa visual pun menjadi penting dalam pembuatan ilustrasi buku anak. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis Bahasa visual dalam ilustrasi buku anak yang mengangkat tema stress dan depresi dengan studi kasus buku anak berjudul *Balloons for Papa* guna menghasilkan suatu kesimpulan yang kedepannya dapat diaplikasikan dalam perancangan buku anak bertema stress dan depresi.

Kata Kunci: Stress, Depresi, Buku Anak, Bahasa Visual

PENDAHULUAN

Stress dan depresi adalah suatu respon emosional yang dialami seseorang akibat adanya tekanan dalam jumlah besar dan dalam jangka waktu tertentu. Stress dan depresi dapat disebabkan oleh berbagai factor internal dan eksternal. Pekerjaan, keluarga, lingkungan sekitar, dan masalah dalam hubungan social. Stress dan depresi dapat dialami oleh orang dewasa, remaja, bahkan anak. Setiap rentang usia tertentu memiliki penyebab dan respon yang berbeda terhadap stressor. Masalah mental ini seringkali tidak disadari dan diabaikan, terutama pada usia anak, terlebih mereka belum paham mengenai stress dan depresi dan belum mengenal gejalanya. Mereka mungkin menyadari perubahan yang tidak mengenakkan pada perasaan dan badan mereka, tetapi tidak memahami apa yang sedang mereka alami dan bagaimana mengatasi, menceritakan, atau meminta bantuan kepada orang lain. Tingginya jumlah anak-anak yang mengalami stress dan depresi, maka edukasi mengenai masalah mental ini dan bagaimana mengatasinya menjadi penting agar stress dan depresi pada anak dapat ditangani dengan tepat, dan mencegah terjadinya dampak yang lebih serius dari stress dan depresi yang tidak ditangani. Edukasi kepada anak tentunya harus dilakukan dengan cara yang ringan, menyenangkan, dan mudah dipahami, terlebih jika topik atau tema yang diangkat merupakan topik yang berat. Salah satu media yang dapat digunakan untuk edukasi kepada anak adalah buku anak. Buku anak dapat menjadi media edukasi yang efektif untuk memperkenalkan stress dan depresi kepada anak dengan pendekatan yang ringan dan menyenangkan.

Buku anak tentunya memiliki kaitan yang erat dengan ilustrasi. Ilustrasi dalam buku anak merupakan salah satu factor utama dalam penyampaian cerita. Dikutip dari Al-Hinaai (2010), Waymack dan Hendrickson menemukan bahwa “anak lebih memilih buku dengan lebih dari dua puluh lima persen bagian berupa gambar” (Stewig, 1972). Pada umumnya, kebanyakan anak memahami kode piktorial jauh lebih mudah daripada memahami kode verbal karena kode pictorial lebih “langsung” (Hall, 1990). Menurut Paris dan Paris (2001), gambar memiliki peran signifikan untuk anak mendapatkan ide dari sebuah teks dan memahaminya. Mereka menyebutkan bahwa anak melihat gambar pada buku terlebih dahulu sebelum membac teks, sehingga mereka mendapat ide utama dari teks melalui pandangan pertama mereka terhadap gambar. Ilustrasi pada buku anak dapat memudahkan anak dalam mencerna topik yang dibawakan buku tersebut, terutama jika topik yang dibawakan merupakan topik berat seperti stress dan depresi.

Ilustrasi pada buku anak berperan penting dalam menarik perhatian dan mempertahankan atensi tersebut selama membaca. Dikutip dari Al-Hinaai (2010), gambar dapat meningkatkan kenikmatan dari teks (Segun, 1988) dan peran utama dari gambar atau ilustrasi adalah untuk melengkapi buku (Hall, 1990). Ilustrasi yang menarik dalam buku anak dapat membuat anak bertahan membaca buku tersebut hingga selesai, sehingga keseluruhan cerita dapat tersampaikan sebagai satu informasi yang utuh.

Pentingnya peran ilustrasi dalam buku anak membuat Bahasa visual pada ilustrasi tersebut menjadi penting dalam penyampaian cerita. Menurut Hladikova (2014), Bahasa visual pada *picture book* terdiri atas hubungan antara teks dan gambar, pengembangan karakter, *layout*, alur cerita, warna dan gaya ilustrasi.

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis gaya ilustrasi dan penyampaian cerita dalam buku anak yang mengangkat topik stress dan depresi guna menghasilkan suatu kesimpulan yang kedepannya dapat diaplikasikan dalam perancangan buku anak bertema stress dan depresi.

KAJIAN TEORI

Artikel ini membahas buku *Balloons for Papa* dengan memperhatikan aspek-aspek visual yang diobservasi menggunakan teori Bahasa visual pada buku anak milik Hana Hladikova dan Samiya Nasser Al Hinaai:

1. *Color choice and style*
2. *Story flow*
3. *Layout*
4. *Character Development*
5. *Relationship between text and image*

METODOLOGI

Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif berupa studi kasus dengan objek penelitian berupa buku anak berjudul *Balloons for Papa* oleh Elizabeth Gilbert Bedia dan Erika Meza dan studi pustaka.

Buku *Balloons for Papa* menceritakan tentang seorang anak bernama Arthur yang melihat perubahan sikap dan emosi pada ayahnya sejak ibu sang anak dirawat di rumah sakit. Ia melihat sang ayah kehilangan senyumnya. Saat mereka akan menjenguk sang ibu, Arthur melihat penjual balon di taman yang mereka lewati. Arthur meminta Papa membelikannya balon, Papa yang sedang bersedih pun menolak. Hari berikutnya Arthur kembali meminta balon, dan ayahnya kembali menolak. Hal ini terjadi berulang kali hingga suatu pagi, sang anak melihat balon-balon yang diinginkannya tersangkut di atas pohon di depan

rumahnya. Papa mengambil balon-balon tersebut. Arthur memberikan beberapa balon tersebut kepada ayahnya dan mengembalikan senyum Papa yang hilang.

Buku *Balloons for Papa* dianalisis menggunakan teori Visual Language yang diambil dari *Children's Book Illustrations: Visual Language of Picture Books* oleh Hana Hladikova (2014). Bahasa Visual terdiri atas (1) *color choices and style*, (2) *story flow*, (3) *layout*, (4) *character development*, dan (5) *relationship between text and image*.

PEMBAHASAN

Colour choices and style

Buku *Balloons for Papa* menggunakan warna abu-abu sebagai warna dominan, baik untuk karakter, objek-objek pendukung, maupun latar. Dikutip dari Hladikova (2014), seringkali terdapat beberapa warna yang muncul berulang kali dalam keseluruhan buku, dengan warna-warna lain sebagai pelengkap (Finn, 2013). Pendekatan ini menyediakan suatu kontinuitas dan perasaan utuh dalam buku (Hladikova, 2014). Warna-warna pada buku *Balloons for Papa* terbatas dengan abu-abu sebagai warna utama dan dominan yang mengikat keseluruhan ilustrasi dalam buku sebagai sebuah kesatuan, dan warna-warna yang lebih cerah –merah, kuning, jingga, ungu, dan biru –pada balon. Balon sebagai objek utama dalam cerita diberi warna yang kontras dari warna utama agar terlihat menonjol dan menjadi *focal point* dalam cerita. Hal ini dapat mengarahkan mata pembaca kepada balon, meskipun balon tersebut diletakkan pada pinggir halaman.



Gambar 1 Spread 4 (Sumber: <https://youtu.be/5N8QV7qPcpo>)

Objek lain yang menggunakan warna yang kontras dengan warna abu-abu yang dominan adalah sepatu kuning yang digunakan tokoh Arthur.



Gambar 2 Tokoh Arthur (Sumber: <https://youtu.be/5N8QV7qPcpo>)

Sepatu kuning Arthur menjadi pembeda antara tokoh tersebut dengan tokoh-tokoh lain dalam cerita. Sepatu kuning Arthur dapat menjadi *focal point* untuk tokoh tersebut – terlebih ia adalah salah satu tokoh utama – hingga pembaca dapat dengan mudah mengikuti gerak-gerik sang tokoh. Sepatu kuning tersebut juga membantu karakter Arthur agar tidak “tenggelam” dengan warna serupa yang mengisi hampir keseluruhan halaman, dan tetap terlihat saat berada di sebelah tokoh Papa, terlebih proporsi Arthur hanya setengah dari proporsi Papa.

Warna seringkali menyampaikan luapan emosional dari sebuah gambar, “seperti lukisan yang dibuat dengan *tone* warna abu-abu untuk mengekspresikan kesuraman atau ketidakbahagiaan” (Lies, 2013). Salah satu hasil dari respon anak terhadap ilustrasi adalah merubah suasana hati sang anak menurut warna pada gambar (Al-Hinaai, 2010). Warna abu-abu menyampaikan kepada pembaca tentang perasaan tokoh Papa dan bagaimana ia melihat dunia di sekelilingnya saat ia mengalami depresi ketika ibu Arthur terbaring di rumah sakit: tidak berwarna dan suram. Selain itu, warna abu-abu juga menunjukkan latar cuaca yang mendung. Sedangkan warna balon yang cerah dan kontras dengan abu-abu menunjukkan karakteristik objek tersebut yang kontras pula dengan atmosfer yang dibawakan. Warna cerah pada balon merupakan simbol dari rasa semangat dan harapan, dan balon-balon tersebut membawakan rasa bahagia pada tokoh utama, Arthur, sesuai dengan narasi “*but balloons made Arthur smile*”.

Warna-warna cerah digunakan pada bagian akhir cerita. Warna karakter, objek, dan latar belakang diwarnai sepenuhnya dengan warna cerah untuk menggambarkan perasaan tokoh Papa yang mulai membaik.



Gambar 3 Spread Berwarna (Sumber: <https://youtu.be/5N8QV7qPcpo>)

Warna pelangi pada *spread* berwarna yang memiliki warna dominan kuning dapat dikaitkan dengan perasaan bahagia yang dirasakan tokoh Papa setelah Arthur memberikan balonnya kepada Papa, terlebih pelangi tersebut digambarkan seolah keluar dari punggung tokoh Papa.

Gaya ilustrasi

Gambar tidak boleh dibuat terlalu abstrak hingga tidak dapat dipahami anak-anak. Sebagai contoh, gambar harus mewakili bentuk suatu objek secara utuh, bukan setengahnya (Al-Hinaai, 2010). Ilustrasi pada buku *Balloons for Papa* menyederhanakan bentuk dan mengurangi detail pada latar. Sebagai contoh, gambar pohon pada keseluruhan ilustrasi digambar dengan tidak mendetail, begitu pula bangunan dan gedung-gedung pada latar.



Gambar 3.1 dan 3.2 Detail Garis pada Objek (sumber <https://youtu.be/5N8QV7qPcpo>)

Story Flow

Alur cerita pada buku anak tidak hanya dibawakan melalui teks, tetapi bagaimana memvisualisasikan alur cerita tersebut melalui gambar dengan memperhatikan (illustration contents). Dikutip dari Hladikova (2014), dorongan untuk membalik halaman dapat berkurang jika gambar terasa repetitif dalam hal bentuk, warna, atau ukuran. Tiap *spread* harus dirancang dengan mempertimbangkan hubungan antara halaman sebelum dan sesudahnya, dan hubungan dengan aliran buku secara keseluruhan (Salisbury, 2004). Warna yang digunakan dalam ilustrasi pada buku ini sangat repetitive dan terbatas, tetapi aliran cerita dibantu menggunakan unsur-unsur lain dalam gambar. Salah satu *spread* menempatkan potongan balon pada pinggir kanan halaman sebagai *foreshadow* –isyarat –bahwa penjual balon akan muncul pada halaman selanjutnya.



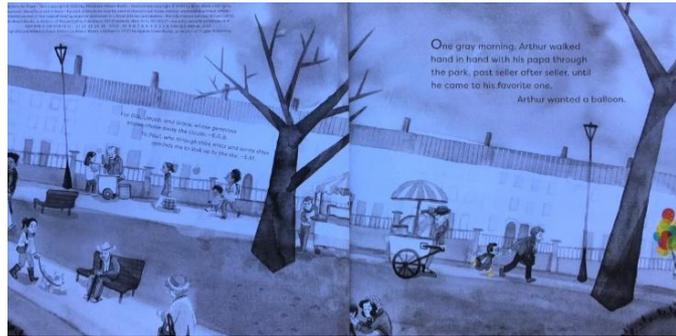
Gambar 4.1 dan 4.2 *Spread* dengan *Foreshadow* (Sumber: <https://youtu.be/5N8QV7qPcpo>)

Pada beberapa halaman dan *spread*, arah jalan Arthur dan Papa membantu membawakan alur cerita. Tokoh Papa pada gambar 4.2 yang berada di pinggir kanan halaman dan menghadap atau berjalan ke kanan dapat membangun rasa penasaran pembaca tentang tujuan tokoh tersebut, dan memancing pembaca untuk meneruskan ke halaman selanjutnya.

Layout

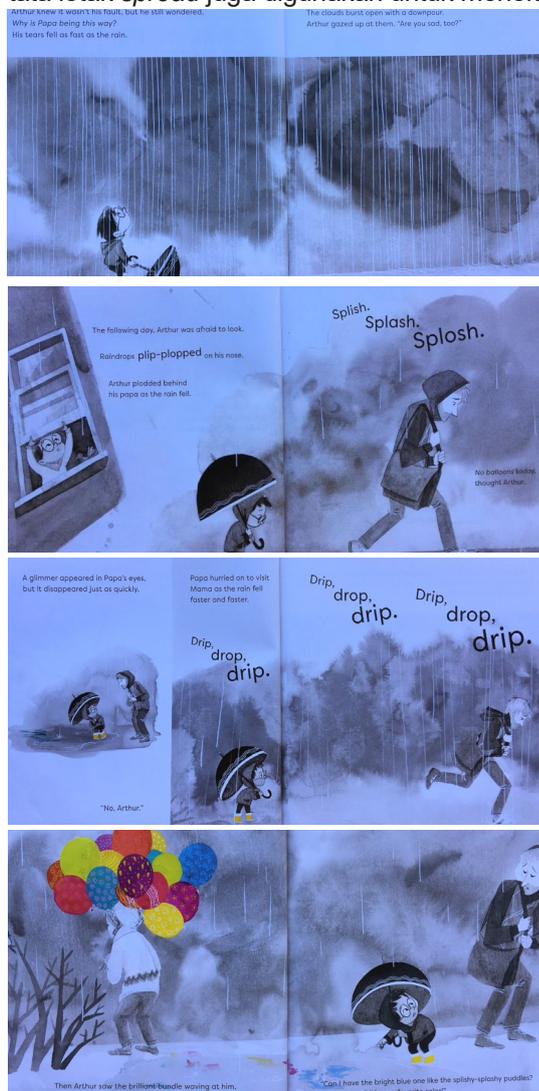
Tata letak gambar atau *layout* dan teks berkaitan erat dengan alur cerita. Secara keseluruhan, buku *Balloons for Papa* menggunakan dua jenis *layout*, yaitu *spread* –ilustrasi memenuhi dua halaman –dan *single page* –ilustrasi hanya memenuhi satu halaman saja.

Tata letak *spread* digunakan untuk memperlihatkan adegan atau suasana secara utuh dan memperkenalkan dunia atau lingkungan sang tokoh. *Spread* pertama buku *Balloons for Papa* memperlihatkan latar tempat keseluruhan kejadian dalam cerita berlangsung.



Gambar 5 Tata Letak Spread (Sumber: <https://youtu.be/5N8QV7qPcpo>)

Sebagian besar tata letak gambar dan teks pada halaman-halaman berikutnya masih menggunakan *layout spread*, meskipun latar tempat dan kejadian digambarkan lebih dekat dan terfokus. Penggunaan tata letak *spread* juga digunakan untuk menekankan adegan tertentu.



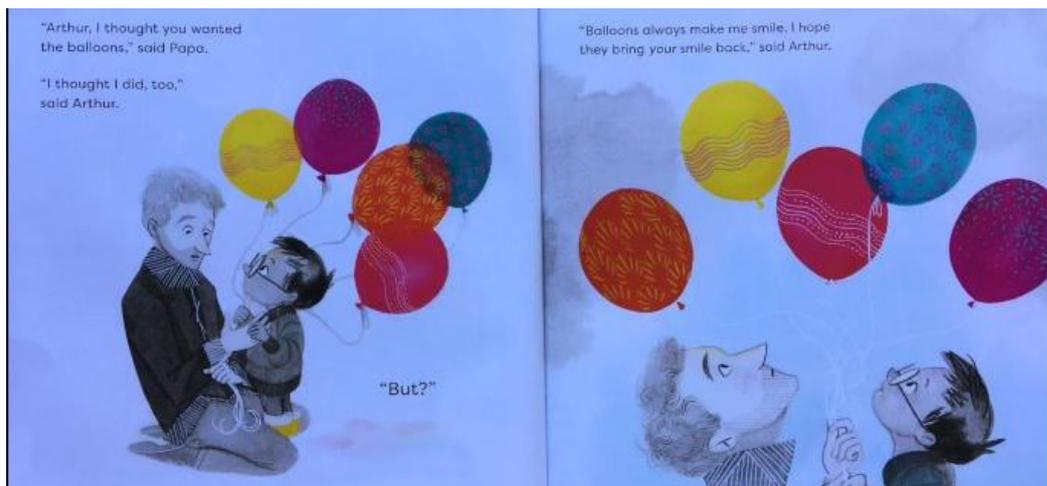
Gambar 6.1, 6.2, 6.3, 6.4 Penggunaan Spread untuk Menekankan Adegan Tertentu.

(Sumber: <https://youtu.be/5N8QV7qPcpo>)

Pada gambar 6, diperlihatkan bahwa Arthur dan Papa sedang berjalan dari rumah menuju

rumah sakit, dimana Arthur berjalan dibelakang Papa. Setelah Papa menolak membelikan Arthur balon, tokoh Papa digambarkan semakin jauh dari Arthur. Pada *spread* berikutnya, tokoh Arthur digambarkan di halaman terpisah dari tokoh Papa – Arthur pada halaman sebelah kiri, Papa di halaman kanan –dan pada *spread* berikutnya, Arthur tertinggal sendiri di belakang. Tata letak ini menekankan perasaan sedih Arthur akibat perubahan sikap pada ayahnya, dan memperkuat terlihatnya kegundahan Arthur yang membuatnya berjalan lebih lambat dari sang ayah.

Tata letak *single page* digunakan pada beberapa halaman terakhir. Halaman-halaman ini memusatkan fokus kepada gestur, ekspresi, dan interaksi antara tokoh Arthur dan Papa. Tata letak *single page* ini menekankan pada percakapan kedua tokoh yang merupakan bagian resolusi dari cerita.



Gambar 7 Tata Letak *Single Page* (Sumber: <https://youtu.be/5N8QV7qPcpo>)

Buku ini diakhiri dengan tata letak *spread* dengan menggunakan warna- warna cerah. Halaman ini menunjukkan latar tempat di rumah sakit, dan menunjukkan tokoh Arthur dan Papa pada akhirnya mengunjungi rumah sakit dengan suasana hati yang lebih baik.



Gambar 8 Tata Letak *Spread* pada Halaman Terakhir
(Sumber: <https://youtu.be/5N8QV7qPcpo>)

Character Development

Karakter merupakan unsur penting yang membawakan cerita dalam buku anak. Buku *Balloons for Papa* menampilkan dua tokoh utama, sang anak yang diberi nama Arthur, ayahnya yang dipanggil dengan sebutan “Papa”, dan beberapa tokoh sekunder: Mama, ibu dari tokoh Arthur, dan penjual balon. Membuat karakter yang dapat dipercaya sangat penting untuk keberhasilan setiap buku bergambar, terutama karena sebagian besar buku bergambar kontemporer dibawakan oleh karakter (Hladikova, 2014). Karakter yang dapat dipercaya dapat dibentuk dari keunikan karakter, keberagaman ekspresi pada tokoh, dan gestur tokoh yang berbicara.



Gambar 9 Tokoh Papa dan Arthur (Sumber: <https://youtu.be/5N8QV7qPcpo>)

Karakter Papa digambarkan menggunakan celana panjang, sepatu, kemeja dan jaket, dengan leher berbalut syal dan membawa tas selempang. Rambut karakter Papa berwarna putih dan pendek, dengan jenggot pada wajahnya. Sedangkan Arthur digambarkan dengan proporsi setengah dari karakter Papa, dengan pakaian yang lebih sederhana, syal panjang, dan kacamata. Kedua karakter menunjukkan stereotip seorang ayah dan anak. Dikutip dari Hladikova (2014), stereotip berguna – bahkan esensial – dalam mengkomunikasikan karakter (Ursell, 2013). Ekspresi sedih pada karakter Papa dengan alis yang mengangkat keatas, mata yang mengarah kebawah, dan bibir melengkung keatas, dengan gestur yang selalu agak membungkuk menggambarkan kesedihan dan depresi yang sedang dialaminya.



Gambar 10.1 dan 10.2 Gestur Tokoh Papa (Sumber: <https://youtu.be/5N8QV7qPcpo>)

Karakter Arthur digambarkan dengan gestur yang lebih ekspresif.



Gambar 13.1 dan 13.2 Gestur Tokoh Arthur Sumber: <https://youtu.be/5N8QV7qPcpo>

Dikutip dari Al-Hinaai (2010), bagaimana gambar merepresentasikan karakter membuat anak sebagai pembaca menyukai atau tidak menyukai karakter tersebut, dan karakter yang baik selalu ditunjukkan dengan cara yang menyenangkan (Marshall, 1988).

Relationship Between Text and Image

Secara keseluruhan, buku ini menggunakan dua jenis hubungan antara teks dan gambar, yaitu (1) hubungan *symmetry*, dimana makna gambar sesuai dengan makna teks, dan (2) hubungan *complementary*, dimana teks memperdalam makna gambar.



Gambar 11 Hubungan *Symmetry* (Sumber: <https://youtu.be/5N8QV7qPcpo>)

Contoh penggunaan hubungan *symmetry* terdapat pada gambar 14. Ilustrasi menunjukkan tokoh Arthur sedang memegang balon. Bagian teks menjelaskan gambar bahwa Arthur memegang beberapa balon dengan erat di satu tangan dan mengulurkan beberapa balon lainnya kepada Papa. Penggunaan hubungan *complementary* dapat dilihat dalam salah satu spread dimana gambar menampilkan Arthur yang sedang menatap ke langit dibawah hujan, dengan teks menjelaskan isi pikiran sang tokoh.



Gambar 15 Hubungan *Complementary* (Sumber: <https://youtu.be/5N8QV7qPcpo>)

SIMPULAN & REKOMENDASI

Stress dan depresi adalah suatu respon emosional yang dialami seseorang akibat adanya tekanan dalam jumlah besar dan dalam jangka waktu tertentu. Masalah mental ini seringkali tidak disadari dan diabaikan, terutama pada usia anak, sehingga edukasi kepada anak mengenai masalah mental ini dan bagaimana mengatasinya menjadi penting.

Salah satu media yang dapat digunakan untuk edukasi kepada anak adalah buku anak. Ilustrasi pada buku anak tidak terlepas dari unsur-unsur Bahasa visual: *colour choices and style, story flow, layout, character development*, dan *relationship between text and image*. Dalam buku *Balloons for Papa*, warna yang digunakan adalah dominan abu-abu untuk menggambarkan kesedihan dan depresi, dan halaman-halaman berwarna di bagian akhir cerita. Gaya ilustrasi yang digunakan sederhana, dengan alur cerita yang disampaikan melalui teks dan elemen-elemen ilustrasi yaitu *layout, character development*, dan hubungan antara teks dan gambar. Elemen-elemen visual tersebut membantu dalam menyampaikan pesan kepada anak, terlebih topik yang diangkat oleh buku *Balloons for Papa* termasuk topik yang berat, yaitu depresi.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Hinaai, S.N. (2010). "What is the Importance and Impact of Illustrations in Children's Books?" A investigation into children's responses to illustrations.

Hladíková, H. (2014). Children's Book Illustrations: Visual Language of Picture Books. CRIS - Bulletin of the Centre for Research and Interdisciplinary Study, 2014(1), 19–31. <https://doi.org/10.2478/cris-2014-0002>

Lynch-Brown, C; Tomlinson, C.M. (1993). "Essentials of Children's Literature" (ISBN 0-205-28136-2)

Poquiz, J. L. (n.d.). Depression in Children and Adolescents.

Ruffin, N. (n.d.). Children and Stress: Caring Strategies to Guide Children.

Analisis Desain Buku Aktivitas Stiker Tematik untuk Anak Usia Dini

Chara Susanti

Universitas Multimedia Nusantara
chara.susanti@lecturer.umn.ac.id

Diterima: Januari, 2023 | Disetujui: Maret, 2023 | Dipublikasi: Agustus, 2023

ABSTRAK

Anak usia dini membutuhkan stimulasi yang tepat untuk perkembangan kognitif, sosial, emosional, dan fisik. Proses belajar anak usia dini adalah dengan bermain sambil belajar, sehingga aktivitas anak harus disiapkan yang menyenangkan dan dengan tingkat kesulitan yang sesuai bagi anak. Usborne merupakan penerbit yang berbasis di Inggris dengan spesialisasi buku anak edukatif. Penulis memilih 5 judul buku aktivitas stiker tematik untuk anak usia dini yang diterbitkan Usborne antara tahun 2019 sampai 2021 dengan tema yang beragam. Kelima buku dianalisis dengan metode penelitian kualitatif, metode penelitian visual yang terdiri dari analisis deskriptif, analisis konten, dan analisis konteks. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pertimbangan apa saja yang terwujud pada rancangan buku aktivitas stiker tematik untuk anak usia dini.

Kata Kunci: Buku Aktivitas, Stiker, Visual, Anak Usia Dini

PENDAHULUAN

Masa anak usia dini umur 2-6 tahun adalah masa kritis untuk perkembangan kognitif, sosial, emosional, dan fisik sang anak. Demi perkembangan otak yang maksimal, dibutuhkan lingkungan yang mendukung stimulasi, nutrisi yang baik, dan interaksi sosial dengan pendamping yang perhatian (Unicef, 2022).

Aktivitas anak usia dini harus disiapkan yang menarik, menyenangkan, dan tingkat kesulitannya sesuai dengan perkembangan anak. Kegiatan anak bermain sambil belajar dapat dilakukan dalam kegiatan sehari-hari dengan peralatan yang sudah tersedia di rumah maupun dengan menyediakan bahan atau peralatan khusus yang disesuaikan dengan kebutuhan aktivitas anak seperti mainan edukatif, peralatan menggambar, maupun buku cerita. Salah satu fasilitas yang bisa dimanfaatkan untuk aktivitas anak adalah buku stiker. Melakukan aktivitas bermain dengan stiker dapat melatih kemampuan motorik dan kognitif anak. Melatih kemampuan motorik halus dengan menjumput atau mengelupas stiker, koordinasi kedua tangan, dan mengatur kekuatan tangan. Melatih kemampuan kognitif lewat mengidentifikasi stiker diawali dengan *visual scanning* dengan memilih stiker mana yang mau dikelupas lalu memikirkan stiker tersebut akan ditempel di mana (Beck, 2015). Buku aktivitas stiker menjadi media yang multifungsi karena buku membuat anak terbiasa dengan literatur dalam bentuk buku, aktivitas mengelupas dan menempel stiker melatih motorik halus, gambar yang indah serta instruksi yang jelas membuat aktivitas menjadi menarik dan menyenangkan bagi anak.

Penerbit Usborne, penerbit independen berbasis di Inggris sejak tahun 1973 yang berfokus menerbitkan buku anak terutama anak usia dini, yang dapat menggugah anak lewat desain buku yang hidup, menarik, penuh warna, dan indah agar anak dapat belajar sambil terhibur (Usborne, 2020). Menurut *website* Usborne yang diakses pada Januari 2023 ada 260 judul buku stiker tematik yang aktif dijual dan 11 judul buku aktivitas stiker yang akan terbit. Dari 260 judul buku tersebut, 235 diantaranya untuk anak usia 3-5 tahun ke atas dan 25 judul

buku untuk 6-7 tahun ke atas. Setiap judul buku aktivitas stiker tersebut memiliki sebuah tema spesifik atau disebut juga tematik. Hal ini menunjukkan betapa Penerbit Usborne sangat produktif dan berkomitmen dalam memproduksi buku aktivitas stiker untuk anak usia dini. Buku terbitan Usborne Publishing dapat diakses di berbagai belahan dunia termasuk di Indonesia.

Di antara tahun 2019-2021, dipilih sampel 5 buah judul buku untuk usia 3 tahun ke atas yang memiliki tema berbeda. Tema pengetahuan bahasa dalam buku *Little First Stickers ABC*, kehidupan sehari-hari dalam *First Sticker Book Mealtime*, aktivitas fisik & sosial dalam *First Sticker Book Sports Day*, pengetahuan umum alam dalam buku *Little First Stickers Aquarium*, dan pengetahuan tokoh & karakter dalam buku *Little First Stickers Funny Faces*. Saat mendesain buku aktivitas stiker, ilustrator dan desainer buku sudah merencanakan gambar stiker yang dirancang untuk di tempel di mana, namun keputusan akhir diberikan kepada pengguna, di mana stiker akhirnya ditempel. Tantangan bagi ilustrator dan desainer buku bekerja sama dengan pembuat konten, bagaimana mendesain buku aktivitas stiker tematik yang dapat dipahami, edukatif, dan memberi keleluasaan kreatif untuk anak usia dini.

Kelima buku aktivitas stiker tematik terbitan Usborne ini dikaji dengan analisis karya visual secara kualitatif dengan tahapan analisis deskriptif, analisis konten, dan analisis konteks kemudian disimpulkan untuk mengetahui pertimbangan desain yang dilakukan untuk menghasilkan media aktivitas anak usia dini.

KAJIAN TEORI

Anak dalam enam tahun pertama dalam kehidupan memiliki cara belajar yang berbeda dibanding dengan orang dewasa. Montessori menyebut anak memiliki *absorbent mind*, yaitu secara tidak sadar menyerap informasi dari lingkungannya dengan kecepatan tinggi. Apa yang terekam dalam pikiran anak akan memengaruhi perkembangannya di masa yang akan datang sehingga setiap pengalaman awal sangat penting (Britton, 2017). Otak akan terus berkembang bila seseorang mendapatkan makanan yang tepat, cukup tidur, dan stimulasi. Semakin banyak pengalaman yang dialami anak, semakin berkembang pula pikirannya. Orang tua perlu membantu otak anak menjadi lebih terintegrasi agar anak dapat memanfaatkan kapasitas sumber daya mental secara maksimal (Siegel & Bryson, 2021).

Anak akan bertumbuh dengan baik dalam suasana yang menantang sesuai porsi mereka. Tantangan untuk anak dimulai dari aktivitas sehari-hari di rumah, orang tua perlu sangat mengamati perkembangan dan minat anak agar bisa menyesuaikan ide aktivitas berikutnya. Anak menyukai kemahiran, mereka akan mengulang suatu keterampilan sampai mereka menguasai. Aktivitas harus disesuaikan dengan kemampuan anak. Jika terlalu sulit, anak bisa menjadi frustrasi. Jika aktivitas menarik, anak dapat melakukan aktivitas dengan konsentrasi, dalam durasi panjang, dan melakukannya dengan perasaan senang. Kalau apa yang dikerjakan berhasil, anak mendapatkan kepuasan dan kepercayaan dirinya meningkat (Davies, 2019). Orang tua perlu mendukung tumbuh kembang anak dengan memberi fasilitas dan mendorong anak untuk bermain, menghargai pemahaman yang bertahap, dan memaklumi kesalahan agar anak dapat merasakan kepuasan belajar sesuai langkah kecilnya (Piroddi, 2018). Anak dapat belajar secara mandiri jika mengerjakan aktivitas yang disukai, menyelesaikan aktivitas, dan menemukan kesalahannya sendiri saat mengerjakan aktivitas tersebut (Britton, 2017). Tipe aktivitas anak usia dini yaitu koordinasi mata dan tangan, musik dan gerak tubuh, kegiatan sehari-hari, seni dan kerajinan, dan bahasa (Davies, 2019).

Istilah bermain bagi anak adalah aktivitas terpilih yang menyenangkan, sukarela, berguna,

dan spontan. Bermain dapat bersifat kreatif, melibatkan diri dalam memecahkan masalah, mempelajari keterampilan sosial, bahasa, dan fisik. Bermain sangat penting untuk anak karena akan membantu belajar gagasan baru dan menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari untuk beradaptasi secara sosial, mengatasi masalah emosional untuk permainan peran imajinatif. Mengembangkan konsentrasi anak dengan memberi aktivitas yang sesuai dengan kemampuan anak, anak akan kehilangan minat ketika aktivitasnya terlalu sulit atau terlalu mudah (Britton, 2017)

Prinsip kegiatan anak usia dini yang edukatif adalah belajar sambil bermain sehingga diperlukan kegiatan yang dapat memberikan pengalaman yang menyenangkan. Masa anak usia dini adalah masa emas untuk penanaman nilai karakter dan kemampuan dasar. Berdasarkan kurikulum Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) 2013, program pengembangan anak mencakup agama dan moral, fisik motorik, kognitif, bahasa, sosial emosional, dan seni yang semuanya diwujudkan dalam konteks bermain. (Heryanto, 2019) Dalam perkembangan anak, bermain merupakan kegiatan yang sama penting seperti kebutuhan hidup lainnya. Bermain dapat mengendurkan ketegangan, meningkatkan eksplorasi, dan mempercepat perkembangan kognitif. Anak dapat berlatih menemukan metode pemecahan masalah yang berguna untuk perkembangan fisik dan mental. Istilah “belajar sambil bermain” berarti secara tidak langsung anak akan belajar hal baru saat bermain. Prinsip bermain untuk anak usia dini diantaranya mendidik dan bermanfaat, menarik, relevan, sederhana, dan aman. Bentuk mainan yang lucu, sifat permainan yang jenaka, permainan yang unik, akan membuat anak tertarik. Bentuk dan cara bermain yang bervariasi membuat anak tidak bosan. (Wartisah, 2016)

Jenis bermain pada pendidikan anak usia dini meliputi: Bermain sensorimotor, bermain peran, bermain pembangunan. Bermain sensorimotor mempertebal sambungan sel-sel syaraf khususnya pada organ otak anak usia dini. Bermain peran merupakan kegiatan belajar yang mengubah lingkungan fisik menjadi simbol. Bermain peran makro, yaitu ketika anak memerankan dirinya sendiri menjadi seseorang atau sesuatu. Bermain peran mikro, anak menyusun cerita atau adegan dengan menggerakkan objek yang dimainkan. Bermain pembangunan, yaitu menggunakan bahan untuk diolah menjadi ide dan karya simbolik. Bahan bermain pembangunan ada yang bersifat cair atau bahan alam seperti krayon atau adonan, dan ada juga bahan pembangunan yang terstruktur yaitu bahan yang sudah tersedia seperti balok dan *puzzle*. (Wartisah, 2016)

Orang tua dan pendidik perlu berperan aktif menentukan permainan yang bermanfaat bagi perkembangan anak. Dalam konteks pendidikan, dalam menjalankan aktivitas mencakup lima kegiatan saintifik yaitu mengamati, menanyakan, mengumpulkan informasi, mengasosiasikan, dan mengomunikasikan agar dapat memberikan stimulus bagi perkembangan anak (Heryanto, 2019). Dalam menyampaikan pengetahuan kepada anak dapat mengaitkan dengan aktivitas dalam keseharian atau mengambil materi dari sumber lain untuk dibahas dengan anak. Salah satu pendekatan yang dilakukan dapat berupa *thematic teaching*, mengajarkan anak satu tema spesifik, diwujudkan dalam berbagai informasi agar anak dapat mengaitkan informasi karena contoh-contoh yang dibahas. (Solomon, 2021)

Tampilan ilustrasi pada buku untuk anak usia dini adalah elemen terpenting untuk stimulasi pengelihatannya dan bahasa. Montessori menyarankan pertama kali anak dikenalkan bentuk objek atau binatang, diberi gambar realistik agar anak paham objek sebenarnya lalu bisa dilanjutkan dikenalkan gambar yang lebih abstrak (Davies, 2019). Di sisi lain, anak usia dini lebih tertarik melihat objek dengan bentuk dasar yang sederhana dengan warna cerah dan berwarna warni. Menurut Hammond (2020), target pembaca adalah hal yang pertama kali harus dipertimbangkan saat akan membuat ilustrasi untuk buku anak. Visualisasi harus dapat menarik perhatian dan membuat anak merasa berhubungan dengan kondisi yang dibaca.

Biasanya buku anak dibagi dan dijual berdasarkan kelompok umur 0-24 bulan, 2-4 tahun, 4-6 tahun, dan 6-8 tahun. Desain buku untuk anak usia dini, teks berupa kalimat pendek, biasa dibacakan oleh orang dewasa. Bentuk ilustrasi simple, untuk karakter manusia, kepala besar, badan kecil dengan organ tubuh proporsional. warnanya cerah, menarik perhatian, dan tebal. Buku anak perlu menampilkan keberagaman agar meningkatkan pemahaman akan kenyataan yang sebenarnya, contohnya perancangan tema "Hutan", perlu menyertakan banyak variasi binatang dan tanaman, bahkan mempertimbangkan desain figur dan pakaian penduduk lokal pada wilayah tersebut.

Dalam tampilan halaman buku, sistem hierarki antara elemen harus jelas dan konsisten agar buku mudah dibaca. Judul adalah elemen pertama yang harus mudah dibaca, lalu diikuti *sub headline* jika ada, lalu dilanjutkan dengan *body copy*. Faktor yang memengaruhi komposisi adalah skala, area, posisi, tipografi, dan warna. Teks dan gambar dalam *layout* dapat tampil terpisah maupun diolah menjadi satu kesatuan sehingga lebih menarik perhatian secara visual (Graver & Jura, 2012).

Produksi lembaran stiker memerlukan penyesuaian desain sebelum produksi yaitu *bleed* dan *cutter guide*. *Bleed* adalah desain yang dilebihkan dari bentuk stiker yang sebenarnya agar pada saat pemotongan stiker terjadi pergeseran karena masalah teknis, desain stiker tetap terlihat sempurna, tidak terdapat area putih karena ada bagian yang tidak tercetak. *Cutter guide* adalah panduan bentuk potongan stiker. *Kiss-cut* adalah teknik memotong stiker hanya pada lembaran stiker tanpa memotong lembaran pelindung stiker (Ambrose, 2017).

METODOLOGI

Metode penelitian visual merupakan teknik penelitian kualitatif yang menggunakan elemen visual seperti fotografi, peta, video, gambar, lukisan, dan patung untuk menjawab pertanyaan penelitian (Webb & Bedi, 2020). Menurut Angela Fritz dalam buku *Visual Research Methods* (2020) ada tiga tahapan untuk menganalisa karya visual, yaitu analisis deskriptif, analisis konten, dan analisis konteks.

Analisis deskriptif mencakup pembahasan data yang berkaitan karya seperti nama karya, kapan dibuat, aliran, siapa yang membuat, kondisi geografis, dan kejadian yang diceritakan. Selain data, analisis deskriptif membahas elemen visual yang terdapat pada karya tersebut dan apa yang bisa diamati seperti pesan, nada bicara, dan emosi yang disampaikan lewat visual. Analisis konten, membahas makna dan tujuan dari karya visual yang dibahas berdasarkan elemen visual yang ada. Dalam hal pembahasan buku aktivitas anak, bagian ini membahas konten apa yang dipelajari oleh anak dalam mengerjakan aktivitas tersebut. Analisis konteks, membahas aspek di luar karya seperti sejarah dan budaya.

PEMBAHASAN

1. Buku *Little First Stickers ABC*

Analisis Deskriptif Buku *Little First Stickers ABC*

Buku *Little First Stickers ABC* bertema alfabet, berisi aktivitas mencocokkan stiker dengan huruf awal nama objek tersebut dalam bahasa Inggris. Buku ini merupakan hasil karya ilustrator Sigrid Martinez, konten oleh Felicity Brooks, dan desain buku oleh Meg Dobbie yang diterbitkan pada tahun 2021. Buku ini berukuran 24,3 x 17,82 cm, berisi 32 halaman yang terdiri dari 16 halaman aktivitas yaitu di mana stiker akan ditempel, dan 16 halaman stiker. Halaman 1 merupakan cover dalam, halaman 2-15 memuat aktivitas mencocokkan gambar objek sesuai siluetnya, dikelompokkan sesuai urutan alfabet A sampai Z. Halaman 16 berisi aktivitas mencocokkan stiker berbentuk alfabet A sampai Z.



Gambar 1 Spread Halaman 2-3 Buku *Little First Stickers ABC*
(Sumber: <https://usborne.com/row/little-first-stickers-abc-9781474986564>)

Pada halaman aktivitas, pada bagian kiri atas terdapat judul topik dengan tampilan huruf kapital dan pasangan huruf kecilnya. *Typeface* terkesan kekanak-kanakan dengan *stroke* tebal, tidak rapi, diisi dengan berbagai *pattern* yang lembut. Terdapat berbagai gambar objek yang huruf awalnya sesuai dengan huruf yang sedang dibahas dan terdapat pula masing-masing nama objek tersebut ditulis dengan huruf kecil di dekat gambar. Penempatan teks nama objek cukup beragam, ada yang diletakkan di atas, samping, maupun bawah objek, dan dengan *baseline* yang horizontal, diagonal, dan lengkung mengikuti bentuk objek tersebut. Ilustrasi bergaya *flat design* dengan bentuk yang cenderung gempal.

Pengelompokan objek dengan kelompok huruf cukup jelas dengan pemisahan warna. Seperti contoh pada halaman 2-3, pembahasan huruf 'A' dalam area berbentuk persegi panjang mendatar sebesar setengah halaman dengan latar warna biru muda, lalu siluet objek untuk ditempel stiker dengan warna biru tua. Pembahasan huruf 'B' dalam latar merah muda dan siluet objek merah muda dengan warna yang lebih gelap, dan pembahasan huruf 'C' dalam satu halaman utuh berlatar kuning muda dengan siluet objek kuning muda dengan warna yang lebih gelap.



Gambar 2 Spread Halaman 2-3 Buku *Little First Stickers ABC* Setelah Aktivitas Dikerjakan
(Sumber: <https://usborne.com/row/little-first-stickers-abc-9781474986564>)

Palet warna pada buku ini berwarna-warni, terdapat warna merah, merah muda, jingga, kuning, hijau, biru, cokelat, hitam, dan putih. Background warna muda dan gambar objek dengan warna cerah membuat objek-objek yang dibahas menyebar dalam halaman mudah diamati. Terkesan menyenangkan, berisik, sibuk.



Gambar 3 Stiker *Little First Stickers ABC* untuk Halaman 2-5
(Sumber: <https://usborne.com/row/little-first-stickers-abc-9781474986564>)

Objek yang terdapat pada halaman aktivitas tidak memiliki *outline*, namun desain stiker yang memiliki atau outline berwarna putih dengan sudut dan lekuk tumpul. *Outline* ini membuat ukuran stiker menjadi lebih besar, sehingga pada saat ditempel ke area yang dimaksud, jika penempelan tidak presisi, misalnya agak bergeser 1-2 milimeter pun stiker tetap terlihat tertempel sempurna. Lekuk stiker yang tumpul memudahkan pengguna untuk melepas stiker agar tidak mudah sobek dibanding dengan stiker dengan lekuk tajam atau bersudut.

Halaman stiker terdapat petunjuk huruf dan nomor halaman agar mudah mencocokkan stiker dengan halaman aktivitasnya. Namun stiker objek diletakkan acak atau tidak sesuai urutannya dibanding posisi objek pada halaman aktivitas, hal ini menjadi tantangan untuk anak untuk mencari dan mencocokkan objek pada stiker dengan siluetnya namun mudah diidentifikasi bahwa satu halaman stiker untuk pengerjaan satu *spread* saja.

Analisis Konten Buku *Little First Stickers ABC*

Dengan mengerjakan aktivitas ini, anak dapat mempelajari urutan alfabet, pengenalan huruf, pasangan huruf kapital dengan huruf kecil, bentuk huruf dengan suara huruf. Kemampuan dasar yang dapat dicapai lewat aktivitas buku *Little First Stickers ABC* adalah bahasa, pengenalan objek, dan pengenalan alfabet. Tidak ada instruksi tertulis bagaimana cara mengerjakan aktivitas buku ini, namun dari desain tampilan halaman buku, mudah dipahami bahwa anak dapat mencari stiker yang tepat untuk ditempel pada tempat yang tersedia, karena kesamaan bentuk stiker dengan gambar yang utuh dengan halaman aktivitas objek dengan tampilan siluet. Terdapat contoh gambar misalnya pada halaman 2, objek “*apple*” dan “*alligator*” merupakan gambar yang sudah berwarna sehingga anak tertantang untuk melengkapi objek lain dengan stiker yang tepat. Sebagian besar objek yang dibahas adalah aneka binatang, lalu selebihnya berkisar antara makanan, objek sehari-hari, dan benda langit.

Analisis Konteks Buku *Little First Stickers ABC*

Pengenalan nama objek penting untuk perkembangan kemampuan komunikasi. Berbagai objek yang dibahas pada buku ini bersifat universal dan mudah dikenali secara umum.

2. Buku *First Sticker Book Mealtime*

Analisis Deskriptif Buku *First Sticker Book Mealtime*

Buku *First Sticker Book Mealtime* merupakan buku aktivitas bertema sajian makanan. Buku ini diterbitkan tahun 2021, hasil karya ilustrasi dari Federica Iossa, ditulis oleh Kate Nolan, dan desain buku oleh Krysia Ellis. Buku berisi 32 halaman, dimensi buku 27,57 x 21,63 cm.

Halaman pertama merupakan sampul dalam yang memuat daftar isi lalu diikuti konten makanan sarapan, *smoothie*, bekal, burger, masakan kari, makanan piknik, *pizza*, *barbeque*, *salad*, mie & nasi, ayam panggang, sajian salmon, masakan pasta, dan diakhiri dengan *cupcake*.



Gambar 4 Spread Buku *First Sticker Book Mealtime* Halaman 2-3
(Sumber: <https://usborne.com/row/first-sticker-book-mealtime-9781474986588>)

Pada halaman aktivitas terdapat judul dan *bodytext* yang mendukung memberi konteks atau instruksi dengan *typeface* menyerupai tulisan tangan dengan gaya tulisan cetak. *Bodytext* hanya sepanjang satu kalimat dan letaknya menyatu dengan wadah makanan. Pada halaman stiker, terdapat keterangan masing-masing nama bahan makanan. Ilustrasi makanan bergaya semi realistis sehingga menggiurkan bagi pengguna buku. Warna yang dipakai cukup berwarna warni namun terkesan hangat.



Gambar 5 Spread Buku *First Sticker Book Mealtime* Halaman 2-3 Setelah Aktivitas Dikerjakan (Sumber: <https://usborne.com/row/first-sticker-book-mealtime-9781474986588>)

Sebelum ditempel stiker, makanan yang ada pada lembar aktivitas hanya sedikit dan menampilkan wadah makanan yang cenderung kosong, memancing anak untuk menyelesaikan penataan makanan dengan menempel dengan stiker yang tepat.



Gambar 6 Stiker Buku *First Sticker Book Mealtime* untuk Halaman 6-7
(Sumber: Nolan, 2021)

Desain stiker dibuat memiliki potongan yang pas sesuai bentuk objek, dengan *bleed* sesuai warna dan tekstur. Hal ini berguna pada saat terjadi selisih potong sebanyak 1 milimeter saat produksi halaman stiker, stiker tetap tampak utuh dengan ukuran yang tetap pas dengan desain awalnya.

Analisis Konten *First Sticker Book Mealtime*

Aktivitas pada buku *First Sticker Book Mealtime* berkaitan dengan kompetensi keterampilan dasar keseharian, khususnya tema makanan terutama penyajian makanan, dan kompetensi bahasa khususnya pengenalan objek menu makanan dan bahan makanan. Pada halaman stiker terdapat aneka bahan makanan dan terdapat keterangan nama bahan makanan tersebut. Sistem aktivitas buku ini stiker bebas ditempel sesuai tempatnya seperti di atas piring, di dalam kotak makanan, di atas panggangan, atau ditumpuk satu dengan yang lainnya seperti pada aktivitas menumpuk bahan burger dan menggabungkan *cupcake* dengan *topping*.

Analisis Konteks *First Sticker Book Mealtime*

Menu makanan yang dibahas menjadi contoh yang baik dalam proporsi makanan sehat yaitu variasi karbohidrat, protein, sayur, buah, dan sedikit hidangan penutup manis.

Ditinjau dari sisi sosial budaya, makanan yang dibahas dalam buku ini cukup bervariasi gayanya, sebagian besar makanan ala Barat seperti pizza, burger, pasta, namun ada juga ala Asia seperti kari India, *ramen*, dan nasi dalam mangkuk. Bahan makanan yang dibahas pada buku ini sebagian besar mudah dijumpai pada makanan sehari-hari anak Indonesia, seperti roti, nasi, mie, daging ayam, tomat, terong, bawang bombay, namun gaya masakannya berbeda dengan makanan yang berasal dari Indonesia. Bagi anak yang tinggal di kota-kota besar di Indonesia yang terekspos variasi makanan internasional, menu makanan dalam buku aktivitas ini bisa menjadi untuk wawasan variasi makanan.

3. Buku *First Sticker Book Sports Day*

Analisis Deskriptif Buku *First Sticker Book Sports Day*

Buku *First Sticker Book Sports Day* merupakan buku aktivitas stiker bertema hari olahraga

yang diadakan oleh sekolah. Buku ini berisi 32 halaman, dengan dimensi buku 27,57 x 21,63 cm, diterbitkan tahun 2020, merupakan hasil karya ilustrasi dari Sean Longcroft, narasi ditulis oleh Jessica Greenwell, dan desain buku oleh Kirsty Tizzard.

Halaman 1 merupakan halaman sampul buku bagian dalam sekaligus daftar isi. Halaman 2-3 sebagai *spread* pertama menceritakan adegan persiapan yang dilakukan guru dan murid. Terlihat kelompok murid memakai baju dengan warna seragam untuk mengidentifikasi kelompok mereka yaitu kelompok merah, kelompok putih, kelompok kuning, kelompok hijau, dan kelompok biru. *Spread* berikutnya halaman 4-5 menceritakan lomba lari cepat dan lari dengan rintangan. Halaman 6 menceritakan shopping race, halaman 7 menceritakan lomba lari sambil membawa telur dengan sendok. Halaman 8-9 menjadi satu *spread* menceritakan lomba halang rintang. Halaman 10-11 merupakan *spread* yang menceritakan berbagai olahraga *indoor* meliputi lompat jauh, *foam javelin*, dan lempar *beanbag*. Halaman 12 menceritakan lomba balap karung, halaman 13 menceritakan lomba estafet *indoor* menggunakan *beanbag*. Halaman 14-15 *spread* yang menceritakan lomba tarik tambang antar anak dan antar orang dewasa. Halaman 16 menceritakan penyerahan penghargaan sebagai penutup. Tokoh pada buku meliputi anak-anak sebagai murid dan orang dewasa baik guru maupun pendamping anak.



Gambar 7 *Spread* Buku *First Sticker Book Sports Day* Halaman 2-3
(Sumber: <https://usborne.com/row/first-sticker-book-sports-day-9781474968270>)

Pada halaman aktivitas terdapat judul dan *bodytext* dalam bentuk paragraf dengan typeface menyerupai tulisan tangan gaya tulisan cetak. Judul memuat jenis perlombaan, sedangkan *bodytext* berisi komentar tentang perlombaan dan ajakan mengerjakan aktivitas. Desain *spread* buku yang belum dikerjakan aktivitasnya menggambarkan suasana tempat pelaksanaan olahraga dan beberapa orang saja baik sebagai peserta, penonton, maupun guru sebagai panitia perlombaan.



Gambar 8 Spread Buku *First Sticker Book Sports Day* Halaman 2-3 Setelah Aktivitas Dikerjakan (Sumber: Dokumentasi Penulis)

Buku ini menampilkan ilustrasi suasana kegiatan perlombaan dengan gaya *flat design*, kecenderungan karakter berpostur kurus. Penekanan terlihat pada proporsi kepala yang ukurannya diperbesar dari kenyataan. Penonton berdiri tegak atau diam, kontras dengan peserta pertandingan yang posenya bergerak dengan tangan kakinya membentang. Nuansa warna *background* cukup kontras dibanding dengan warna karakter yang berwarna warni. Warna *background outdoor* terdapat versi warna abu-abu untuk menggambarkan lapangan semen, warna hijau untuk menggambarkan warna lapangan berumput, sedangkan warna *background indoor* berwarna kuning muda.



Gambar 9 Stiker Buku *First Sticker Book Sports Day* untuk Halaman 2-5 (Sumber: <https://usborne.com/row/first-sticker-book-sports-day-9781474968270>)

Pada halaman stiker, terdapat keterangan nama dari gambar stiker yang dimaksud seperti nama objek peralatan olahraga, kategori karakter, dan apa yang sedang dilakukan karakter tersebut. Desain potongan stiker dibuat lebih besar sekitar 3 mm dengan bentuk membulat dibanding gambar, dengan warna background sama dengan lokasi yang dimaksud.

Analisis Konten Buku *First Sticker Book Sports Day*

Aktivitas buku ini berkaitan dengan kompetensi keterampilan dasar eksplorasi bertema olahraga. Anak dapat mengenal berbagai jenis olahraga pertandingan, sistem pertandingan, *track/jalur* pertandingan, serta peralatan yang dipakai. Selain itu, untuk pertandingan kelompok anak dapat belajar kompetensi matematika seperti berhitung anggota kelompok maupun aturan pola dalam sebuah pertandingan.



Gambar 10 Spread Buku *First Sticker Book Sports Day* Halaman 8-9 Setelah Aktivitas Dikerjakan (Sumber: Dokumentasi Penulis)

Pertandingan yang dilakukan dalam kelompok, membutuhkan identifikasi kelompok dengan baju berwarna putih, merah, kuning, hijau, dan biru. Dalam aktivitas stiker, anak dapat melatih pengelompokan dengan mengelompokkan tokoh sesuai warna dan area pertandingan. Selain itu, ada pula materi kompetensi matematika aturan pola yang terlihat dalam halaman aktivitas pertandingan halang rintang yaitu masing-masing kelompok harus melewati halang rintang terowongan silinder, papan titian, terowongan setengah lingkaran, dan tangga mendarat.

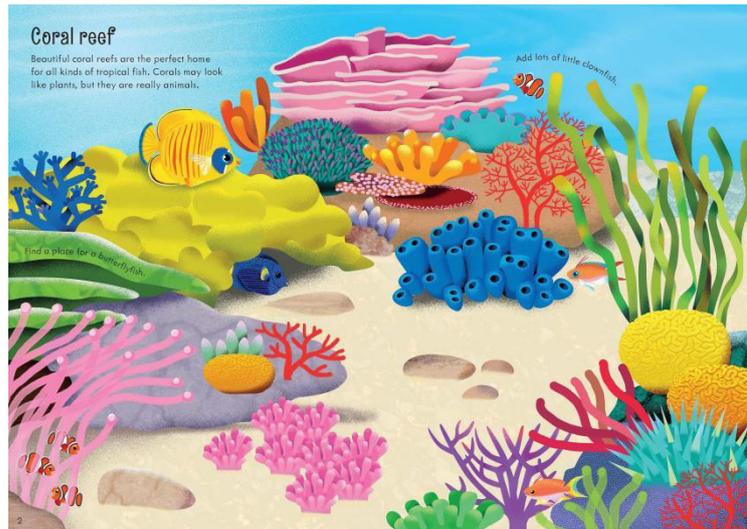
Analisis Konteks Buku *First Sticker Book Sports Day*
Pelaksanaan *Sports Day* di Inggris diadakan sekolah pada musim panas di mana murid, guru, dan orang tua berpartisipasi dalam kegiatan olahraga pertandingan. Bagi anak Indonesia, konten buku ini mirip dengan perayaan Kemerdekaan Republik Indonesia yang diisi dengan berbagai kegiatan perlombaan baik secara individu maupun kelompok. Konten yang familiar bagi anak Indonesia yang ada pada buku ini meliputi lomba lari cepat, lari estafet, balap karung, membawa objek dengan sendok, dan tarik tambang.

Terlihat keanekaragaman ras terlihat dari berbagai variasi warna kulit juga berbagai variasi warna dan jenis rambut. Selain menampilkan figur dengan kondisi fisik normal, terdapat juga figur yang memiliki kondisi disabilitas seperti orang dewasa yang menyaksikan pertandingan di atas kursi roda dan anak yang mengikuti lomba berjalan dengan bantuan tongkat penyangga.

4. Buku *Little First Stickers Aquarium*

Analisis Deskriptif Buku *Little First Stickers Aquarium*

Buku *Little First Stickers Aquarium* merupakan buku aktivitas stiker bertema akuarium yang dalam artian kawasan hiburan dan pendidikan dunia laut. Buku ini berukuran 24,3 x 17,82 cm, berisi 32 halaman yang terdiri dari 16 halaman aktivitas yaitu di mana stiker akan ditempel, dan 16 halaman stiker. Buku ini diterbitkan tahun 2019 hasil karya ilustrasi oleh Marcella Grassi, narasi konten buku oleh Hannah Watson, desain buku oleh Yasmin Faulkner dengan *expert advice* dari Dr. John Roston dan Dr. Margaret Roston. Isi buku terdiri dari *spread* dengan topik batu karang, laut terbuka, hiu, penguin, sungai hutan hujan, kolam batu, kuda laut dan naga laut, laguna ikan pari, dan ubur-ubur.



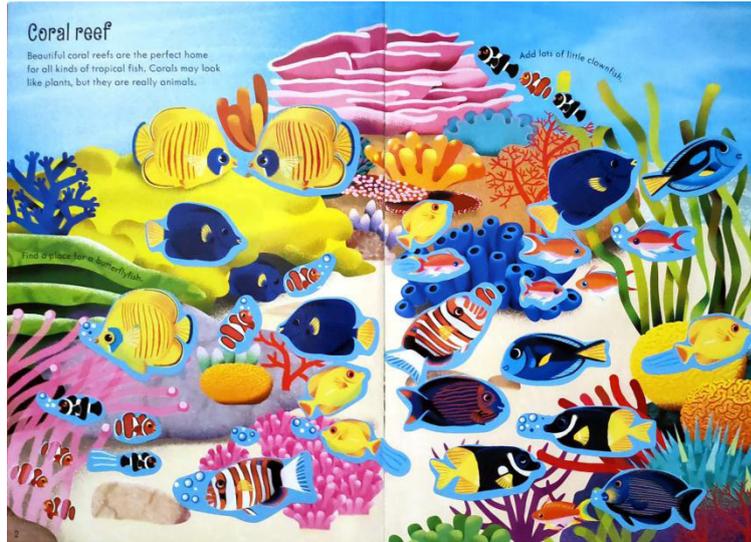
Gambar 11 Spread Buku *Little First Stickers Aquarium* Halaman 2-3
(Sumber: <https://usborne.com/row/little-first-stickers-aquarium-9781474950985>)

Teks pada setiap halaman aktivitas terdapat judul topik sepanjang satu sampai tiga kata, diikuti *bodytext* sebanyak satu sampai dua kalimat, terdapat pula kalimat instruksi menempel sebanyak satu sampai tiga kalimat yang posisinya menyatu dengan ilustrasi suasana. *Typeface* untuk judul bergaya dekoratif dengan bentuk dasar *sans serif* ditambah aksens *stroke* lengkung pada bagian ujung huruf. *Typeface* untuk *bodytext* berupa huruf *sans serif* geometrik.



Gambar 12 Perbandingan Foto dan Ilustrasi Regal Tang
(Sumber: Kolase dari <https://www.liveaquaria.com/product/330/?pcatid=330> dan Buku *Little First Stickers Aquarium*)

Ilustrasi pada buku *Little First Stickers Aquarium* bergaya semi realistis. Jika dibandingkan dengan foto spesies aslinya, ilustrasi ini menangkap proporsi anatomi yang serupa, namun agar menarik bagi anak ada anatomi yang dimodifikasi seperti mata diperbesar untuk efek lucu dan menarik, bagian mulut digambar melengkung sehingga menyerupai ekspresi senyum, dan untuk warna dibuat karakter warna lebih cerah dari sebenarnya. Hal ini ditujukan agar ilustrasi menunjukkan betapa kehidupan di air itu mempesona sehingga lebih menarik untuk anak dan mengurangi kesan menakutkan terutama untuk binatang yang terkesan mengerikan atau buruk rupa seperti hiu dan *plecostomus catfish*. Terdapat juga bagian mata yang dibuat lebih besar dibanding aslinya agar lebih menarik perhatian anak.



Gambar 13 *Spread* Buku *Little First Stickers Aquarium* Halaman 2-3 Setelah Aktivitas Dikerjakan (Sumber: Dokumentasi Penulis)

Desain potongan stiker dibuat melebar keliling dibanding objek dengan bentuk melengkung. Warna latar belakang stiker selaras dengan komposisi warna *spread* secara keseluruhan. Antara halaman satu dengan yang lain memiliki warna background stiker yang berbeda sesuai komposisi warna *spread* masing-masing.



Gambar 14 Stiker Buku *Little First Stickers Aquarium* untuk Halaman 10-13 (Sumber: <https://usborne.com/row/little-first-stickers-aquarium-9781474950985>)

Analisis Konten Buku *Little First Stickers Aquarium*

Aktivitas stiker buku ini, stiker bebas ditempel pada area yang direkomendasikan. *Bodytext* menjelaskan tentang topik spesies atau habitat sehingga anak dapat menambah wawasan tentang spesies dan habitat tersebut. Pada halaman stiker, terdapat keterangan nama spesies hewan sehingga anak juga dapat belajar nama-nama spesies hewan yang berkaitan dengan habitat tersebut. Kendati satu spesies terdapat beberapa gambar stiker, namun keterangan cukup satu saja karena pengelompokan cukup jelas diidentifikasi.

Bagi hewan buruan, warna tubuh menyerupai dengan lingkungannya bermanfaat untuk kamuflase agar tidak terlihat oleh predator. Hal serupa juga berlaku untuk hewan predator berkamuflase menyerupai lingkungannya agar tidak mudah terdeteksi oleh target mangsanya. Karakteristik kamuflase pada hewan terlihat pada desain *spread* dan stiker buku ini, seperti halaman tentang terumbu karang, dipenuhi variasi bentuk dan warna terumbu karang beserta aneka spesies ikan di area terumbu karang yang juga berwarna-warni. Pada *spread* tentang spesies hiu yang cenderung berwarna kelabu, berada di lingkungan berlantai pasir yang berwarna kelabu juga.

Analisis Konteks Buku *Little First Stickers Aquarium*

Manusia secara natural menyukai makhluk hidup yang lain seperti tanaman, binatang, dan lingkungan alam. Orang dewasa biasanya menyukai binatang karena hubungan manusia dengan binatang seperti menyukai kebersamaan dengan binatang dan binatang dapat diolah jadi makanan atau produk. Sedangkan anak-anak menyukai binatang secara alamiah karena binatang adalah makhluk hidup. Bagaimana anak memahami binatang dan karakteristiknya dipengaruhi oleh kepercayaan dan nilai kultur keluarga dan dari media seperti buku. Kedekatan dengan binatang dapat membantu anak membangun kepekaan dengan orang lain, dapat menawarkan kenyamanan, meningkatkan kemampuan sosial, melatih memberi perhatian, dan eksplorasi tentang kekuatan dan kelemahan. (Selly, 2014) Dengan mengerjakan aktivitas dengan tema alam dan binatang, anak dapat mengeksplorasi pemahaman tentang kehidupan.

5. Buku *Little First Stickers Funny Faces*

Analisis Deskriptif Buku *Little First Stickers Funny Faces*

Buku *Little First Stickers Funny Faces* merupakan buku aktivitas stiker bertema karakter. Buku ini berukuran 24,3 x 17,82 cm, berisi 32 halaman yang terdiri dari 16 halaman aktivitas yaitu di mana stiker akan ditempelkan, dan 16 halaman stiker. Buku ini diterbitkan tahun 2019 hasil karya ilustrasi dan desain buku oleh Krysia Ellis dan narasi konten buku oleh Sam Smith. Isi buku terdiri dari topik karakter pengunjung pesta, binatang, tokoh sejarah, bajak laut, Natal, alien, profesi, Halloween, *superhero*, dan robot.

Pada masing-masing halaman hanya terdapat teks sepanjang satu kalimat berisi instruksi menempel, tidak terdapat judul. Stiker yang tersedia untuk dikerjakan didominasi anggota tubuh pada wajah seperti mata, hidung, dan mulut, selain itu juga terdapat stiker aksesoris penampilan seperti topi dan syal.



Gambar 15 *Spread* Buku *Little First Stickers Funny Faces* Halaman 2-3
(Sumber: <https://usborne.com/row/little-first-stickers-funny-faces-9781474968232>)

Ilustrasi bergaya *flat design*, berwarna-warni, dan ada upaya memenuhi halaman aktivitas dengan dekorasi yang tersebar, bentuk *frame* pada halaman tokoh sejarah, maupun *setting* suasana pada background seperti pada halaman alien dan Halloween.



Gambar 16 Spread Buku *Little First Stickers Funny Faces* Halaman 2-3 Setelah Aktivitas Dikerjakan (Sumber: Dokumentasi Penulis)

Terdapat beberapa stiker cadangan dengan desain yang berbeda atau jumlahnya melebihi tempat yang tersedia, hal ini memungkinkan anak bebas memilih stiker yang mana yang akan digunakan. Desain potongan stiker pada buku ini mengikuti bentuk objek dengan diberi *bleed* sesuai warna objek bagian terluar.



Gambar 17 Stiker Buku *Little First Stickers Funny Faces* untuk Aktivitas Halaman 2-5 (Sumber: Dokumentasi Penulis)

Analisa Konten Buku *Little First Stickers Funny Faces*

Aktivitas stiker buku ini, stiker bebas ditempel pada area yang direkomendasikan. *Bodytext* berisi ajakan menyelesaikan gambar dengan menempel stiker. Pengerjaan aktivitas buku ini cukup membebaskan anak karakter mana yang akan diberi mata seperti apa dan aksesoris seperti apa sehingga melatih kemampuan menghasilkan karya estetik. Anak dapat belajar bahwa manusia memiliki sepasang mata yang letaknya simetris, mulut letaknya di bagian bawah hidung, topi atau mahkota di bagian atas kepala, syal di leher, dan sebagainya. Dengan mengerjakan buku ini anak dapat mempelajari matematika dasar tentang spasial, bentuk, dan aturan. Jika pemasangan stiker tidak rapi seperti mata tidak simetris atau ekspresi mulut yang miring atau ada aksesoris yang kurang cocok justru menimbulkan kesan konyol dan menyenangkan untuk anak.

Analisa Konteks Buku *Little First Stickers Funny Faces*

Manusia sebagai makhluk sosial hidup berdampingan dengan orang lain yang tentu karakternya berbeda dengan dirinya. Perbedaan kondisi fisik, latar belakang, dan budaya membuat hidup menjadi lebih kaya akan ide dan energi. Walaupun pada buku ini tidak semua karakter merupakan tokoh nyata, beberapa karakter merupakan karakter imajinatif, namun semua tema ini memiliki keberagaman karakter. Anak usia dini dapat diajarkan tentang menerima dan bertoleransi dengan orang lain dengan mempelajari berbagai keanekaragaman lewat aktivitas. Variasi atau adanya keunikan karakter dapat membuat anak tertarik, lebih peka, dan dapat menghargai perbedaan.

Analisis kelima buku aktivitas stiker tematik di atas dapat dirangkum menjadi pembahasan dalam tabel berikut ini.

Tabel 1 Analisis Desain Buku Stiker Tematik(Sumber: Penulis, 2022)

Judul Buku	Analisis Deskriptif	Analisis Konten	Analisis Konteks
<i>Little First Stickers ABC</i>	Lucu & menyenangkan	Keterampilan dasar bahasa	Pengenalan objek dan alfabet secara umum
<i>First Sticker Book Mealtime</i>	Menggiurkan	Keterampilan dasar keseharian tentang makanan	Keanekaragaman kuliner
<i>First Sticker Book Sports Day</i>	Ramai & seru	Keterampilan dasar eksplorasi olahraga dan keterampilan matematika	Keanekaragaman aktivitas fisik
<i>Little First Stickers Aquarium</i>	Mempesona	Keterampilan dasar eksplorasi tentang wawasan biota air	Menghargai alam
<i>Little First Stickers Funny Faces</i>	Lucu, konyol, & menyenangkan	Keterampilan seni dan keterampilan matematika tentang spasial, bentuk, dan aturan	Keanekaragaman karakter sehari-hari, karakter sejarah, binatang, dan karakter fiksi

SIMPULAN & REKOMENDASI

Simpulan

Buku aktivitas tematik membuat anak dapat fokus terhadap satu pembahasan sehingga anak dapat mendapat berbagai pengetahuan yang berhubungan dengan topik tersebut. Pada tahap awal belajar terhadap sebuah topik, dimulai dari pengenalan. Anak dapat memahami bahwa dalam satu tema terdapat keanekaragaman dan pengelompokan. Jumlah halaman yang cukup, yaitu hanya 16 halaman, praktis dipegang dan dibawa anak, mudah dibalik halamannya. Desain bentuk stiker yang membulat baik menjorok ke dalam maupun ke luar, mempermudah anak untuk melepas stiker. Objek yang ada pada buku aktivitas stiker terbitan Usborne yang dibahas ini memiliki keterangan nama objek sehingga

anak dapat menambah wawasan. Desain *spread* buku dapat memukau anak dari adegan yang ditampilkan. Anak dapat mengerjakan aktivitas sendiri walau butuh didampingi dan sambil dijelaskan instruksi aktivitas dan dijelaskan kembali apa yang sudah dilakukan oleh anak. Anak dapat mengaitkan aktivitas pada buku dengan aktivitas sehari-hari.

Montessori menyarankan anak ditunjukkan gambar objek dari foto yang realistis agar dapat memahami wujud sebenarnya, namun untuk aktivitas yang menyenangkan untuk anak, ilustrasi dikerjakan dengan stilasi dari objek sebenarnya untuk menyesuaikan daya tangkap anak. Stilasi yang sesuai usia anak dapat membuat tampilan yang menyenangkan bagi anak agar anak dapat berkonsentrasi dengan pengerjaan aktivitas, terutama anak usia dini lebih tertarik dengan gambar yang sederhana bentuknya. Hasil eksplorasi setiap ilustrator menghasilkan karya dengan gaya yang unik. Anak dapat menikmati ilustrasi dengan berbagai gaya dan akan memperkaya imajinasi dan wawasan literasi visual mereka.

Manfaat aktivitas menggunakan media buku stiker jika ditinjau dari konteks bermain, yaitu manfaat sensorimotor dengan mencabut stiker dan menempel pada tempat yang tersedia, bermain peran mikro sesuai tema buku, bermain pembangunan terstruktur menggunakan stiker dan halaman buku yang sudah tersedia. Dalam konteks pendidikan, setiap buku aktivitas stiker memiliki satu tema spesifik sehingga anak dapat belajar variasi konten yang berkaitan dengan tema tersebut. Anak diberi stimulasi berbagai wawasan dapat menyebabkan otak semakin berkembang. Dari konteks sosial budaya, kelima buku ini didesain dengan target universal atau bisa dipakai oleh semua anak dari berbagai belahan dunia namun dari sudut pandang Barat karena Penerbit Usborne berada di Inggris.

Rekomendasi

Desain buku aktivitas untuk anak harus menarik, mudah dimengerti, dan mudah digunakan oleh anak. Hal ini menjadi tantangan untuk ilustrator, penulis, dan desainer buku untuk menyelami sudut pandang anak dan mengolah visual untuk menghasilkan karya yang dapat dinikmati oleh anak. Anak usia dini perlu diberi pengetahuan yang beragam sehingga membuka peluang tak terbatas untuk ilustrator, penulis, dan desainer buku untuk mengembangkan konten bagi anak. Seluruh buku aktivitas stiker Usborne target internasional namun dari sudut pandang budaya barat. Terbuka peluang untuk desainer grafis dan ilustrator Indonesia mengeksplorasi aktivitas untuk anak usia dini yang lebih kontekstual dengan budaya Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Ambrose, G. & Harris, P. (2017). *The Production Manual: A Graphic Design Handbook (2nd edition)*. Switzerland: AVA Publishing SA.

Beck, C. (13 November 2015). 10 Reasons Why Every Kid Needs to Play With Stickers. <https://www.theottoolbox.com/benefits-of-playing-with-stickers-occupational-therapy/>

Britton, L. (2017). *Montessori Play and Learn*. Yogyakarta: Bentang Pustaka.

Davies, S. (2019). *The Montessori Toddler: A Parent's Guide to Raising a Curious and Responsible Human Being*. New York: Workman Publishing.

Eiseman, L. (2017). *The Complete Color Harmony: Expert Color Information for Professional Results, Pantone Edition*. Beverly: Rockport Publishers.

Fritz, A. (2020). Digital Storytelling, Archival Research and 'Layers of Practice': A Critical Pedagogical Approach to Visual Literacy in University Archives and Special Collections.

Graver, A., & Jura, B. (2012). *Best Practices for Graphic Designers, Grids and Page Layouts: An Essential Guide for Understanding and Applying Page Design Principles*. Beverly: Rockport Publishers.

Hammond, R. (2020). *How to Be a Children Book Illustrator Guide to Visual Storytelling*. Worcester: 3dtotal Publishing.

Heryanto. (2019). *42 Ide Aktivitas Awal Masuk PAUD*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

In Bedi, S. & Webb, J. 2020. *Visual Research Methods: An Introduction for Library and Information Studies* (pp. 153-168). London: Facet Publishing.

Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2016). *Seri Pendidikan Orang Tua: Penguasaan Positif*. Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.

Piroddi, C. & Baruzzi, A. (2018). *The Montessori Method: Numbers*. Milan: White Star Kids.
Rose, F. (2016). *Visual Methodologies: An Introduction to Researching with Visual Materials*. London: SAGE Publications.

Selly, P. B. (2014) *Connecting Animals and Children in Early Childhood*. Minnesota: Redleaf Press.

Siegel, D. J. & Bryson, T. P. (2021). *The Whole-Brain Child*. Jakarta: Noura Books.

Soetopo, H. (2017). *Panduan Aktivitas di Kelompok Bermain*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Soewardikoen, D. W. (2019). *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Kanisius.

Solomon, M. (2 Agustus 2021). What is Thematic Teaching. <https://www.preprintablefun.com/blog/what-is-thematic-teaching>

Sungkono, A., Maharani, A. S. F., & Yun, S. K. (2021). *Chai's Playbook: 3-4 Tahun Level 1*. Surabaya: PT. Crea Signum Potentia.

Sungkono, A., Maharani, A. S. F., Yun, S. K., Hee, C.S, & Kyung, L. H. (2022). *Chai's Playbook: 4-5 Tahun Level 1*. Surabaya: PT. Crea Signum Potentia.

UNICEF. (2022, Mei) *Early childhood development overview*. <https://data.unicef.org/topic/early-childhood-development/overview/#:~:text=Early%20childhood%2C%20which%20spans%20the,social%2C%20emotional%20and%20physical%20development>.

Usborne, P. (30 Juni 2020) *Usborne Named Children's Publisher of the Year: A Response from Peter Usborne*. <https://usborne.com/row/blog/post/usborne-news/usborne-named-children-s-publisher-of-the-year-a-response-from-peter-usborne>

Wartisah, T. (2016). *Panduan Aktivitas Permainan Tematik Anak Usia Dini*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Website:

<https://usborne.com/row/books/browse-by-category/activity-and-sticker-books/sticker-books>

Perancangan Buku Ensiklopedia Anak 4D Klasifikasi Makhluk Hidup Mamalia Laut

Stephen Wijaya

Komunikasi Visual, Fakultas Teknologi dan Desain, Universitas Bunda Mulia
stephenwijayea@gmail.com

Aprilia Kartini

Komunikasi Visual, Fakultas Teknologi dan Desain, Universitas Bunda Mulia
astreit@bundamulia.ac.id

Diterima: Oktober, 2022 | **Disetujui:** November, 2022 | **Dipublikasi:** Agustus, 2023

ABSTRAK

Dari sekian banyaknya kegiatan pemerintah dan organisasi swasta, dalam upaya pelestarian mamalia laut. Populasi mamalia laut masih belum bertambah secara signifikan. Maka dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa, kegiatan pelestarian mamalia laut masih kurang efektif. salah satu faktornya adalah edukasi pengenalan mamalia laut di Indonesia masih sedikit. Terlebih inovasi media pengenalan mamalia laut untuk anak-anak masih minim. Dengan merancang buku ensiklopedia anak 4D mamalia laut, diharapkan mampu meningkatkan minat untuk mengenal mamalia laut. Menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, data penelitian ini berasal dari studi pustaka dari data sumber terpercaya, dan kuesioner berdasarkan target pasar yang dituju. Menghasilkan media utama berupa buku augmented reality mamalia laut serta media pelengkap berupa media pendukung dan media promosi yang saling berhubungan satu sama lain. Dengan perancangan berdasarkan kajian teori dan prinsip dasar keilmuan Desain Komunikasi Visual.

Kata Kunci: Augmented Reality, Ensiklopedia, Mamalia Laut

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Berperan penting di lautan, Mamalia laut merupakan salah satu *ordo* yang mendominasi puncak rantai makanan di laut. Mamalia laut memiliki peran yang penting bagi ekosistem di bumi terutama ekosistem lautan. Karena kotoran mamalia laut mengandung 23.000 metrik ton nitrogen setiap tahunnya di teluk Maine (Maratus Syarifah, 2018). Nitrogen berfungsi untuk menyuburkan banyak tanaman mikroskopis, salah satunya adalah fitoplankton (Leonarda and Penyu, 2020). selain pohon, fitoplankton adalah organisme plankton tumbuhan yang menghasilkan oksigen 4x lebih banyak dibanding pohon. Bahkan diperkirakan memproduksi sekitar 50 sampai 85% oksigen di bumi saat ini (Muliawat & Bima, 2020).

sayangnya banyak dari *species* dari *ordo* mamalia laut masuk dalam kategori satwa yang dilindungi dan terancam punah (Dafudin Salim, 2011). Maka dari itu diperlukannya upaya untuk melindungi makhluk hidup mamalia laut. Pelestarian mamalia laut seperti menyelamatkan keberlangsungan hidup seluruh makhluk Bumi. Sejak tahun 2013, badan organisasi internasional WWF (*World Wide Fund*) mendukung kegiatan komunitas Whale Stranding Indonesia dan membantu inisiasi KKPD (Kawasan Konservasi Perairan Daerah) di kabupaten Kubu Raya, Kalimantan Barat. Dalam upaya melindungi ekosistem habitat satwa dari Ordo Cetacea. serta masih beberapa kegiatan lainnya yang membantu dan

menjaga ekosistem laut saat ini(WWF, 2020). Akan tetapi dari banyaknya upaya yang dilakukan, status keberlangsungan hidup mamalia laut masih dalam status dilindungi. Karena masih banyaknya kegiatan manusia yang mengganggu ekosistem tempat mamalia laut hidup. Seperti suara kebisingan kapal, limbah pabrik, dan sampah plastik(Supangat, 2019).

Berdasarkan masalah tersebut, Sebagai wujud kontribusi dalam menjaga keberlangsungan mamalia laut. Penulis mencoba untuk memperkenalkan mamalia laut di usia dini. Dengan membuat buku pengetahuan “Ensiklopedia 4D: Mamalia Laut”. Mengenal makhluk hidup seperti Paus, Lumba Lumba, Anjing Laut, menggunakan inovasi teknologi terbaru *Augmented Reality*. Diharapkan nantinya anak anak bisa lebih tertarik dan memiliki minat untuk mengenal mamalia laut. Dengan mengenalkan makhluk hidup sejak dini, diharapkan bisa Memupuk sifat nurani pada anak(Maulida et al., 2018). Juga kelak saat dewasa akan lebih menghargai alam dan saling menghargai antar sesama manusia(Shabrina Andrawini, 2018). Dan kegiatan yang berkaitan dengan menggunakan imajinasi anak. Diyakini mampu menciptakan sifat inisiatif, percaya diri serta mampu mengeksplorasi banyak hal (Streit & Erlyana, 2019). Sehingga Penelitian ini bisa berfokus pada perancangan buku pengenalan mamalia laut dengan teknologi *augmented reality* berbasis mobile. Serta perancangan media pendukung dan promosi sebagai strategi pengenalan buku augmented reality ke masyarakat umum.

KAJIAN TEORI

Teori Tipografi

Tipografi adalah ilmu yang berkaitan dengan aksara (karakter/aksara/type/typeface). Tipografi dalam pengertian yang bersifat ilmiah. Adalah seni dan teknik dalam merancang maupun menata aksara. untuk menyusun publikasi visual(Kusrianto, 2013). pemilihan dari jenis bentuk huruf yang digunakan. Dapat berpengaruh pada kesan yang ingin disampaikan. Hal ini juga termasuk pada saat memilih bentuk huruf dengan desain yang dibuat. Pemilihan bentuk tipografi harus mendukung dengan tema atau konsep yang telah disepakati. Contohnya pada perancangan ini menggunakan font serif guna memperhatikan aspek tingkat keterbacaan dan usia *audience*.

Teori Ilustrasi

Ilustrasi berasal dari bahasa belanda yaitu “*illustratie*”. yang artinya adalah sebuah hiasan dengan gambar(Maruta Gautama et al., 2019). Ilustrasi adalah salah satu bentuk penyampaian informasi dari pembuat ke audience. Dalam dunia desain komunikasi visual, ilustrasi juga dapat membantu memperkuat pesan yang disampaikan pada sebuah desain. Pada perancangan ini menggunakan ilustrasi semi realis. Guna memberikan mempermudah identifikasi makhluk hidup yang digambar serta, mempermudah memberikan informasi kepada *audience*.

Teori Desain Buku

Buku adalah kumpulan kertas atau dari bahan lainnya. Lalu dijilid menjadi satu benda berisikan tulisan atau gambar. Sebagai salah satu sumber belajar dalam proses pembelajaran. Buku merupakan komponen penting dalam proses belajar mengajar (Nurmala R et al., 2019). Sedangkan ensiklopedia menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia(KBBI) adalah karya rujukan yang berisi keterangan atau uraian tentang berbagai hal dalam bidang ilmu pengetahuan. Perancangan ini dibuat diharapkan bisa menjadi sebuah sumber belajar dalam proses pembelajaran yang berisi keterangan tentang berbagai hal ilmu pengetahuan. Sehingga buku yang dibuat sesuai dengan teori yang dipaparkan.

Teori Augmented Reality

Augmented Reality atau biasa disingkat menjadi AR adalah salah satu contoh perkembangan teknologi. Teknologi yang memproyeksikan objek 2 dimensi atau 3 dimensi ke dunia nyata secara *real time*. Dengan alat bantu elektronik yang memiliki kamera yang mendukung seperti *smartphone* atau laptop (Ahmad et al., 2022). Penggunaan *Augmented Reality* dibidang pendidikan membantu meningkatkan efektifitas dalam pembelajaran. Serta membangkitkan motivasi dan minat siswa, media pembelajaran juga dapat membantu siswa meningkatkan pemahaman, menyajikan data dengan menarik dan terpercaya, memudahkan penafsiran data, dan memadatkan informasi (Imawati & Chamidah, 2018). Maka dari itu perancangan buku ini menggunakan augmented reality. Sehingga bisa berfungsi untuk membuat minat belajar menaik serta diharapkan mampu memajukan pengenalan tentang mamalia laut.

METODOLOGI

Perancangan buku ensiklopedia 4D mamalia laut menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Sebuah metode yang dilakukan dengan mengumpulkan data dari sumber dan teknik yang telah ditentukan. kemudian dianalisis, dan menghasilkan sebuah kesimpulan (Widyasari et al., 2021). Perancangan ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan pendekatan kuesioner dan Studi pustaka.

Kuesioner

Kuesioner adalah sebuah teknik pengumpulan data dari beberapa responden. Dengan cara memberikan pertanyaan untuk dijawab, yang kemudian dikumpulkan dan diolah kembali sehingga menjadi hasil penelitian (Sugiyono, 2014). Pada perancangan ini, sebanyak 101 responden berpartisipasi untuk menjawab 14 pertanyaan. Dengan spesifikasi responden di rentang usia 14-24 tahun, dan tinggal di kota padat penduduk. setelah mendapatkan jawaban dan dilakukannya analisa data. dapat ditemukan hasil kesimpulan keseluruhan bahwa, masyarakat masih banyak yang belum mengenal mamalia laut. Dan mereka meyakini kalau pengenalan mamalia laut menggunakan buku augmented reality, mampu meningkatkan minat belajar.

Studi Pustaka

Studi pustaka adalah teknik pengumpulan data dengan cara mencari informasi dari dokumen, buku, literatur, maupun jurnal yang berhubungan dengan proses perancangan (Ikhsan, 2013). Dengan tujuan mematangkan dan dapat dipertanggungjawabkan secara konsep dan materi.

PEMBAHASAN

1. Warna



Gambar 1 *Palette* Warna (Sumber: Wijaya, 2022)

Warna merupakan salah satu elemen terpenting dalam desain. Jika dihubungkan dalam dunia desain, warna mampu membangkitkan perasaan yang spontan kepada orang yang melihatnya. (Luzar & Monica, 2011). terinspirasi oleh perairan hangat kawasan laut Indonesia Timur, sebagai salah satu ekosistem mamalia laut. pemilihan warna kuning, hijau, dan biru muda merupakan warna identik laut yang bersih dan bebas polusi. Serta beberapa warna turunan yang disesuaikan agar memberikan kontras antara warna background dan warna mamalia laut.

Key Visual



Gambar 2 Konsep Key Visual (Sumber: Wijaya, 2022)

Key visual pada perancangan ini berfungsi sebagai pola yang selalu ada di setiap halamannya. Berwarna gradasi Kuning, Hijau dan biru. Yang memberikan kesan sinar matahari, perairan hangat, dan lautan. Memiliki bentuk acak bergelombang yang terinspirasi oleh bentuk simplifikasi ombak dan lautan. Sebagai bentuk representasi tempat hidup mamalia laut.

Tipografi

Pemilihan typeface sans serif pada perancangan buku ini. pemilihan typeface sans serif diyakini mampu membuat pembaca merasa nyaman ketika sedang membaca. Juga faktor lainnya adalah, perancangan buku ini menargetkan audience 10-12 tahun. Sehingga pemilihan typeface ini dapat mempermudah mereka untuk membaca buku pada usia perkembangan mereka.

Tabel 1 Tipografi Gelasio (Sumber: Wijaya, 2022)

No	Style Font	Jenis Font	Spesifikasi Font			
1	Headline	Gelasio		H u r u f Kapital	Huruf Kecil	Angka dan Tanda
			Bold	A B C - D E F - G H I J K L M - NOPQR S T U - VWXYZ	abcdefghijkl klmnopqr stuvwxyz	1234567890.,! ? # \$ % ^ & * () - + = ; ' < >
			B o l d Italic	A B C - D E F - G H I J K L M - NOPQR S T U - VWXYZ	abcdefghijkl klmnopqr stuvwxyz	1234567890.,! ? # \$ % ^ & * () - + = ; ' < >

2	Body Text	Gelasio		H u r u f Kapital	Huruf Kecil	Angka dan Tanda
			Regular	A B C - D E F - G H I J K L M - NOPQR S T U - VWXYZ	abcdefghijkl klmnopqr stuvwxyz	1234567890.,! ? # \$ % ^ & * () - + = ; ' < >
			<i>Italic</i>	A B C - D E F - G H I J K L M - NOPQR S T U - VWXYZ	<i>abcdefghijkl klmnopqr stuvwxyz</i>	<i>1234567890.,! ? # \$ % ^ & * () - + = ; ' < ></i>
			Bold	A B C - D E F - G H I J K L M - NOPQR S T U - VWXYZ	abcdefghijkl klmnopqr stuvwxyz	1234567890.,! ? # \$ % ^ & * () - + = ; ' < >
			<i>B o l d Italic</i>	<i>A B C - D E F - G H I J K L M - NOPQR S T U - VWXYZ</i>	<i>abcdefghijkl klmnopqr stuvwxyz</i>	<i>1234567890.,! ? # \$ % ^ & * () - + = ; ' < ></i>

Font Serif Gelasio, dipilih karena memiliki variasi font *regular*, *italic*, *bold* dan *bold italic*. Pemilihan font ini juga dinilai memiliki tampilan visual serif yang proporsional pada bagian *italic* dan *bold italic*. Sehingga memberikan kesan karakter yang kuat dan memiliki tingkat keterbacaan tulisan yang baik. terlebih perancangan buku ini ditujukan untuk target audience 10-12 tahun. sehingga penerapan teori tipografi bisa digunakan.

Cover Buku

Hal pertama yang dilihat ketika membeli sebuah buku adalah bagian desain sampul bukunya. Karena itulah sampul buku harus didesain sedemikian rupa agar menarik perhatian *audience*.

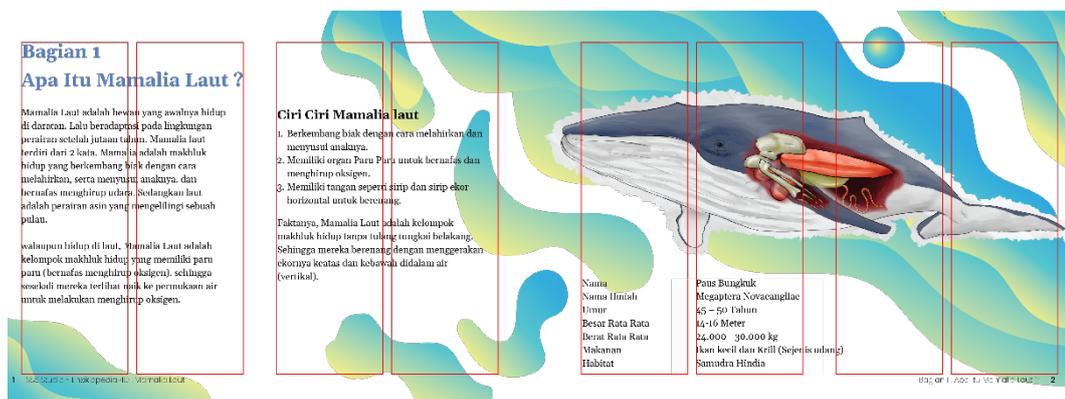


Gambar 3 Desain Cover Buku (Sumber: Wijaya, 2022)

Cover buku ensiklopedia 4D Mamalia Laut didominasi oleh warna biru, sebagai salah satu warna dasar lautan tempat hidup mamalia laut. juga memasukan elemen pada buku umumnya seperti logo buku, penerbit, penulis, serta beberapa keterangan yang dianggap penting sehingga harus diletakan di luar buku. serta cover belakangnya yang didesain menyatu depan cover depan. Dengan spesifikasi buku ukuran B5 Landscape (25x17.6cm) dengan jenis *binding saddle stitching*.

Layout dan Grid

Layout adalah adalah teknik untuk menyusun, menata dan memadukan elemen, menjadi estetik dan menarik. Yang tujuan utamanya adalah memudahkan pembaca dalam menerima informasi yang diberikan. Untuk mendukung konsep/pesan yang disampaikan. Layout memiliki banyak elemen yang berperan beda-beda dalam membangun keseluruhan desain(Rustan, 2020).

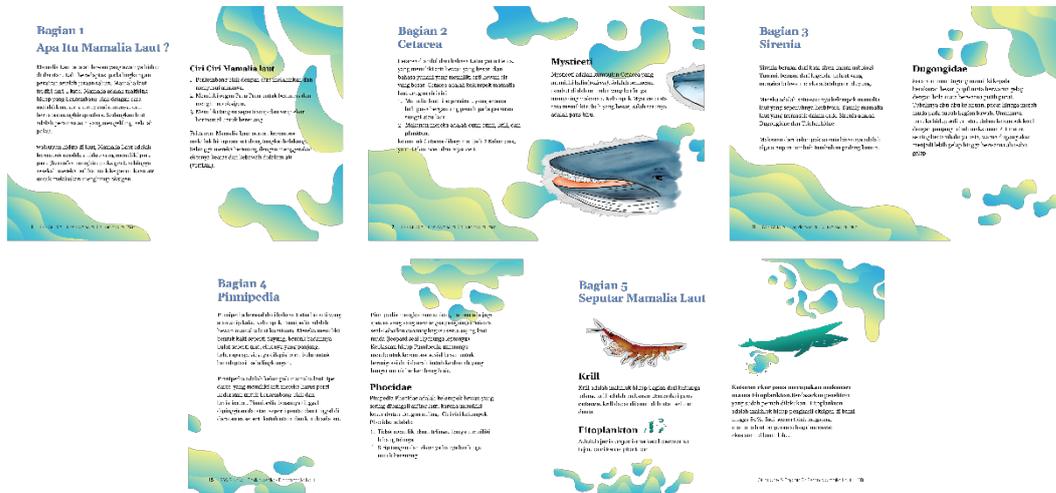


Gambar 4 Konsep *Layout dan Grid*. (Sumber: Wijaya, 2022)

Pada perancangan ini, jenis grid yang diterapkan pada buku ensiklopedia 4D Mamalia laut adalah *Multi Column Grid* dengan jumlah kolom 4 per halaman dengan jarak margin atas,bawah,kiri, kanan 1.5 cm dan dalam 0.5 cm dan 1.5cm. pemilihan grid tersebut dikarenakan memberikan kesan bebas dan tidak kaku. Sehingga ketika membaca buku merasa nyaman tanpa merusak nilai desainnya.

Struktur Isi Buku

Perancangan buku ensiklopedia ini dibagi menjadi 5 bagian, agar pembaca mudah mengidentifikasi dan memahami bagian isi buku.



Gambar 5 Desain halaman Bagian 1(kiri atas), Bagian 2(tengah atas), Bagian 3(kanan atas), Bagian 4(kiri bawah) dan Bagian 5(kanan bawah). (Sumber: Wijaya, 2022)

Perancangan ini menghasilkan buku Ensiklopedia dengan *augmented reality*. dengan 24 halaman yang dibagi menjadi 5 bagian, antara lain:

1. Bagian 1 Apa Itu Mamalia Laut ?

Bagian ini menjelaskan asal usul penamaan mamalia laut, latar belakang, ciri ciri dasar, tipe mamalia laut. Tampilan terlihat digambar 6(kiri atas).

Bagian 2 Cetacea

Bagian ini menjelaskan tentang kelompok dari ordo *Cetacea*. Dan makhluk hidup apa saja yang termasuk dalam kelompok *Cetacea*. Tampilan terlihat digambar 6(kanan atas).

Bagian 3 Sirenia

Bagian ini menjelaskan tentang kelompok dari ordo *Sirenia*. Dan makhluk hidup apa saja yang termasuk dalam kelompok *Sirenia*. Tampilan terlihat digambar 6(kiri atas).

Bagian 4 Pinnipedia

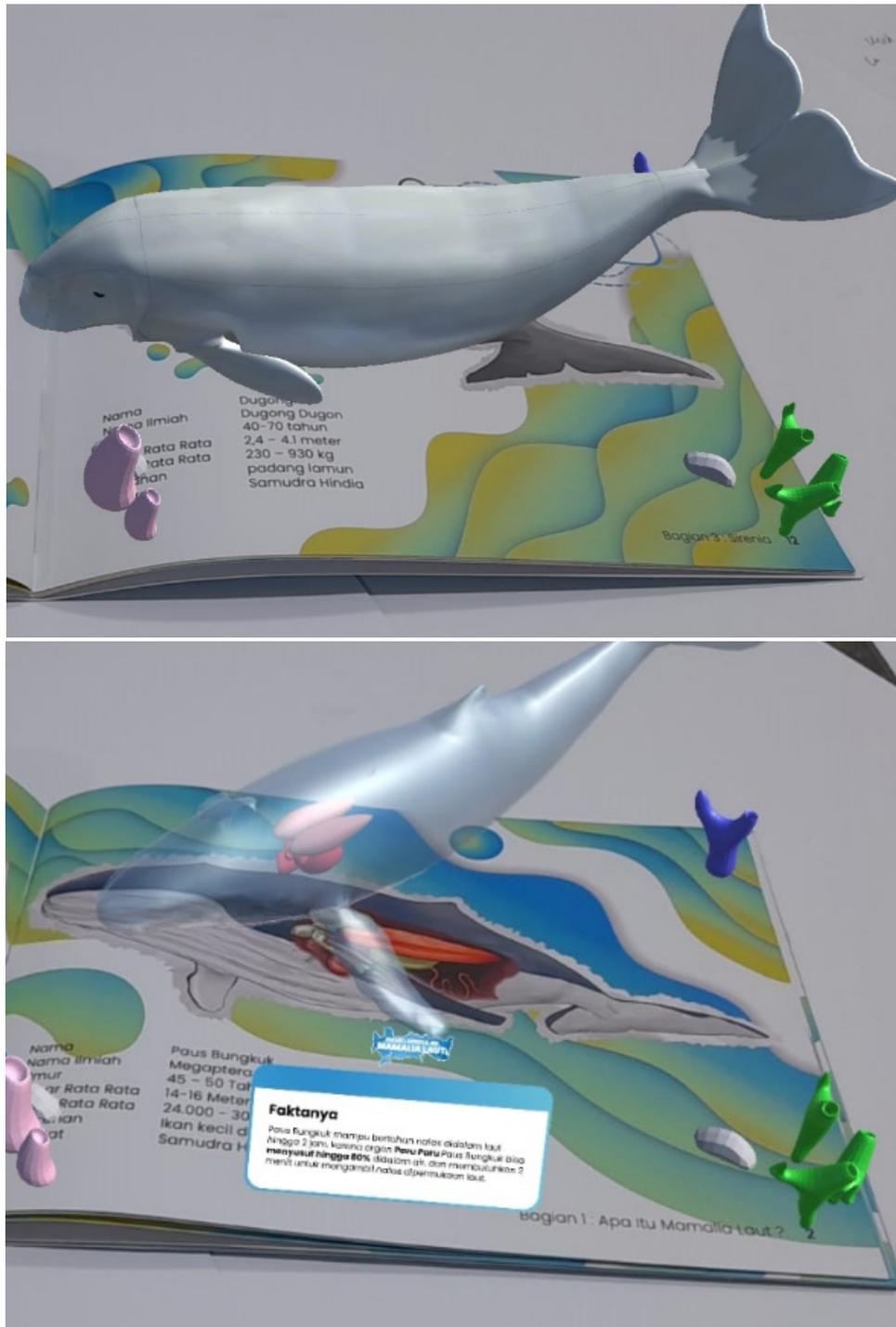
Bagian ini menjelaskan tentang kelompok dari ordo *Pinnipedia*. Dan makhluk hidup apa saja yang termasuk dalam kelompok *Pinnipedia*. Tampilan terlihat digambar 6(kiri bawah).

Bagian 5 Seputar Mamalia Laut

Bagian ini menjelaskan tentang peran mamalia laut dalam menjaga ekosistem serta menjaga bumi dengan cara nya. Tampilan terlihat digambar 6 (kanan bawah).

Augmented Reality

Augmented reality(AR) adalah teknologi yang memproyeksikan objek 2 atau 3 dimensi ke dunia nyata secara realtime. Dengan alat bantu elektronik yang memiliki kamera dan perangkat lunak yang mendukung seperti smartphone(Ahmad et al., 2022).



Gambar 6 Preview Augmented Reality. (Sumber: Wijaya, 2022)

Perancangan ini menggunakan augmented jenis Marker Based Tracking, adalah jenis AR yang membutuhkan pemicu sensor untuk menampilkan konten tersebut. Penggunaan teknologi AR ini di bidang edukasi mampu membuat penjelasan materi dan proses pembelajaran lebih menarik (Adrian et al., 2020). Sehingga diharapkan buku ensiklopedia 4D mamalia laut dapat diterima dengan mudah oleh target audience. Serta membuat target audience menjadi lebih tertarik dalam mengenal mamalia laut.

Media Pendukung

Media pendukung perancangan ini, digunakan sebagai salah satu strategi untuk menaikkan nilai karya utama. Dengan cara membuat paket bundling set Ensiklopedia Mamalia Laut.



Gambar 7 Konsep Media Pendukung. (Sumber: Wijaya, 2022)

Media pendukung yang terdiri dari dari Kaos dengan sablon ukuran 7x7cm di dada kiri, Poster Art Paper 150gsm A3(42x29.7 cm) *Orca*, *Totebag*(30x40cm) dengan material white baby canvas, Stiker Vinyl A5(14.8x21 cm) dengan potongan *kiss cut*, pembatas buku(12cmx4cm) dengan seri ordo cetacea, sirenia, dan pinnipedia berbahan Art Carton 260gsm, Gantungan Kunci(6x6cm) dengan seri ordo cetacea, sirenia, dan pinnipedia berbahan akrilik 1.5mm cetak 2 sisi, serta tumbler(7x7x22 cm) berbahan dasar stainless steel tipe 304.

Media Promosi

Media promosi dibuat untuk tujuan mengedukasi dan memperkenalkan produk ke masyarakat umum. Fungsi dari promosi adalah cara produsen menawarkan dan membuat menarik produk atau jasanya ke calon konsumen. Sehingga mampu memberikan efek kenaikan angka penjualan(Kurnianingsih & Sugiyanto, 2020).



Gambar 8 Konsep Media Promosi. (Sumber: Wijaya, 2022)

Salah satu media promosi yang digunakan adalah sosial media(1080x1080px). Alasannya, karena penyebaran iklan di sosial media dapat diatur. Dengan menyesuaikan target *audience* yang diinginkan. Diharapkan mampu menarik minat *audience* untuk membeli buku tersebut.

SIMPULAN & REKOMENDASI

Melalui perancangan ini, dapat ditemukan bahwa minimnya inovasi pada salah satu bidang. Dapat membuat bidang tersebut menjadi kurang diminati dan tidak dikenal. Maka dari itu pada hasil perancangan ini, diharapkan masyarakat umum terlebih target audience. Bisa lebih tertarik pada pengenalan mamalia laut, karena buku yang dirancang kali ini. menghadirkan inovasi teknologi augmented reality yang sedang ramai digunakan. Terlebih pemilihan warna, key visual, dan tipografi yang dipikirkan sedemikian rupa. Penyusunan cover, layout, dan pembagian bab yang telah diatur. Serta pemilihan strategi promosi dengan penambahan media pendukung serta media promosi yang diharapkan mampu meningkatkan angka penjualan. Juga diharapkan mampu menjadi sebuah buku yang benar bermanfaat di masyarakat umum.

DAFTAR PUSTAKA

Adrian, Q. J., Ambarwari, A., & Lubis, M. (2020). Perancangan Buku Elektronik Pada Pelajaran Matematika Bangun Ruang Sekolah Dasar Berbasis Augmented Reality. *Simetris: Jurnal Teknik Mesin, Elektro Dan Ilmu Komputer*, 11(1), 171–176. <https://doi.org/10.24176/simet.v11i1.3842>

Ahmad, I., Samsugi, S., & Irawan, Y. (2022). Penerapan Augmented Reality Pada Anatomi Tubuh Manusia Untuk Mendukung Pembelajaran Titik Titik Bekam Pengobatan Alternatif. *Jurnal Teknoinfo*, 16(1), 46. <https://doi.org/10.33365/jti.v16i1.1521>

Dafudin Salim. (2011). Konservasi Mamalia Laut (Cetacea) Di Perairan Laut Sawu Nusa Tenggara Timur. *Jurnal Kelautan: Indonesian Journal of Marine Science and Technology*, 4(1), 24–41. <https://journal.trunojoyo.ac.id/jurnalkelautan/article/view/888>

Ikhsan, M. (2013). Perancangan Buku Ilustrasi Ramayana-Kishdakanda. *Prosiding Seminar Nasional Sistem & Teknologi Infromasi (SNASTI)*, 10, 97–100.

Imawati, Y., & Chamidah, A. N. (2018). Efektivitas media berbasis augmented reality terhadap kemampuan anak tunarungu mengenal kebudayaan Yogyakarta. *JPK (Jurnal Pendidikan Khusus)*, 14(1), 26–34. <https://doi.org/10.21831/jpk.v14i1.25164>

Kurnianingsih, W., & Sugiyanto. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Nestle Indonesia. *Skripsi Respositari*, 1(1), 510–524.

Kusrianto, A. (2013). *Pengantar Tipografi*. Elex Media Komputindo.

Luzar, L. C., & Monica. (2011). Efek Warna Dalam Dunia Desain Dan Periklanan. *Humaniora*, 2(9), 1084–1096.

Maratus Syarifah. (2018). *Paus Perlu Diselamatkan Karena Peran Kotoran Mereka Bagi Dunia*. Nationalgeographic.Org. <https://nationalgeographic.grid.id/read/13927564/paus-perlu-diselamatkan-karena-peran-kotoran-mereka-bagi-dunia>

Maruta Gautama, N., Santosa, H., & Swandi, I. W. (2019). Pemanfaatan Warna Pada Poster Buku Cerita Bergambar Sejarah Pura Pulaki. *Jurnal Desain*, 7(1), 71. <https://doi.org/10.30998/jd.v7i01.3833>

Maulida, N., Anra, H., & Pratiwi, H. S. (2018). Aplikasi Pembelajaran Interaktif Pengenalan Hewan pada Anak Usia Dini. *Jurnal Sistem Dan Teknologi Informasi (JustIN)*, 6(1), 26. <https://doi.org/10.26418/justin.v6i1.23726>

Muliawat, F. D., & Bima, O. (2020). *Penyumbang Produksi Oksigen Terbesar di Bumi, Inilah Fitoplankton!* Ketik Unpad. <https://ketik.unpad.ac.id/posts/741/penyumbang-produksi-oksigen-terbesar-di-bumi-inilah-fitoplankton>

Nurmala R, Izzatin, M., & Mucti, A. (2019). Desain Pengembangan Buku Saku Digital Matematika SMP Berbasis Android Sebagai Media Pembelajaran Dalam Meningkatkan Minat Belajar Siswa. *Edukasia : Jurnal Pendidikan*, 6(2), 4–17. <http://jurnal.borneo.ac.id/index.php/edukasia/index>

Rustan, S. (2020). *Layout 2020* (2020th ed.). Gramedia Pustaka Utama. <https://www.suriantorustan.com/layout2020-buku-1-2/>

Shabrina Andrawini. (2018). *Pentingnya Mengenalkan Anak pada Dunia Bawah Laut Sejak Dini*. <https://travel.kompas.com/read/2018/04/29/171900727/pentingnya-mengenalkan-anak-pada-dunia-bawah-laut-sejak-dini>

Streit, A. K., & Erlyana, Y. (2019). “PELATIHAN MENGGAMBAR DENGAN MENGEKSPLORASI IMAGINASI DENGAN TEKNIK POP-UP” (RPTRA Dharma Suci-Jakarta). *Jurnal Pengabdian Dan Kewirausahaan*, 3(2), 100–107. <https://doi.org/10.30813/jpk.v3i2.1865>

Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Kualitatif dan R and D. In *Bandung: Alfabeta* (Issue April). Alfabeta. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=911046#>

Supangat, A. (2019, August). Kebisingan Laut: Isu Krusial Yang Terabaikan. *Mangobay Situs Berita Lingkungan*, 1. <https://www.mongabay.co.id/2019/08/16/kebisingan-laut-isu-krusial-yang-terabaikan/>

Widyasari, W., Yani, A. R., Wulandari, N., & Imani, E. C. (2021). Perancangan Board Game Edukasi Anti Bullying untuk Anak Sekolah Dasar. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 7(2), 298–316. <https://doi.org/10.33633/andharupa.v7i2.4243>

WWF. (2020). *Mamalia Laut*. WWF Indonesia. <https://www.wwf.id/spesies/mamalia-laut>

Perancangan Desain Kemasan untuk Origami Coffee Filter Kaldi Kraftware

Yolanda Ruth Theophanie Taruli Tumilisar
Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain,
Universitas Pelita Harapan
01023200037@student.uph.edu

Brian Alvin Hananto
Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain,
Universitas Pelita Harapan
brian.hananto@uph.edu

Lorentius Calvin
Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain,
Universitas Pelita Harapan
lorentius.calvin@uph.edu

Diterima: Mei, 2023 | Disetujui: Mei, 2023 | Dipublikasi: Agustus, 2023

ABSTRAK

Brand UMKM Kaldi Kraftware merupakan sebuah *brand social-preneur* yang memiliki tujuan untuk menciptakan sebuah produk yang berasal dari pengolahan sampah atau limbah botol plastik yang ditemukan di pantai maupun sungai khususnya di daerah Nusa Tenggara Barat. Untuk saat ini Kaldi Kraftware sedang dalam proses mengeluarkan produk baru yaitu *Origami Coffee Filter* dengan menggunakan bahan olahan botol plastik yang telah di daur ulang dan di olah. Permasalahan yang dihadapi dalam pembuatan desain berada di bagian *storytelling* dimana *brand* memiliki kesulitan dalam menyebar luaskan cerita mereka kepada para audiens. Dalam karya ilmiah ini, akan memfokuskan pembahasan pada proses pembuatan desain kemasan untuk *brand* Kaldi Kraftware dari pengumpulan data hingga evaluasi desain. Beserta dengan jenis metodologi yang digunakan dalam proses pembuatan desain. Selain itu, pembahasan akan masuk kedalam proses pembuatan desain yang menjabarkan berbagai alternatif yang diberikan dan juga hasil evaluasi yang diberikan secara langsung oleh pemilik.

Kata kunci: Kaldi Kraftware, Desain Kemasan, Proses Desain

PENDAHULUAN

Kaldi Kraftware merupakan sebuah brand UMKM atau *social-preneur* yang memfokuskan diri dalam mengelola sampah atau limbah botol plastik menjadi sebuah produk artisan yang dapat menjadi sebuah barang dengan nilai jual lebih. Nama dari Kaldi Kraftware berasal dari nama seorang mentor dari pemilik *brand*, dengan adanya dorongan dan bantuan mentor mereka akhirnya *brand* ini dapat berdiri dan diberikan nama Kaldi Kraftware sebagai dedikasi mereka kepada mentornya. Kaldi Kraftware sendiri memiliki sebuah tujuan yaitu menjadi sebuah *brand* yang tidak hanya berfokus dalam menciptakan atau memproduksi produk - produk artisan seperti piring maupun *coasters*, namun juga dapat memberikan dampak kepada pada masyarakat yaitu untuk mengurangi membuang limbah sampah botol plastik ke dalam lingkungan. Kaldi Kraftware memiliki audiens yang cukup luas dan beragam dalam penjualan produk mereka, mayoritas merupakan turis dari mancanegara dimana lokasi dari *brand* ada di dalam area pariwisata Indonesia. Namun disayangkan

bahwa audiens *brand* tersebut di masyarakat lokal masih kurang berkembang dan memiliki perputaran yang cukup lemah. Hal ini dikarenakan produk - produk artisan seperti ini kurang memiliki peminat yang banyak di Indonesia dibandingkan di luar negeri, sehingga jika di jual di dalam negeri melalui *platform online* akan kurang terjual. Maka dengan itu penjualan lebih difokuskan kepada penjualan *on the spot* maupun melakukan *drop* kepada toko - toko yang ada di NTB maupun Bali secara *offline*.

Dalam penjualannya di *market place*, brand Kaldi Kraftware merasa bahwa produk mereka akan rumit untuk terjual jika hanya dilakukannya *display* pada sebuah *showroom* saja atau pada toko - toko saja. Perlu nya peran konten yang dapat menjadi daya tarik bagi produk Kaldi Kraftware itu sendiri kepada para pembeli. Maka diperlukannya usaha untuk mendorong cerita latar belakang dari brand yang dapat dilakukan dalam kemasan itu sendiri maupun oleh SPG yang siap sedia untuk *standby* pada saat produk di pameran. Dalam kesempatan kali ini *brand* UMKM Kaldi Kraftware ingin menciptakan sebuah produk baru yang berupa *coffee filter* berbentuk origami Jepang. *Coffee Filter* ini nantinya akan dijual kepada target audiens yang berbeda dengan produk - produk sebelumnya, yaitu kepada pembisnis toko kopi kekinian.



Gambar 1 Origami Coffee Filter (CollaboratorBold Commerce, 2019)

Kaldi Kraftware sendiri tergolong sebagai sebuah *brand* UMKM yang termasuk cukup maju dalam masalah desain maupun estetika yang ingin mereka capai. Sebelum dilakukannya pembuatan desain kemasan ini, Kaldi Kraftware telah memiliki desain identitas visual mereka berupa sebuah logo (Gambar 2.) yang telah mereka gunakan di *platform* sosial media mereka. Logo mereka merupakan sebuah gambaran dari prinsip Kaldi Kraftware yaitu sebuah perkumpulan, berkumpul ditengah untuk berusaha menciptakan sebuah lingkungan yang bersih, sehat dan indah dengan kemampuan artistik dalam menciptakan sebuah produk artisan. Namun *brand* Kaldi masih belum memiliki sebuah kemasan tetap yang dapat digunakan untuk membungkus produk kepada para pembeli. Sama seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, Kaldi Kraftware masih memiliki kelemahan dalam bidang *storytelling* kepada para audiens. Maka dengan itu, proyek desain ini akan difokuskan kepada menciptakan sebuah desain yang fungsional bagi *brand* untuk gunakan dan memberikan pesan kepada audiens mengenai produk yang dijual.



Gambar 2 Logo Kaldi Kraftware (Zulfihardini, n.d.)

KAJIAN TEORI

Dalam sebuah desain kemasan mengandung perencanaan dan perancangan desain yang lengkap akan bentuk, struktur dan penampilan akan sebuah desain kemasan, yang digunakan sebagai sebuah luaran atau casing, mempromosikan sebuah brand, memberikan informasi, dan menjadi sebuah *brand experience* (Landa, 2013). Desain kemasan merupakan sebuah area spesialisasi akan desain grafis, hal ini dikarenakan seorang desainer kemasan harus memiliki pengetahuan mengenai berbagai faktor konstruksi dan teknis dari desain akan suatu kemasan. Pengetahuan mengenai material dan kualitas—seperti kaca, plastik, karton, dan besi—dan produksi, keamanan, display, daur ulang, manajemen regulasi dan standar kualitas, beserta dengan percetakan menjadi suatu keharusan untuk diketahui. Sebuah desain kemasan merupakan sebuah karya kolaborasi dengan desainer identitas visual, eksekutif marketing, pengembang produk, produksi, desainer industrial dan insinyur kemasan. Seorang desainer juga bekerja sebagai bagian dari grup tersebut untuk mengembangkan bentuk dasar akan kemasan, material dan struktur (Landa, 2013).

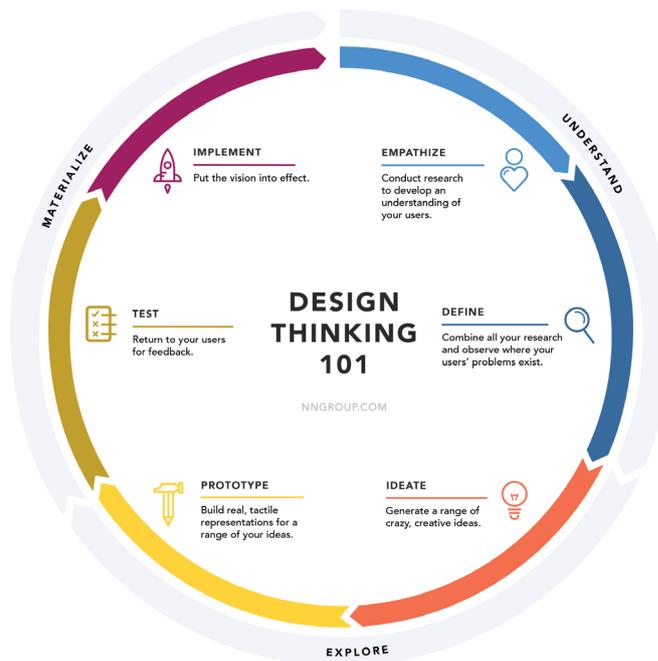
Bedasarkan dengan Robin Landa, terdapat beberapa kriteria mengenai sebuah desain kemasan dapat menjadi efektif. Hal Pertama merupakan mendesain secara tepat, dengan relevansi untuk produk, brand dan target audiens. Kedua, Pastikan desain memberikan kesan ketika berada di sebuah rak atau sebuah layar (ketika resolusi gambar dikurangi). Selanjutnya, bedakan desain dari kompetitor; pastikan sebuah desain dapat diidentifikasi oleh audiens. Keempat, Pertimbangkan bagaimana desain dapat masuk kedalam sebuah sistem identitas visual yang lebih besar. Kelima, pastikan legibilitas dan kejelasan akan informasi yang diberikan pada desain. Keenam, dalam konteks *display* pertimbangkan produk ketika berada diatas rak, kemasan pastinya akan dilihat secara jumlah yang banyak ketika diletakan diatas rak. Ketujuh, pertimbangkan pemilihan kode warna pada desain kemasan. Delapan, melakukan koordinasi desain terhadap perbedaan dan *unity* dengan rasa atau pilihan produk yang berbeda dalam sebuah *brand*. Sembilan, pastikan sebuah desain dapat terlihat didalam layar kaca, khususnya ketika sebuah produk akan dilihat secara *online* dengan audiens. Sepuluh, lakukanlah riset terhadap material dan konstruksi akan desain kemasan. Terakhir, gunakanlah material yang dapat di daur ulang dan tidak beracun (Landa, 2013).

Sebagian besar dari kemasan ter*display* secara jumlah banyak diatas sebuah rak, hal ini memberikan gambaran terhadap sebuah efek kumulatif akan kemasan yang diatur sedemikian rupa secara sejajar di atas rak beserta dengan bagaimana sebuah brand dapat bersaing dengan yang lain. Bagaimana ketika sebuah produk di letakan di rak? Apakah akan membentuk sebuah pola yang menyatu?

Dengan itu sebuah kemasan menjadi sangat penting untuk dapat memiliki desain yang menarik, terbaca dan tepat untuk para audiens dan pasar ketika dijual.

METODOLOGI

Dalam proses pembuatan desain packaging dari Kaldi Kraftware, tahapan yang digunakan merupakan tahap *Design Thinking Process*. *Design Thinking Process* merupakan sebuah tahapan untuk memahami kebutuhan seorang klien, mengesampingkan asumsi, mendefinisikan kembali masalah, dan menciptakan sebuah solusi inovatif untuk hasil dan evaluasi sebuah produk. Tahapan ini di bagi menjadi 5 tahap yaitu *Empathy*, *Define*, *Ideate*, *Prototype* dan *Test* (*What Is Design Thinking?*, n.d.).



Gambar 3 Bagan *Design Thinking Process* (Gibson, 2016)

Empathy merupakan tahap utama dari sebuah *Design Thinking Process* dimana dalam proses ini seorang desainer melakukan sebuah pengumpulan data atau riset terhadap pemahaman dari kebutuhan yang diperlukan seorang klien. Hal ini dilakukan dengan mengesampingkan segala asumsi yang dimiliki untuk mendapatkan wawasan tentang dunia klien dengan mengamati dan berkonsultasi dengan klien. Dengan cara ini, mereka dapat memahami pengalaman, motivasi dan masalah yang perlu kita selesaikan dalam desain yang akan diciptakan (*What Is Design Thinking?*, n.d.). Dalam mengumpulkan data, proses dilakukan dengan melakukan wawancara secara langsung dengan pemilik brand UMKM. Wawancara dilakukan dengan tujuan untuk melengkapi segala informasi mengenai brand, mulai dari latar belakang dari brand, filosofi yang ingin dicapai hingga arti dari media desain yang telah ada sehingga dapat dilakukannya penentuan apakah perlu diganti atau dikembang lebih dalam lagi.

Dengan data yang sudah terkumpul, tahap selanjutnya merupakan *Define*. Tahap ini mengfokuskan seorang desainer dalam mengakumulasi data yang telah terkumpul dari tahap sebelumnya. Di dalam tahap ini juga seorang desainer melakukan observasi untuk mencari inti dari permasalahan yang sedang dihadapi seorang klien sehingga dapat melanjutkan proses desain untuk menciptakan sebuah solusi terhadap permasalahan yang

telah diidentifikasi. Pada tahap ketiga yaitu *Ideate* atau tahap *brainstroming* dimana dalam proses ini seorang desainer dapat harus memberikan solusi kepada permasalahan yang telah diidentifikasi. Dengan data yang telah dikumpulkan dan permasalahan yang sudah diketahui, desainer harus melihat akan alternatif cara maupun solusi untuk melihat sebuah permasalahan dan menyelesaikannya (*What Is Design Thinking?*, n.d.).

Pada tahap keempat yaitu *Prototype*, memiliki tujuan utama yaitu untuk dapat menciptakan sebuah solusi dalam bentuk visual yang dapat menyelesaikan segala permasalahan yang telah diidentifikasi sebelumnya. Hal ini dapat dilakukan mulai dari menciptakan sketsa kasar dari sebuah desain, dalam kasus kali ini merupakan sketsa kasar dari desain kemasan yang ingin diciptakan. Hingga dapat menghasilkan sebuah desain yang cukup matang sehingga dapat dipersembahkan kepada klien. Terakhir merupakan tahap *Test*, dimana pada tahap ini dilakukannya evaluasi terhadap desain yang telah terciptakan. Walaupun tahap ini merupakan tahap terakhir dalam *Design Thinking Process*, namun proses ini akan terus - menerus berulang. Sebuah desain akan dapat terus berubah tergantung dengan bagaimana seorang melihatnya maupun berdasarkan permasalahannya. Dalam tahap ini, proses *test* merupakan proses *preview* kepada klien sehingga desain dapat menghasilkan sebuah hasil yang maksimal sesuai dengan keinginan klien (*What Is Design Thinking?*, n.d.).

PEMBAHASAN

Pengumpulan Data & Analisis

Bedasarkan dengan hasil dari wawancara dengan pemilik Kaldi Kraftware pengumpulan dapat dilakukan dan menghasilkan informasi yang dapat digunakan dan memudahkan proses desain dari kemasan Kaldi Kraftware. Pada tahun 2019, kedua adik kakak bernama Martha dan Julian pindah ke Nusa Tenggara Barat dan memulai bisnis mereka disana. Martha merupakan seorang sarjana kimia dari Universitas Udayana di Bali, ketika melakukan riset ia menemukan banyak teknik artistik untuk meleburkan dan membentuk plastik daur ulang. Nama dari Kaldi Kraftware berasal dari nama seorang mentor, dimana pada tahun 2019 pemilik *brand* memiliki sebuah mentor dari Spanyol bernama Kaldi. Melalui pengalaman mereka terhadap sampah yang bersebaran di pantai dan sungai yang tersumbat dengan plastik, sampah terbakar dan lain - lain, mereka mengetahui bahwa perlu nya dilakukan usaha untuk menciptakan perbedaan yang lebih baik lagi untuk lingkungan. Dengan dorongan dan bantuan mentor mereka, pada akhirnya *brand* ini dapat berdiri dan diberikan nama Kaldi Kraftware sebagai bentuk dedikasi pemilik kepada mentornya.

Kaldi Kraftware sendiri memiliki sebuah tujuan yaitu menjadi sebuah *brand socialpreneur* yang tidak hanya berfokus dalam menciptakan atau menghasilkan produk - produk artisan seperti piring maupun *coasters*, namun juga dapat memberikan pengaruh baik kepada masyarakat yaitu untuk dapat mengurangi membuang limbah sampah botol plastik ke dalam lingkungan khususnya di pantai. Pada umumnya, *Brand* memiliki audiens yang cukup luas dan beragam dalam penjualan produk mereka, mayoritas merupakan turis yang berasal dari mancanegara dimana lokasi *brand* berada di dalam area pariwisata Indonesia yaitu di Nusa Tenggara Barat. Namun berdasarkan penjualan yang telah dilakukan oleh *brand*, audiens dari Kaldi Kraftware dalam masyarakat lokal masih kurang berkembang dan memiliki perputaran barang yang cukup lemah. Hal ini terjadi karena produk artisan seperti yang dijual oleh *brand* tidak memiliki peminat yang banyak di Indonesia dibandingkan dengan audiens di luar negeri, Hal ini mengakibatkan penjual di dalam negeri kurang dapat diandalkan.

Dalam penjualannya di *market place*, Kaldi Kraftware merasa bahwa produk mereka sulit untuk terjual jika hanya melakukan *display* pada sebuah *showroom* saja atau diletakan di atas rak sebuah toko saja. Berdasarkan data pemilik, peran dari konten dapat menjadi daya tarik bagi produk Kaldi Kraftware kepada pembeli. Dengan itu, diperlukannya usaha untuk

mendorong cerita latar belakang dari brand yang dapat diletakan pada desain kemasan maupun oleh SPG yang sedia untuk *standby* pada saat produk di pameran. Dalam kesempatan kali ini *brand* UMKM Kaldi Kraftware ingin menciptakan sebuah produk baru yang berupa *coffee filter* berbentuk origami Jepang. *Coffee Filter* ini nantinya akan dijual kepada target audiens yang berbeda dengan produk - produk sebelumnya, yaitu kepada pembisnis toko kopi kekinian.

Kaldi Kraftware sendiri telah memiliki logo yang merupakan sebuah gambaran dimana berada sebuah perkumpulan, perkumpulan tersebut memiliki arti yaitu berkumpul di tengah untuk berusaha menciptakan sebuah lingkungan yang bersih, sehat dan indah dengan kemampuan artistik dalam menciptakan sebuah produk artisan. Selain itu terdapat sebuah motif pada logo yang menggambarkan sebuah visual anyaman dimana menunjukkan kesan *craftware* dari *brand* sebagai sebuah *brand social preneur* yang memfokuskan produksi pada produk kerajinan. Dalam pemilihan warna, warna yang digunakan pada logo merupakan warna merah yang memiliki arti yaitu semangat. Semangat disini adalah semangat dalam berkarya dan menjunjung tinggi kampanye *brand* yang dijalankan. Namun jika dapat diberikan alternatif, penggunaan warna biru juga dapat digunakan karena menandakan warna dari botol sampah yang sering ditemukan merupakan botol plastik dengan warna biru. Selain itu juga terdapat warna hijau, warna hijau digunakan untuk menggambarkan kesan *go green* yang dimiliki oleh *brand* Kaldi Kraftware sebagai sebuah *social preneur* yang peduli dengan kesehatan dari lingkungan di NTB. Dalam desain kemasan yang ingin diciptakan, hal yang ingin dicapai merupakan *storytelling* dari *brand* yang ingin disampaikan kepada masyarakat luas mengenai kampanye mereka terhadap lingkungan sekitar mereka. Maka perlu di pikirkan bagaimana dapat mengolah informasi tersebut kepada para audiens melalui desain kemasan tersebut.

Proses Pembuatan Desain Kemasan

Pada pembuatan desain kemasan, dilakukan proses desain dengan memberikan alternatif kepada pemilik brand sehingga pemilik dapat melihat gambaran desain yang dapat dicapai. Berdasarkan dengan data yang telah terkumpulkan dari analisis yang telah dilakukan, terkumpulkan beberapa kata kunci yang akan dibagi menjadi 3 konsep utama. Kata kunci tersebut merupakan *Unique*, *Artistic*, *Innovative* dan menjunjung *Sustainability (Eco-Friendly)*. Kata kunci *Unique* memiliki arti diambil dari Kaldi Kraftware yang merupakan sebuah *social preneur* yang memiliki misi dalam menciptakan lingkungan yang bersih. Kara kunci *Artistic*, berasal dari kemampuan *brand* dalam menciptakan sebuah produk artisan dengan mengelola sampah atau limbah botol plastik. Kata kunci *Innovative*, diambil dari *brand social preneur* yang *sophisticated* dalam bidangnya. Terakhir merupakan *Sustainability (Eco-Friendly)*, kata kunci ini diambil dari misi *brand* dimana ingin menciptakan sebuah lingkungan yang bersih, sehat dan indah melalui produk - produk mereka.

Melalui kata kunci tersebut, konsep dapat dibagi menjadi 3. Konsep pertama merupakan desain kemasan dengan menggunakan kata kunci *Sustainable*, *Eco-Friendly* dan *Unique*. Seperti dengan kata kunci yang terkumpulkan di konsep ini, kesan yang ingin dicapai merupakan desain yang dapat menunjukkan misi mereka dalam menciptakan lingkungan yang bersih dari sampah botol plastik atau secara singkat menjunjung misi *go green*. Maka dalam perancangan desain, *moodboard* yang diciptakan memiliki penggunaan warna yang mayoritas berwarna hijau. Hijau disini digunakan sebagai simbol dari *go green* yang ingin dicapai. Selain itu ada juga penggunaan *typography*, dimana *typography* yang digunakan merupakan "Thunderhouse" sebagai *Headline* dan "New Spirit" sebagai *body text*. *Typography* tersebut digunakan untuk menekankan kesan *Unique* yang ingin dicapai dalam konsep desain.

Moodboard



Gambar 4 Moodboard Konsep Desain 1

Untuk desain dari konsep pertama, digunakan warna *creme* sebagai warna dasar dari desain beserta dengan aksent hijau tua. Informasi yang terletak pada kemasan, telah disiapkan oleh pemilik *brand* sehingga proses desain dapat lebih difokuskan kepada *layouting* desain dari kemasan. Identitas Visual dari *brand* diletakkan di bagian atas dari kotak dimana diletakkan logogram dari Kaldi Kraftware dan juga pada bagian depan diletakkan logotype yang digunakan juga sebagai *headline* dari desain kemasan. Selain itu pada desain digunakannya juga ilustrasi sebagai penekanan akan kesan *Unique* yang ingin dicapai.



Front side

Back side

Gambar 5 Desain Kemasan Konsep Desain 1

Pada konsep kedua, kata kunci utama yang digunakan merupakan *Sustainable*, *Sophisticated*, *Innovative* dan *Artistic*. Pada konsep ini, kesan yang ingin ditekankan merupakan kesan *Sophisticated* dimana *brand* Kaldi Kraftware sendiri telah memiliki sebuah identitas visual yang cukup kuat sebagai sebuah *brand social preneur* yang terkesan premium namun murah. Maka desain ingin diciptakan dengan memberikan kesan dewasa di dalamnya, moodboard dari desain mayoritas memiliki kesan warna merah dan menggambarkan sebuah kesan yang berhubungan dengan kopi.

Moodboard



Gambar 6 Moodboard Konsep Desain 2

Untuk desain dari konsep kedua, desain ini diambil inspirasi langsung dari logo yang telah dimiliki dari *brand*, dimana logo dari Kaldi Kraftware sendiri memiliki kesan yang cukup premium dan terkesan dewasa. Logogram ditempatkan pada bagian atas dari desain kemasan dan di tekankan dengan melakukan *oversize* sehingga logo sedikit terpotong di bagian atas dari kemasan. Selain itu terdapat logotype juga yang menggunakan *typography* utama yaitu 'Market Deco' yang memiliki bentuk yang cukup *retro* sehingga memberikan kesan dewasa di dalamnya. Selain dari *typography headline* yang digunakan oleh logotype, terdapat juga *typography* untuk *body text* dari desain kemasan yaitu 'Aktiv Grotesk'. Pemilihan warna diambil dari warna utama dari logo yang telah ditetapkan oleh pemilik *brand*. Selain itu terdapat juga ilustrasi yang digunakan sebagai gambaran terhadap produk yang ada di dalam kemasan. Ilustrasi merupakan bentuk dari origami coffee filter dalam wujud vektor.



Front side



Back side

Gambar 7 Desain Kemasan Konsep Desain 2

Pada konsep desain terakhir, kesan yang ingin ditekankan merupakan *Artistic, Unique dan Youthful*. Dalam pembuatan konsep desain terakhir ini, hal yang ingin ditunjukkan merupakan bagaimana cara sehingga sebuah desain kemasan dapat diminati oleh para

anak muda. Hal ini dikarenakan, *coffee culture* merupakan sebuah budaya yang umumnya terjadi dikalangan anak muda. Maka dengan itu kesan *Youthful* menjadi fokus utama dalam pembuatan desain, namun tidak menghilangkan kesan *Artistic*, *Unique* dan juga prinsip - prinsip yang telah ditetapkan oleh brand. Dalam *moodboard*, dapat dilihat bahwa pemilihan warna menggunakan kesan yang terang dan menonjol. Selain itu terdapat juga penggunaan elemen vektor yang dapat menarik mata para pembeli.



Gambar 8 Moodboard Konsep Desain 3

Sama dengan desain konsep pertama, warna dasar yang digunakan merupakan warna *creme* sebagai dasar dari desain kemasan. Namun terdapat juga aksent warna yaitu warna merah, hijau dan hitam di dalam desain kemasan. Berbeda dengan kedua desain sebelumnya, desain dari kemasan kali ini terlihat *continuous* dari bagian depan dari kemasan memutar hingga keempat sisi dari kemasan berhubungan. Untuk elemen *typography* yang digunakan masih sama dengan konsep desain kedua dimana menggunakan 'Market Deco' sebagai *Headline* dan 'New Spirit' sebagai *body text* dari desain. Terdapat juga ilustrasi vektor pada desain, dimana menggambarkan origami *coffee filter* secara 2D ada desain kemasan.



Front side

Back side

Gambar 9 Desain Kemasan Konsep Desain 3

Evaluasi Desain

Dalam dilakukannya *preview* dan evaluasi secara langsung dengan pemilik *brand*, desain yang diminati dan di rasa dapat mencapai dengan tujuan dari pemilik brand merupakan desain konsep kedua. Desain konsep kedua diakui memiliki kesan yang dapat digunakan untuk menjual produk kepada target audiens kali ini yang merupakan pebisnis toko kopi kekinian. Selain dengan itu, desain juga miliki elemen sintaks atau sama dengan desain dari identitas visual yang telah terciptakan oleh *brand* sebelumnya.



Front side



Back side

SIMPULAN & REKOMENDASI

Bedasarkan hasil pembuatan desain hingga evaluasi yang telah terjadi bersama dengan pemilik *brand*, penulis merasa desain yang terciptakan cukup berhasil dalam menciptakan sebuah desain yang dapat menggambarkan tujuan dari brand dalam menciptakan sebuah desain kemasan yang dapat menceritakan latar belakang dari *brand* dan tidak mengubah elemen apa pun yang sudah ada di dalam brand. Hal ini dilihat dari *feedback* yang diberikan oleh brand dan seberapa lancar desainer dengan pemilik *brand* dalam menciptakan sebuah kesepakatan dalam menentukan bentuk akhir dari desain yang diinginkan. Dari proses pembuatan desain hingga tahap akhir yaitu *Final Artwork* dari desain kemasan, penulis merasa bahwa terdapat banyak sekali hal - hal positif yang dapat dipelajari. Hal tersebut seperti, ketika penulis untuk pertama kali belajar untuk bagaimana berkomunikasi dengan klien dalam mengumpulkan data untuk analisis hingga dalam menentukan desain seperti apa yang akan menjadi desain *final* untuk kemasan produk kali ini.

Dengan adanya komunikasi yang baik dengan para pemilik UMKM, penulis merasa bahwa proses mendesain dapat berjalan dengan lancar tanpa konflik yang terjadi antar desainer dengan klien. Dengan itu, penulis merekomendasi untuk para pembaca yang tertarik dalam melakukan pembuatan desain yang melibatkan klien untuk menjalin hubungan komunikasi yang baik dan aktif dengan klien sehingga proses dalam pengumpulan data maupun *feedback* dapat berjalan dengan baik dan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

CollaboratorBold Commerce. (2019, July 7). *Origami Coffee Dripper*. Kurasu. https://cdn.shopify.com/s/files/1/0801/9439/files/s_D819FFA8-5B8E-48A8-A0F8-E1332B75E0D-D_1024x1024.JPG?v=1562430614

Gibson, S. (2016, July 31). *Design Thinking 101*. Nielsen Norman Group. https://media.nngroup.com/media/editor/2016/07/29/designthinking_illustration_final-01-01.png

Klimchuk, M. R. (n.d.). *Packaging Design: Successful Product Branding From Concept to Shelf, 2nd Edition*. O'Reilly Online Learning. <https://www.oreilly.com/library/view/packaging-design-successful/9781118358603/chap02-sec001.html>

Landa, R. (2013). *Graphic Design Solutions*. Cengage Learning.

What is Design Thinking? (n.d.). The Interaction Design Foundation. <https://www.interaction-design.org/literature/topics/design-thinking>

What is Empathize? (n.d.). The Interaction Design Foundation. <https://www.interaction-design.org/literature/topics/empathize>

Zulfihardini, J. (n.d.). *Kaldi Kraftware Logo*.

Perancangan Desain UI/UX untuk Aplikasi Restoran Makanan Sehat Grains of Glory

Caroline Heliawanto

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain,
Universitas Pelita Harapan
01023190036@student.uph.edu

Ellis Melini

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain,
Universitas Pelita Harapan
ellis.melini@uph.edu

Diterima: Maret, 2021 | Disetujui: Maret, 2021 | Dipublikasi: April, 2021

ABSTRAK

Aktivitas masyarakat urban yang padat menyebabkan adanya tuntutan kemudahan dan kepraktisan dalam berbagai hal. Berbagai industri, khususnya di bidang retail, memanfaatkan teknologi informasi untuk meningkatkan efisiensi transaksi dengan para pelanggan. Industri *food and beverage* merupakan salah satunya, di mana terjadi peningkatan dalam pemesanan makanan secara *online* melalui aplikasi *smartphone*. Melihat hal ini, Grains of Glory berusaha memanfaatkan teknologi untuk mengajak dan memfasilitasi masyarakat dalam memulai gaya hidup yang lebih sehat. Untuk mencapai tujuan tersebut, Grains of Glory berencana merancang aplikasi pemesanan makanan dengan basis *smartphone*.

Perancangan proyek ini terdiri atas empat tahap, yaitu (1) memahami kebutuhan user, (2) pengumpulan dan analisis data, (3) penentuan konsep perancangan dengan menentukan *keyword* dan *moodboard* desain yang dilanjutkan dengan sketsa dan pembuatan berbagai *assets* dalam bentuk komponen serta *design guidelines*, (4) pembuatan *prototype* aplikasi menggunakan Figma.

Perancangan aplikasi ini telah berhasil memenuhi tujuannya melalui adanya pemilihan elemen *interface* dan *flow* dari aplikasi yang dirancang berdasarkan kaidah UI/UX untuk dapat memudahkan *user*. Selain itu, integrasi fitur-fitur yang relevan seperti rekomendasi makanan, informasi gizi yang jelas, serta perhitungan kalori memungkinkan *user* untuk membuat pilihan yang tepat dalam menjalani gaya hidup sehat.

Kata Kunci: Grains of Glory, Mobile Application, Usability, Lifestyle App, UI/UX

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Seiring perkembangan teknologi, penggunaan aplikasi untuk pemesanan makanan semakin marak digunakan untuk mempermudah kehidupan masyarakat, khususnya di wilayah perkotaan, yang semuanya harus dapat dilakukan dengan mudah dan cepat. Melihat keadaan ini, banyak industri yang mulai menggunakan internet dan aplikasi *mobile* untuk menyajikan informasi dan memberikan kemudahan bagi masyarakat perkotaan (Payara & Tanone, 2018). Grains of Glory merupakan sebuah *brand* lokal untuk makanan sehat yang berdiri sekitar bulan Mei 2020 dan berada di bawah naungan Ateria Group, yang memiliki konsep sangat berbeda dan tidak berfokus pada penjualan dan promosi produk secara *hard selling*. Grains of Glory (untuk selanjutnya dipersingkat menjadi GoG)

memilih untuk dapat mengajak masyarakat Indonesia khususnya yang tinggal di wilayah perkotaan Jakarta untuk dapat memulai gaya hidup sehat.

Menurut Jacob Salomo, *marketing director* dari GoG, *brand* ini didirikan dengan melihat gaya hidup masyarakat perkotaan khususnya di wilayah Jakarta pada saat ini. Kebanyakan masyarakat perkotaan tidak dapat dipisahkan dengan gaya hidup yang instan dan praktis lantaran kehidupannya yang sudah cukup sibuk dan padat (Zuliatunis, 2019). Oleh karenanya, aneka industri telah mulai memanfaatkan berbagai teknologi dan memasuki fase di mana semua dituntut untuk mudah dan serba praktis.

Dengan demikian, GoG berusaha untuk dapat memberikan kemudahan pada masyarakat perkotaan, khususnya yang tinggal di wilayah Jakarta untuk dapat memulai hidup yang lebih sehat melalui satu aplikasi. Aplikasi GoG direncanakan menjadi aplikasi dengan fitur *nutrition counter* yang menjadi solusi untuk dapat mengatur pola makan menjadi lebih sehat, serta *event & point collection* untuk mendorong penggunaannya mengikuti kegiatan kesehatan seperti acara olahraga bersama.

Identifikasi Masalah

Setelah menguraikan latar belakang, masalah yang teridentifikasi adalah sebagai berikut:

1. Adanya kebutuhan masyarakat perkotaan (khususnya wilayah Jakarta) untuk dapat dengan mudah mengatur hidup dan pola makannya menjadi lebih sehat dengan bantuan aplikasi digital.
2. Belum terdapat adanya aplikasi sejenis dengan Grains of Glory sehingga memerlukan analisis yang lebih mendalam terkait *user interface* (UI) dan *user experience* (UX).

Tujuan Perancangan

Tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah untuk merancang aplikasi yang dapat membantu *user* dalam menerapkan gaya hidup sehat, sesuai dengan kaidah UI/UX.

KAJIAN TEORI

User Experience

User experience (UX) dapat didefinisikan sebagai proses atau garis besar untuk memandu penggunaan produk dengan lebih sederhana dan mudah untuk diakses. Prinsip-prinsip UX yang hendak dicapai adalah: *focus on your users, focus on business, digestibility, clarity, familiarity, data-informed design, validate designs, design consistency, dan technology flexibility* (Deacon, 2020).

User Interface

Menurut Deacon (2020), *user interface* adalah bagaimana *user* dapat berinteraksi dengan *device*. Dalam hal ini, *user interface* memiliki kaitan yang erat dengan *user experience*, oleh karena itu perancangan desain pada umumnya akan melihat dan menganalisis *user* yang akan menggunakan produk tersebut. *Usability* merupakan hal penting yang perlu diperhatikan ketika akan merancang sebuah *interface*. *Usability* dapat dibagi dalam lima subkomponen yaitu: *learnability, efficiency, memorability, errors, dan satisfaction*.

Prototype

Prototype merupakan representasi awal dari sebuah ide yang dibuat untuk berkomunikasi dengan orang lain atau untuk diuji oleh *user*, dengan tujuan untuk dapat menyempurnakan dan mengembangkan ide dari waktu ke waktu (McElroy, 2016).

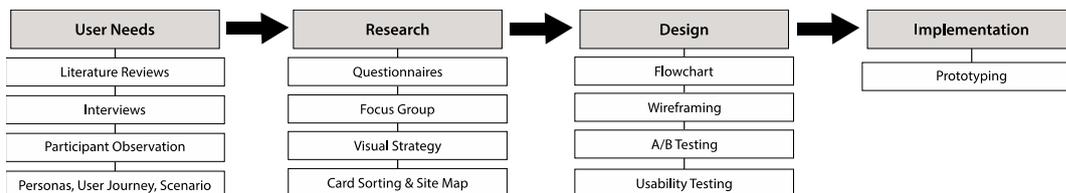
Prototyping digunakan untuk memenuhi kebutuhan awal pengembangan sebuah perangkat dan untuk menguji alur kerja program berdasarkan fungsionalitas sistem yang diperlukan.

Terdapat tiga jenis *prototype*, masing-masing memiliki tujuan dan fungsi yang berbeda, yaitu: *low-fidelity wireframe*, *high-fidelity wireframe*, dan *HTML prototype*.

METODOLOGI

Tahapan Perancangan

Perancangan aplikasi untuk GoG ini didasarkan pada metode yang dikemukakan oleh Pamala B. Deacon (2020), namun skala dan lingkungannya disesuaikan dengan kebutuhan dan sumber daya yang ada.



Gambar 1 Diagram Tahapan Perancangan UX dan UI (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2022)

Dalam tahap **user needs** dilakukan beberapa metode, yaitu studi pustaka, *participant observation* dengan ikut serta berpartisipasi dalam kegiatan komunitas *target market*, *interviews* dengan narasumber dari GoG, serta membuat *personas*, *user journey* dan *scenario* (untuk mendapatkan gambaran terkait kebutuhan, perasaan, dan persepsi *user* dari sebelum, sedang, maupun sesudah menggunakan produk).

Pada tahap **research**, dibuat kuisisioner yang akan dibagikan kepada *target market* untuk dapat memahami kebutuhan perancangan aplikasi. Selain itu, dilakukan juga metode *focus group* dengan melibatkan suatu kelompok untuk saling menyampaikan opini terkait dengan produk yang akan dirancang. Setelahnya, ditentukan strategi visual yang akan digunakan dalam proses perancangan, dilanjutkan dengan pembuatan *site map* berdasarkan proses *card sorting* untuk dapat menentukan penempatan halaman dan konten pada aplikasi.

Kemudian pada tahap **design**, penulis merancang *flowchart* terlebih dahulu untuk dapat menentukan *flow* dari aplikasi. Selanjutnya, dibuatlah *wireframing* yang berupa *low-fidelity wireframe* yang merupakan kerangka kasar dari tampilan aplikasi, kemudian *high-fidelity wireframe* yang merupakan tampilan secara final yang sudah menggunakan elemen visual desain. Hasilnya kemudian diuji dengan metode *A/B testing* dan *usability testing*.

Tahap akhir, **implementation**, merupakan proses *prototyping* setelah mempertimbangkan penggunaan desain visual yang sebelumnya telah ditentukan dengan menyesuaikan masukan dari *user*. Hasil *prototype* final dari proyek ini berupa *mockup* dalam format aplikasi Figma.

PEMBAHASAN

Creative Brief

Creative Brief merupakan sebuah dokumen tertulis yang dibuat dengan tujuan agar semua pihak dapat memahami kebutuhan dan ekpektasi dilaksanakannya proyek tersebut (Usmani, 2022). Dalam proses perancangan ini, *creative brief* didapatkan melalui proses wawancara dengan narasumber dalam bentuk lisan.

Tabel 1 Creative Brief Grains of Glory.

Positioning	GoG merupakan <i>brand</i> yang menyediakan kebutuhan nutrisi dan juga gaya hidup bagi calon konsumennya
Purpose	Tujuan didirikannya <i>brand</i> ini adalah untuk dapat memfasilitasi orang-orang dengan gaya hidup sehat, tidak hanya melalui makanan namun juga dalam segi <i>lifestyle</i> .
Mission	Mengajak masyarakat untuk memulai gaya hidup sehat
Culture	Mengusung gaya hidup sehat di tengah kesibukan dan kehidupan masyarakat urban
Personality	<i>Healthy, welcoming, approachable, provided</i>
Target Market	Masyarakat urban, berusia 25-40 tahun untuk segala <i>gender</i> namun dengan gaya hidup yang sehat
Growth	Dalam beberapa tahun ke depan dapat menjadi <i>leading brand</i> kategori <i>healthy food</i> di Indonesia
Desired Perception	Sebuah <i>brand</i> makanan sehat yang tidak hanya menyediakan kebutuhan makanan namun juga <i>lifestyle</i> bagi calon konsumennya.
Competition	The Super Grain
Objective	Menunjukkan adanya kesan <i>welcoming</i> meskipun merupakan <i>brand</i> FnB makanan sehat yang umumnya dianggap membosankan.

Personas

Menurut Deacon (2020), sebelum merancang *interface* sebaiknya desainer mengetahui dulu kebutuhan *target users* secara lebih spesifik. Salah satu metode yang umum digunakan untuk itu adalah *personas*, yaitu menyusun sebuah profil atau persona *user* dengan menuliskan informasi seperti identitas, demografis, tujuan, gaya hidup dan sebagainya. Pembuatan *persona* melibatkan analisis data pelanggan dan melakukan wawancara. Berikut ini merupakan contoh *persona* atau gambaran dari *user* untuk aplikasi GoG berdasarkan wawancara yang telah dilakukan penulis.



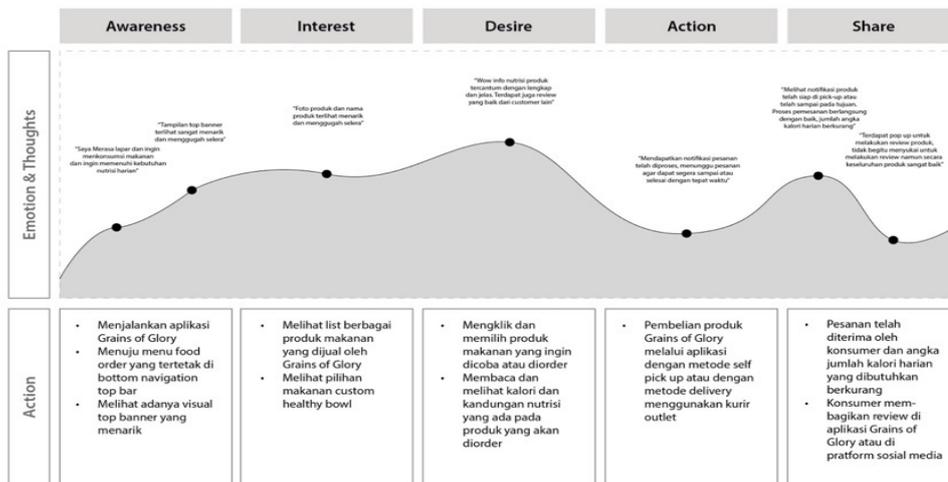
Gambar 2 Persona Model 1
 (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2022)

Nama: Alexa Tiara
Jenis kelamin: Perempuan
Usia: 24 tahun
Status: Belum menikah
Domisili: Jakarta, Indonesia
Pekerjaan: Senior Associate Consultant, PwC Indonesia
Pendidikan: University of New South Wales

Pendapatan: Rp 20.000.000
Pendidikan Akhir: Bachelor's degree
Personaliti: Extrovert, trendy, healthy lifestyle
Hobi: Gym, yoga, pilates, cooking, travelling
Cita-cita: Work-life balance

User Journey Maps

Setelah menentukan *persona*, desainer perlu memahami lebih lanjut tentang aktivitas dan pengalaman keseharian *target user*. *User journey map* dapat memberi gambaran lebih lengkap mengenai rutinitas sehari-hari dari *user* yang dijadikan sebagai *persona*, antara lain berupa tindakan, perasaan, persepsi, dan kerangka pikiran selama ia berinteraksi dengan suatu produk atau jasa dalam rentang waktu tertentu. Dengan mendokumentasikan rangkaian peristiwa dan interaksi yang dialami *user* desainer dapat menggeser fokus dari pandangan yang operasional dan berpusat pada sistem informasi ke arah konteks yang lebih luas di mana produk/jasa tersebut digunakan di situasi nyata, serta membantu dalam menemukan momen-momen interaksi yang memicu reaksi emosional yang kuat dan memerlukan peningkatan (Martin & Hanington, 2012).



Gambar 3 User Journey Map (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2022)

Scenario

Scenario dapat memberikan sedikit konteks mengenai *user* dan bagaimana *user* akan memilih untuk menggunakan produk tersebut (Justinmind, 2020). Berikut merupakan *user scenario* yang dibuat berdasarkan *personas* di atas.

“Alexa merupakan seorang konsultan di sebuah perusahaan ‘Big 4’ tepatnya di PwC Indonesia yang terletak di daerah Sudirman, Jakarta Selatan. Selama berkuliah di Australia Alexa telah memulai berbagai rutinitas dan pola makan yang sehat dengan memasak makanannya sendiri dan mulai mementingkan kandungan nutrisi dan gizi dari makanan yang ia makan. Setelah kembali ke Indonesia dan memulai kariernya di perusahaan ‘Big 4’ dengan jadwal yang sangat padat dan seringkali lembur, Alexa kesulitan untuk dapat memasak dan mengatur pola makannya. Dengan kesibukannya, ia juga sering lupa makan siang. Oleh karena itu, Alexa ingin mendapatkan makanannya dengan mudah dan ingin mengetahui kandungan nutrisi serta gizi dari makanan yang ia konsumsi. Hal ini dapat membantunya dalam mengatur pola makannya serhari-hari. Ia menginginkan adanya aplikasi untuk membantunya dalam hal ini di tengah aktivitas yang sibuk dan padat.”

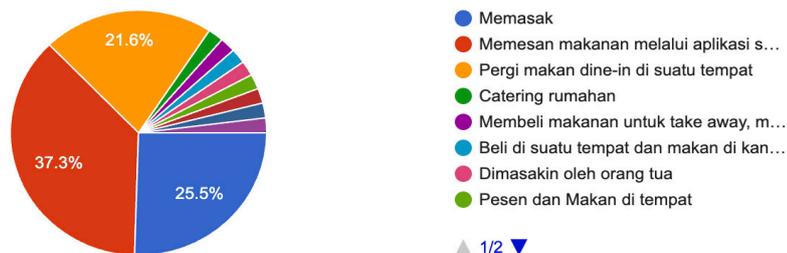
Kuesioner dan Focus Group

Dalam tahap *research*, telah dilakukan kuesioner yang melibatkan 51 responden dengan rentang usia 17-45 tahun. Hasilnya cukup mendukung masalah yang teridentifikasi, mengenai adanya kebutuhan akan aplikasi berbasis *life style* yang terkait dengan pemesanan makanan sehat. Hal ini terindikasikan dari persentase terbesar beberapa pertanyaan di grafik berikut: mayoritas responden memesan makanan via aplikasi (37.3%), frekuensi pemesanan skala 4/5 (33.3%), adanya kecenderungan untuk peduli dengan kandungan gizi (skala 3/5 sebesar 37.3%, skala 4/5 sebesar 31.4%), serta tingkat aktifitas fisik skala 4/5 (33.3%). *Focus group discussions* telah dilaksanakan dengan melibatkan 8 orang karyawan daerah Sudirman yang sesuai dengan *persona* target market, namun karena sifatnya yang kualitatif, maka untuk kebutuhan lingkup makalah ini hasilnya tidak dibahas secara terperinci, namun tetap menjadi pertimbangan dalam perancangan.

Bagaimana anda biasanya mendapatkan makanan untuk di konsumsi setiap harinya?

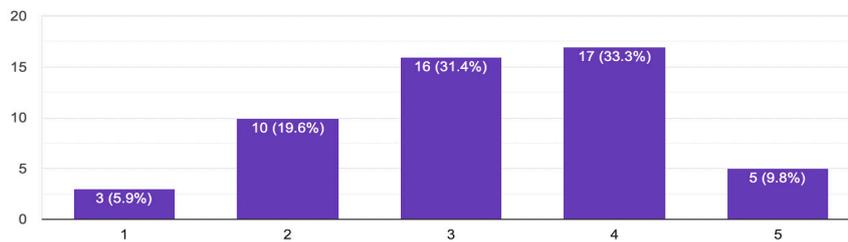


51 responses



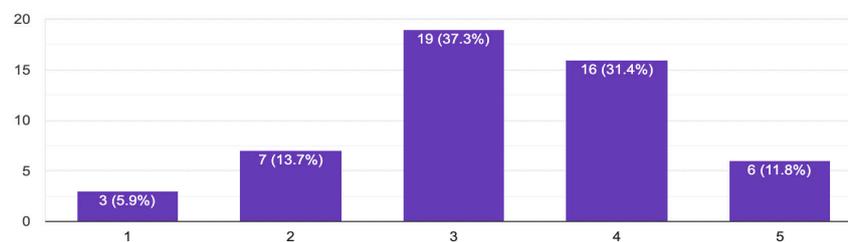
Dari skala 1-5 seberapa sering anda menggunakan aplikasi untuk memesan makanan? [Copy](#)

51 responses



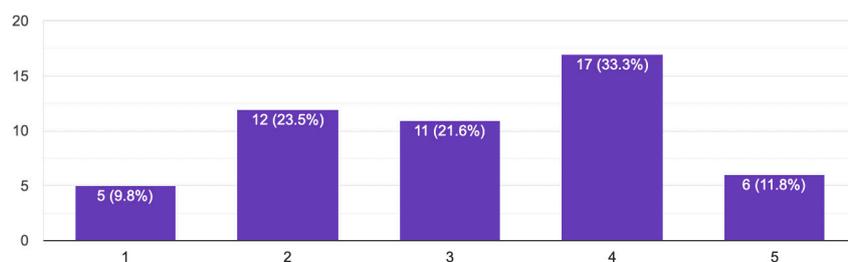
Dari skala 1-5 seberapa pedulih anda dengan kandungan gizi yang terdapat pada makanan anda? [Copy](#)

51 responses



Dari skala 1-5 seberapa sering anda melakukan aktivitas olahraga atau pelatihan fisik lainnya? [Copy](#)

51 responses



Gambar 4 Sebagian Grafik Hasil Kuesioner (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2022)

Visual Strategy

1. Layout

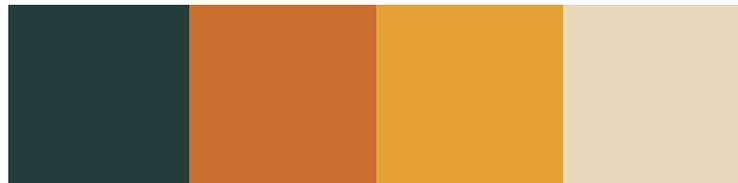
Layout merupakan penyusunan berbagai elemen grafis ke dalam sebuah bidang untuk dapat menyampaikan informasi secara efektif pada *user* (Ambrose & Harris, 2011). Secara keseluruhan *layout* yang umumnya akan digunakan dalam fitur utama aplikasi GoG adalah *linear layout* dengan mengurutkan berbagai elemen visual secara horizontal dan vertikal (Lutteroth & Weber, 2006).

2. **Typography**
GoG sendiri sudah memiliki *font* yang menjadi identitas *brand* yaitu *font* Avenir yang juga merupakan *font sans serif* dengan *readability* dan *legibility* yang cukup tinggi. Oleh karena itu, penggunaan *font* ini juga akan diterapkan dalam perancangan aplikasi GoG.

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz
1234567890

Gambar 5 Font Avenir (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2022)

3. **Warna**
Berdasarkan data yang telah diperoleh melalui wawancara dan juga observasi mengenai identitas *brand* GoG, ditentukan warna *primary* dan *secondary* dari aplikasi GoG berupa warna *earth tone* seperti hijau dan kuning sesuai dengan warna *brand* GoG.



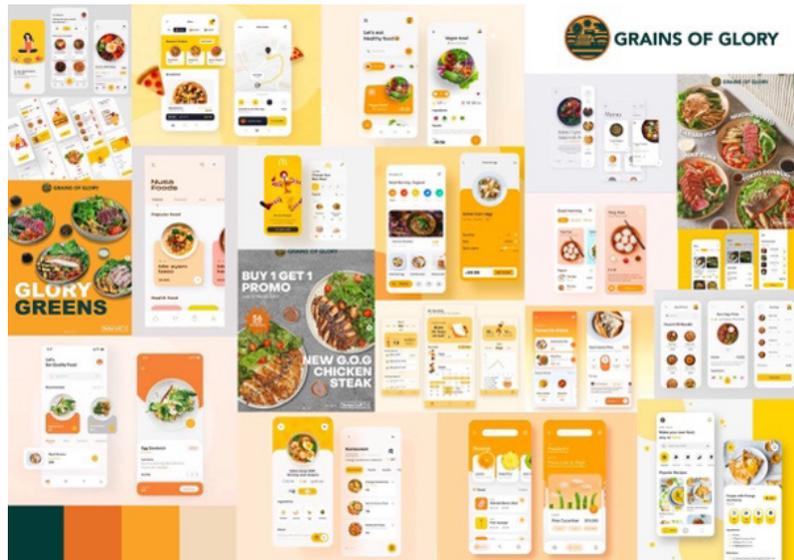
Gambar 6 Palet Warna Aplikasi GoG (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2022)

Kata Kunci

Berdasarkan data-data yang telah diperoleh melalui pengumpulan data dan analisis, terdapat tiga kata kunci yang akan menjadi dasar dalam proses perancangan *interface* yaitu “*healthy*”, diambil berdasarkan produk yang dijual GoG; “*efficient*”, melihat *target market* mereka yang merupakan orang-orang yang membutuhkan segala sesuatu dengan instan dan cepat; serta “*trendy*”, dengan melihat *image brand* GoG sebagai makanan sehat yang *trendy* dan tidak membosankan melalui pemilihan kombinasi warna yang berbeda yaitu kombinasi warna kuning dan hijau, serta melalui interior dari setiap *outlet* yang mengikuti tren saat ini.

Mood board

Mood board merupakan metode yang digunakan untuk dapat menemukan acuan atau panduan untuk menciptakan nuansa desain yang ingin dituju dalam sebuah proyek desain (Morzuch, 2022).

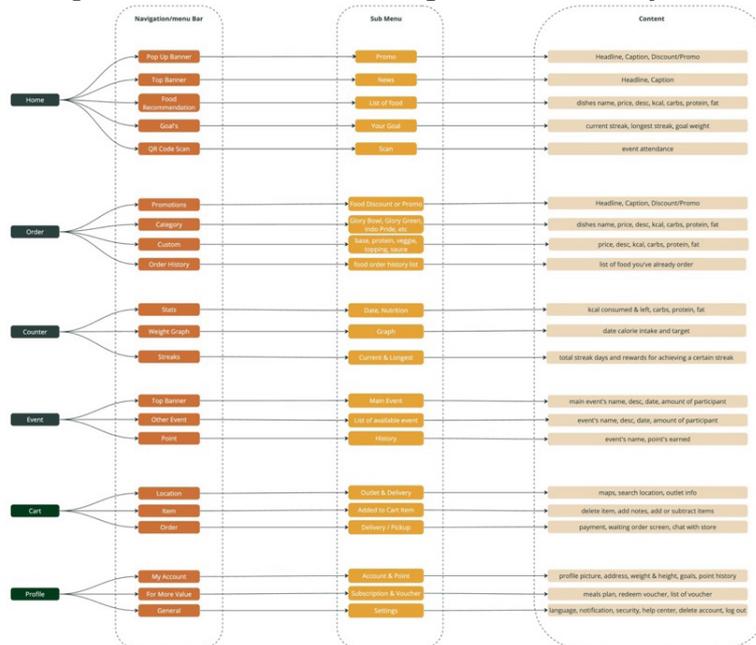


Gambar 7 Moodboard Perancangan Aplikasi GoG
 (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2022)

Referensi visual yang diambil untuk membantu proses perancangan *interface* aplikasi GoG dapat berupa berbagai tampilan aplikasi-aplikasi pemesanan makanan sehat dengan konsep yang sejenis. Selain itu, identitas dari *brand* juga menjadi referensi visual utama dalam proses perancangan.

Site Map

Dalam perancangan ini terdapat juga metode pengumpulan data dengan melibatkan calon dari *user* aplikasi GoG. Metode pengumpulan data yang telah dilakukan adalah metode *card sorting* yang melibatkan dua hasil berbeda yang telah dipilih. Berdasarkan hasil proses *card sorting* tersebut kemudian dirancang dan disusun menjadi *site map*.

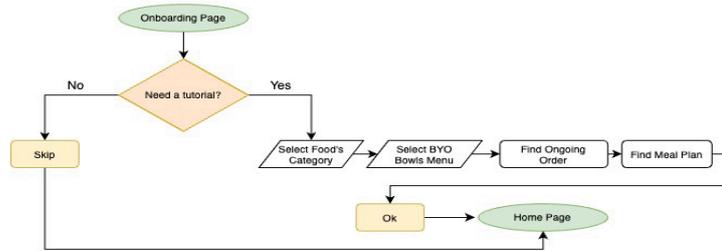


Gambar 8 Site Map Aplikasi GoG (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2022)

Flowchart

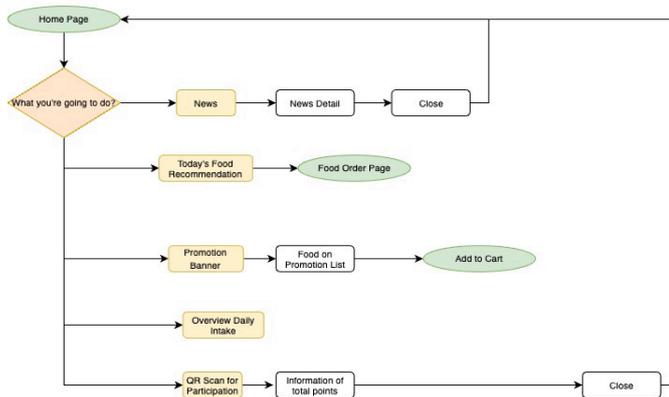
Sebelum masuk ke dalam tahapan merancang desain *interface*, dilakukan adanya perancangan *flowchart* untuk menentukan alur yang *user* lalui untuk mencapai tujuannya ketika menggunakan aplikasi. Dengan membuat *flowchart*, cara *user* dalam mengoperasikan dan menggunakan sebuah aplikasi dapat direncanakan lebih baik (*Tips and Tricks for Making a UX Flowchart*, 2018). Lingkup makalah ini tidak dapat menampilkan semua *flowchart* yang dibuat, maka berikut ini ditampilkan beberapa contoh alur utamanya.

Onboarding Pages

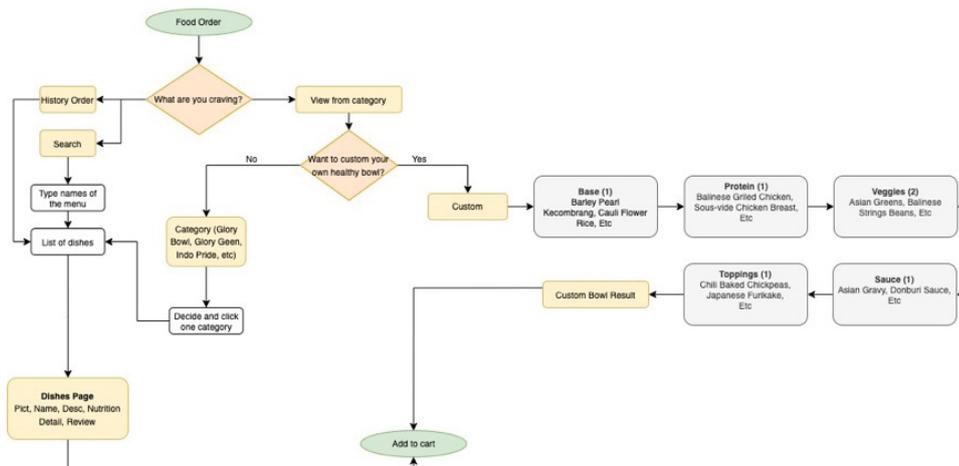


Gambar 9 User Flow Onboarding Page (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2022)

Home

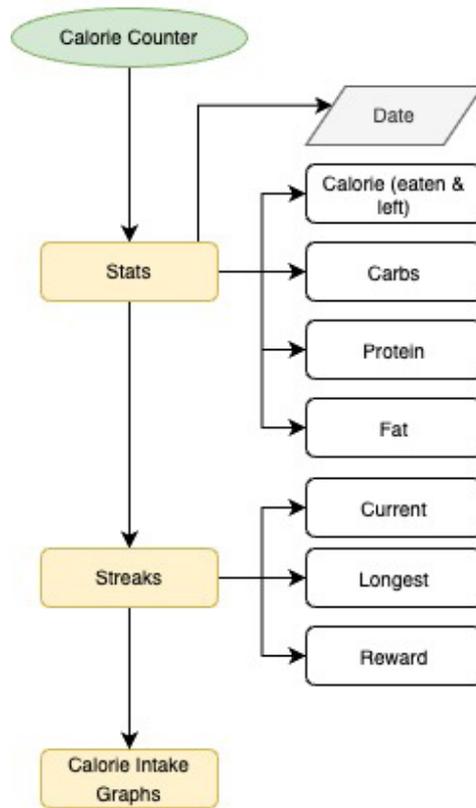


Gambar 10 User Flow Home Page (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2022)



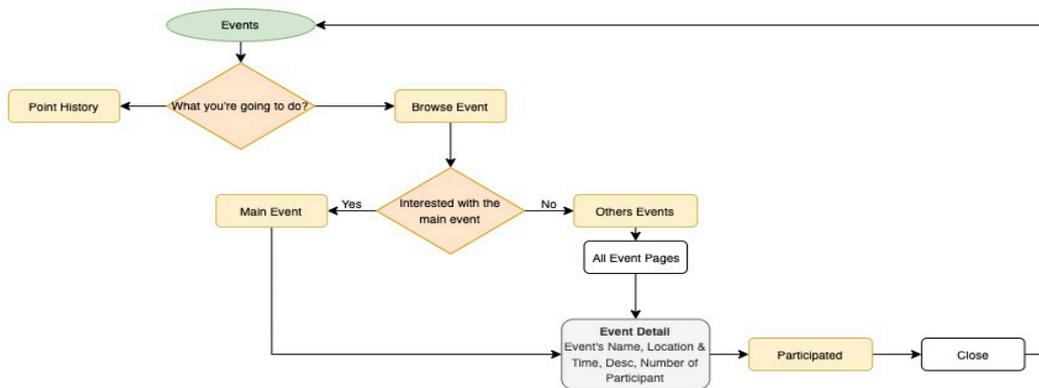
Gambar 11 User Flow Food Order (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2022)

Calorie Counter



Gambar 12 User Flow Calorie Counter (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2022)

Events



Gambar 13 User Flow Event (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2022)

Guidelines

Guidelines merupakan sebuah pedoman yang digunakan sebagai acuan dalam perancangan *interface* sebuah aplikasi (Nielsen, 2020). *Guidelines* ini dibuat berdasarkan prinsip perancangan UI serta identitas dari *brand* GoG.

1. *Typeface*

Typeface yang digunakan dalam *interface* aplikasi GoG adalah Avenir, yang merupakan *brand typeface* GoG dan telah digunakan pada berbagai media.

STYLE	WEIGHT	POINT SIZE	LINE HEIGHT	USE
Headline	Black	32 pt	32 pt	Dish Pages Headline
Heading 1	Black	24 pt	26 pt	Pages Title, Display
Heading 2	Black	20 pt	22 pt	Submenu / Big Cards Heading
Heading 3	Black	16 pt	18 pt	Cards Heading
Body Text 1	Roman	16 pt	18 pt	Body Text for Submenu
Body Text 2	Roman	14 pt	16 pt	Body Text for Cards
Caption	Roman	12 pt	14 pt	Informational Caption
LARGE BUTTON	Black	16 pt	18 pt	Primary / Call to Action
SMALL BUTTON	Black	12 pt	14 pt	Secondary Action

Gambar 14 Typeface Guidelines (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

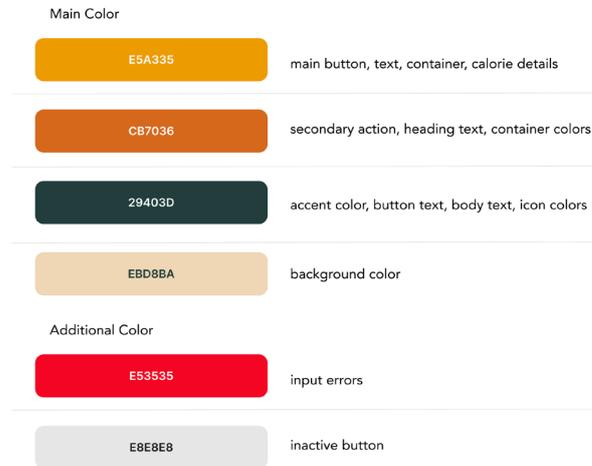
2. *Colors*

Primary	Secondary	Accent / Text	Background
Yellow	Orange	Green	Cream
Yellow (30%)	Orange (30%)	Green (30%)	Cream (30%)
Yellow (14%)	Orange (14%)	Green (14%)	Cream (14%)
Yellow (10%)	Orange (10%)	Green (10%)	Cream (10%)
Yellow (8%)	Orange (8%)	Green (8%)	Cream (8%)

Gambar 15 Colors Guidelines (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

Colors guidelines aplikasi GoG dibagi menjadi empat kategori warna berdasarkan peran dari warna tersebut. Untuk setiap kategori disediakan turunan warna *tint colors* untuk menampilkan hierarki visual yang dapat membantu *user* melihat kepentingan dari suatu elemen (Andrew, 2011).

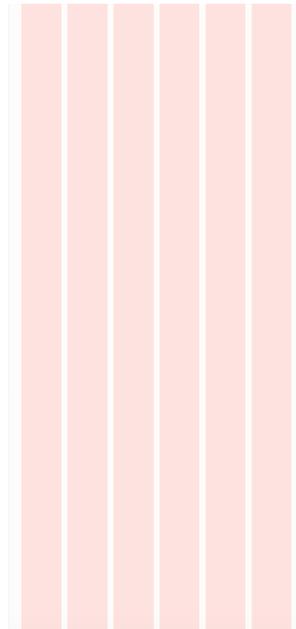
Selain itu, ditetapkan juga adanya *color roles* dalam merancang *interface* aplikasi GoG. Hal ini dibuat agar *user* dapat memahami pesan dan tujuan dari setiap elemen (Andrew, 2011).



Gambar 16 Color Roles Guidelines (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

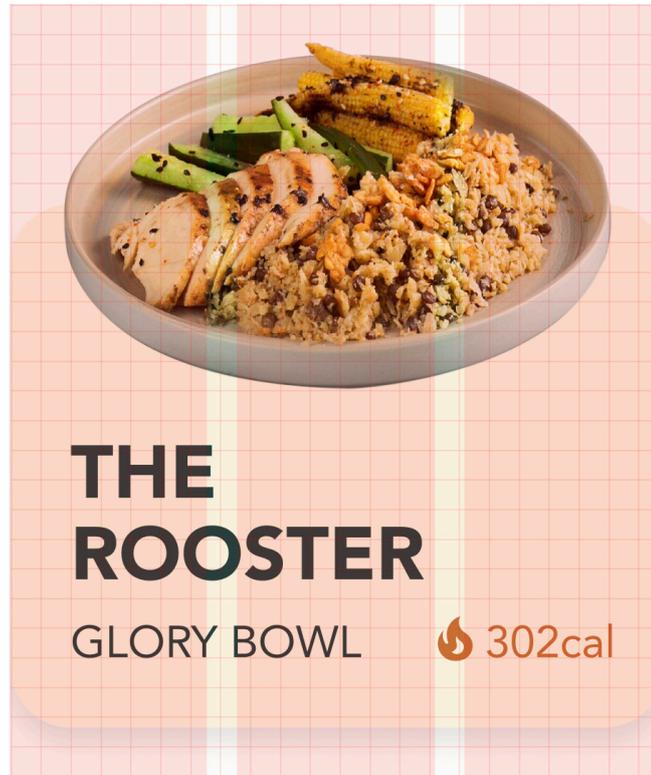
3. Grid System

Dalam proses perancangan *interface* sebuah aplikasi yang konsisten dan terstruktur, diperlukan adanya sebuah sistem. *Grid system* yang digunakan di sini adalah *hierarchy grid* yang merupakan penggabungan *column grid* dan *modular grid* untuk membuat *layout* desain yang lebih kompleks (Lawrence, 2021). Berikut adalah *column grid* yang digunakan dalam perancangan.



Gambar 17 Column Grid (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

Penulis menggunakan 6 kolom dengan mempertimbangkan media yang dipilih yaitu iPhone 14 yang memiliki ukuran *viewport* sebesar 390px x 844px. Berdasarkan media yang digunakan, maka penggunaan *gutter* dari tiap kolom ditetapkan sebesar 8px sehingga menghasilkan ukuran tiap kolom sebesar 53px.

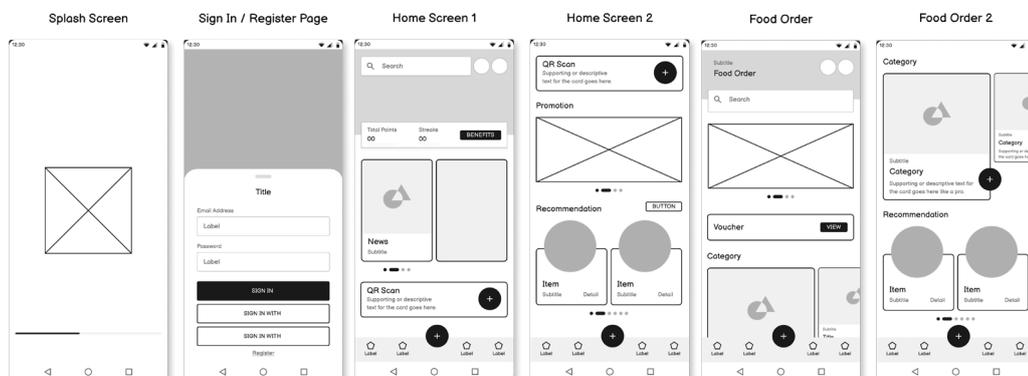


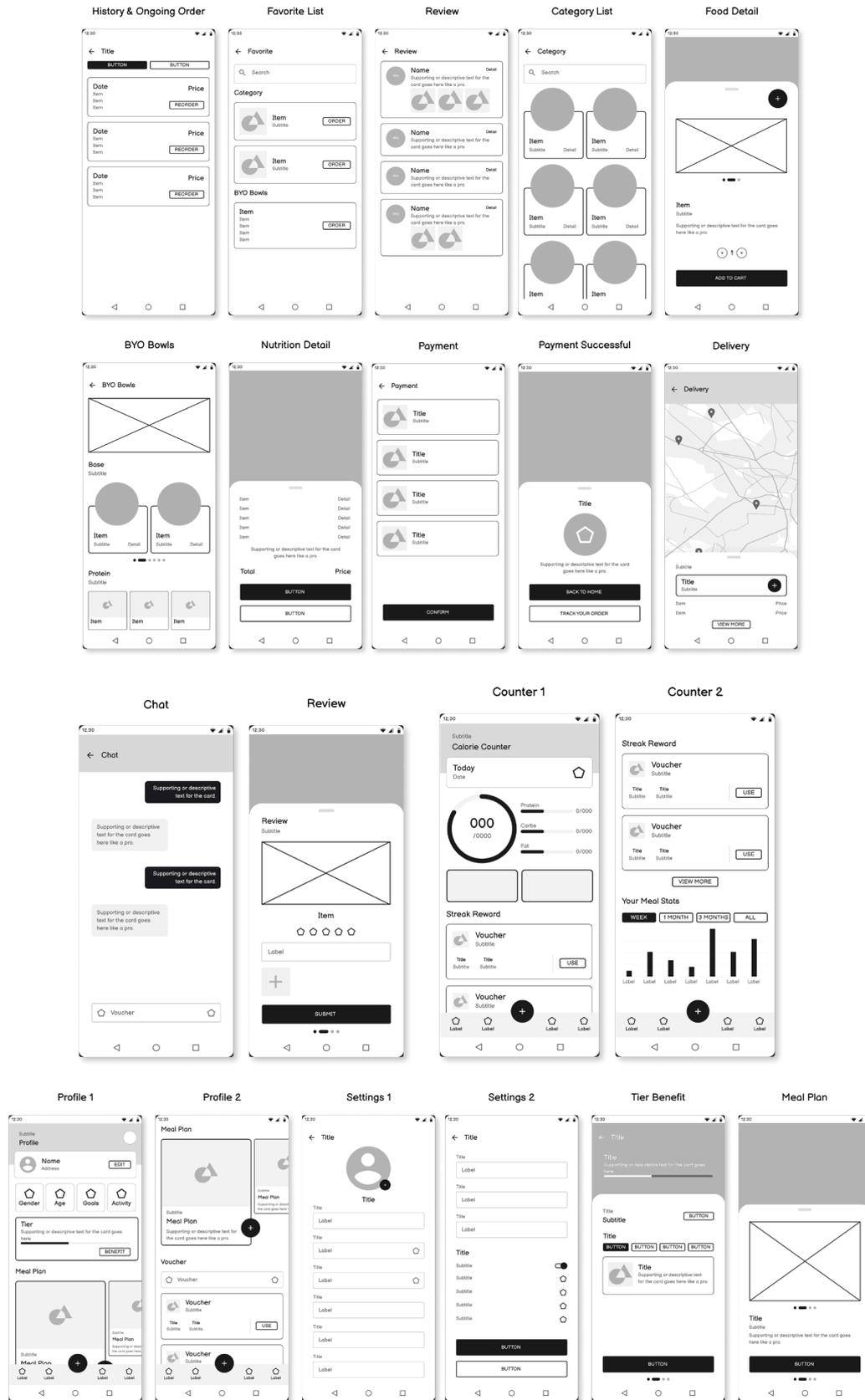
Gambar 18 Modular Grid (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

Margin kiri dan kanan berukuran 16px. Kemudian untuk *modular grid*, penulis menggunakan ukuran lebar dan tinggi kolom sebesar 8px untuk dapat mengatur elemen-elemen yang lebih kompleks dan lebih kecil. Pada umumnya *modular grid* ini digunakan untuk mengatur posisi teks dan komponen yang berada dalam sebuah *card*.

Low-fidelity Wireframe

Low-fidelity wireframe divisualisasikan menggunakan aplikasi Figma. Berikut ini merupakan beberapa contoh *low-fidelity wireframe* pada media iPhone 14 dengan ukuran *viewport* sebesar 390px x 844px.





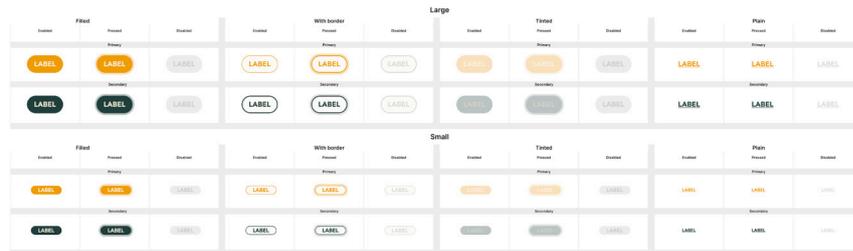
Gambar 19 Low-fidelity Wireframe (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

User Interface Kit

Dalam merancang *interface* sebuah aplikasi *mobile* diperlukan adanya komponen visual yang dapat menjadi pemicu dilakukannya sebuah aksi tertentu. Untuk dapat mempermudah proses perancangan, maka terlebih dahulu dibuat *user interface kit* untuk menghasilkan visual aplikasi yang konsisten (Babich, 2021).

1. States

Setiap komponen *interface* harus secara jelas dapat membedakan kondisi yang dialami oleh pengguna. Oleh karena itu, dengan mempertimbangkan identitas warna dari *brand*, *states* dibagi dalam tiga keadaan visual yang berbeda, yaitu “*default*”, “*pressed*”, dan “*disable*”. Berikut merupakan *states* yang digunakan pada aplikasi GoG.



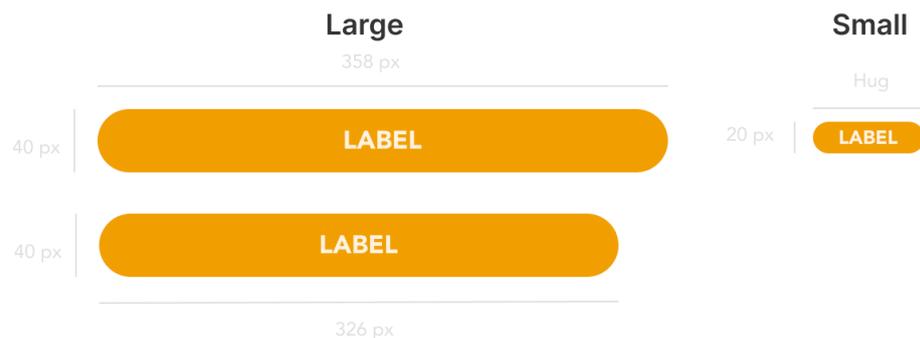
Gambar 20 States (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

2. Buttons

Penggunaan *buttons* sebagai sebuah elemen interaktif yang memungkinkan adanya interaksi dengan system untuk mencapai suatu tujuan tertentu (Babich, 2016). Terdapat beberapa jenis *button* yang digunakan:

- *Filled Button*

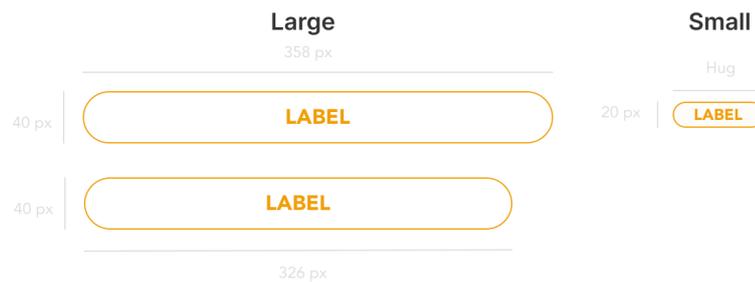
Filled button merupakan *button* utama dan biasanya menjadi *point of interest* yang dapat mengarahkan *user* untuk melakukan sebuah tindakan tertentu (Babich, 2016). Umumnya *button* ini digunakan sebagai *main button*.



Gambar 21 Filled Button (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

- *Ghost Button*

Ghost button merupakan *button* dengan hierarki kedua (*secondary button*) yang biasanya digunakan untuk tindakan yang bersifat sekunder dan bukan merupakan fokus tindakan utama (Babich, 2016).



Gambar 22 Ghost Button (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

- **Text Button**

Text button adalah *button* dengan hierarki terendah dan kepentingannya berada di bawah *filled* dan *ghost button*. Oleh karena itu, secara visual *button* ini tidak terlihat terlalu menonjol karena hanya menggunakan *text* (Babich, 2016).



Gambar 23 Text Button (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

- **Image Button**

Image button biasanya merupakan *button* yang terdiri dari gambar maupun ikon yang familier untuk pengguna dan dapat merepresentasikan fungsi dari *button* tersebut (Babich, 2016).



Gambar 24 Image Button (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

- **Toggle Button**

Toggle button merupakan *button* dengan bentuk *switch* dari dua status atau tindakan yang berbeda, seperti untuk fitur *on* atau *off*. Biasanya *button* ini memiliki dua tampilan yang berbeda untuk menunjukkan keadaan aktif/nonaktif (Babich, 2016).



Gambar 25 Toggle Button (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

- **Radio Button**

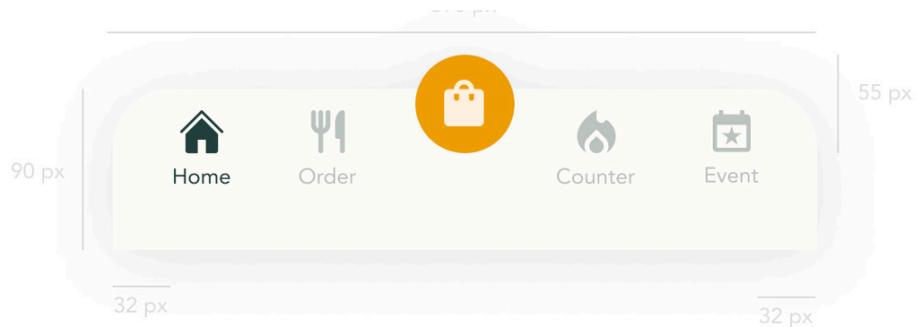
Radio Button adalah *button* dengan bentuk lingkaran yang memungkinkan *user* untuk dapat memilih salah satu opsi atau lebih di antara beberapa opsi yang ada (Babich, 2016).



Gambar 26 Radio Button (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

3. **Navigation Bar**

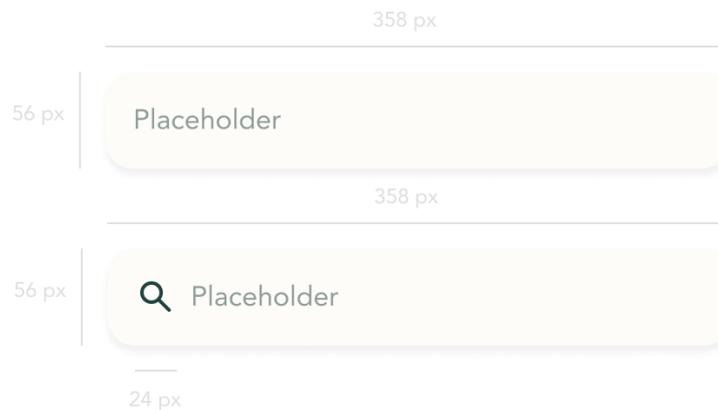
Tipe *navigation bar* yang digunakan adalah *bottom navigation bar*. Letak di bagian bawah ini dapat mempermudah *user* untuk dapat mengakses fitur-fitur utama aplikasi. *Bottom navigation bar* merupakan salah satu *pattern* desain yang populer karena *user* memiliki akses yang mudah untuk fitur utama dari aplikasi tersebut (Babich, 2016).



Gambar 27 Navigation Bar (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

4. **Input Field**

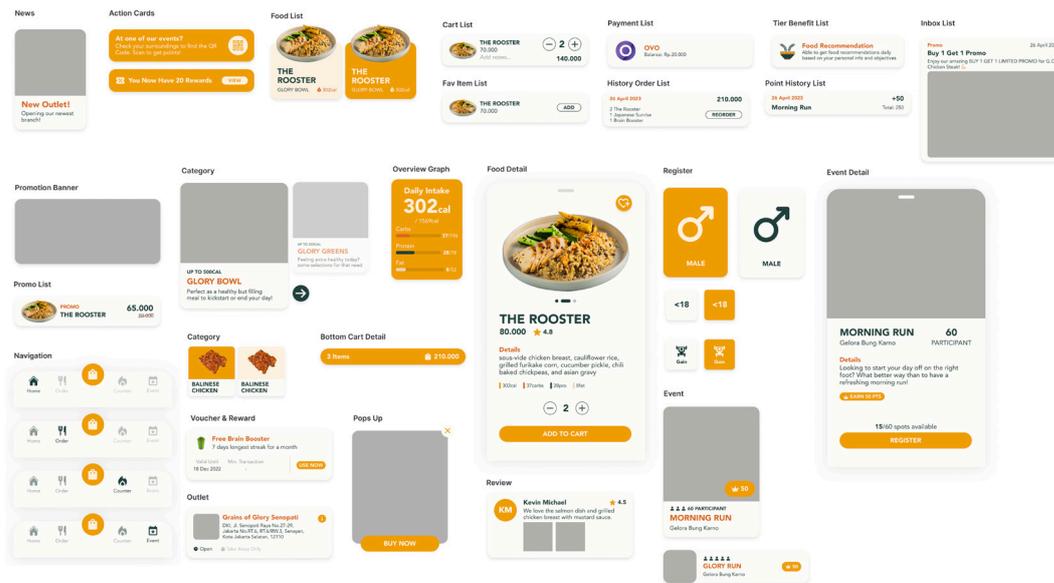
Input field merupakan sebuah elemen *interface* yang digunakan oleh *user* untuk menginput data atau informasi dalam bentuk *form*. Tampilan ini mengharuskan *user* untuk memilih atau menginput data (Six, 2010).



Gambar 28 Input Field (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

5. **Cards**

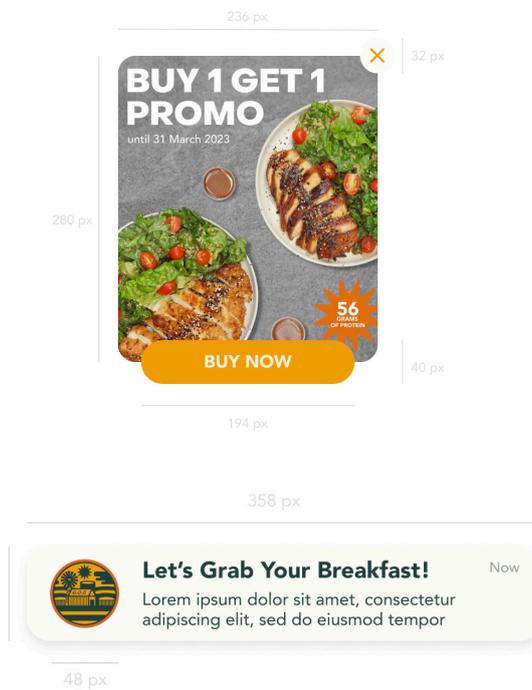
Cards merupakan elemen UI yang menampilkan konten dengan lebih terstruktur atau menarik secara visual (Laubheimer, 2016). Pada *interface* aplikasi GoG, susunan *cards* dibentuk sebagai komponen untuk mempermudah proses perancangan *interface*.



Gambar 29 Cards (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

6. Notification Message

Ini merupakan tipe elemen *user interface* yang digunakan untuk memberikan informasi penting atau relevan dengan aplikasi atau sistem (Bierce, 2013). Terdapat dua jenis *notification message* pada aplikasi GoG, yaitu *banner* dan *pops up*.

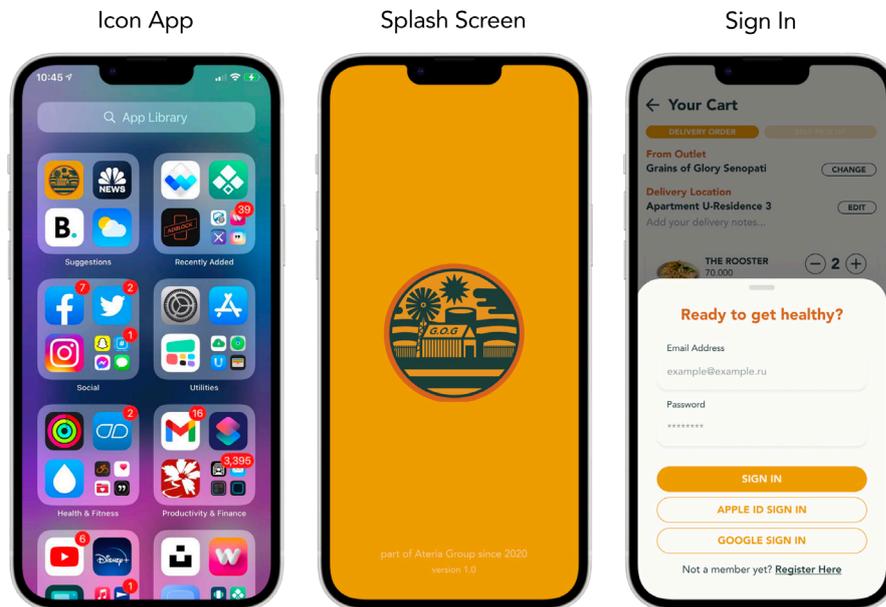


Gambar 30 Notification Message (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

High-fidelity Wireframe

Berikut adalah hasil perancangan *high-fidelity wireframe* aplikasi GoG.

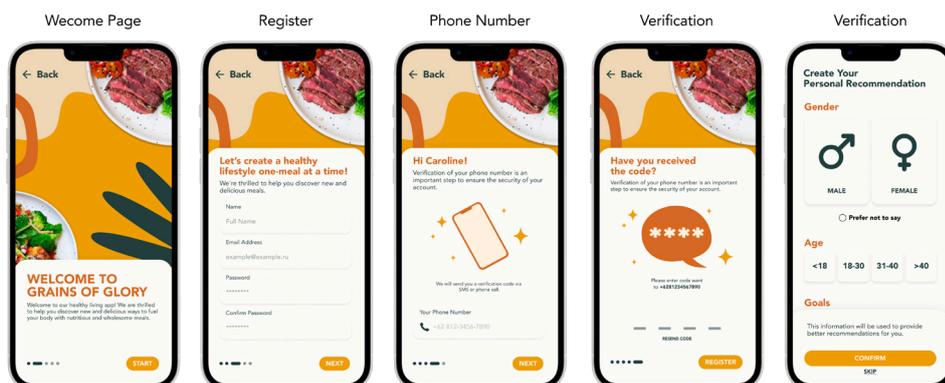
1. App Icon, Splash Screen & Sign In



Gambar 31 Icon App, Splash Screen, Sign In (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

Ketika *user* melakukan unduhan untuk pertama kalinya, *user* pada awalnya dapat langsung melihat-lihat halaman *home page* dan mencoba beberapa fitur yang ada.

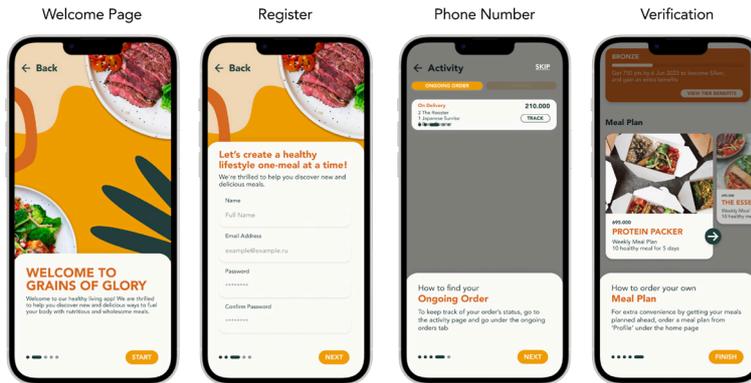
2. Register



Gambar 32 Register Page (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

Halaman ini akan muncul apabila *user* belum memiliki akun, pada halaman ini *user* diminta untuk mengisi dan memasukkan data diri, nomor *handphone*, serta melakukan verifikasi nomor *handphone*.

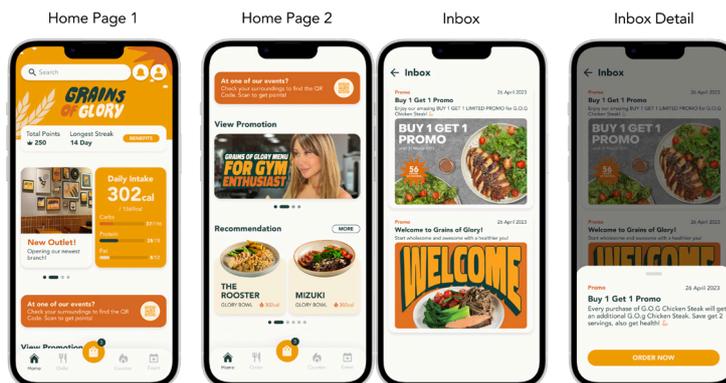
3. Onboarding Page



Gambar 33 Register Page (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

Setelah melakukan registrasi, *user* akan diperlihatkan halaman *onboarding*. Halaman ini dapat membantu *user* untuk memahami aplikasi terlebih dahulu sebelum menggunakannya.

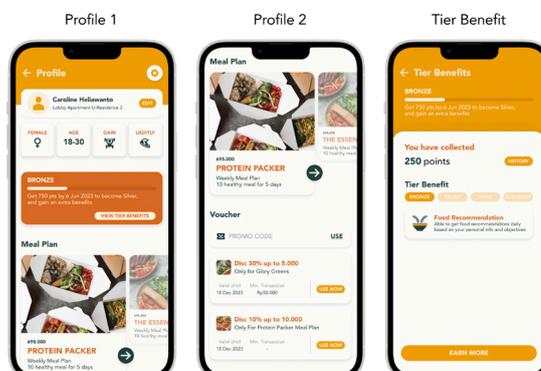
4. Home Page

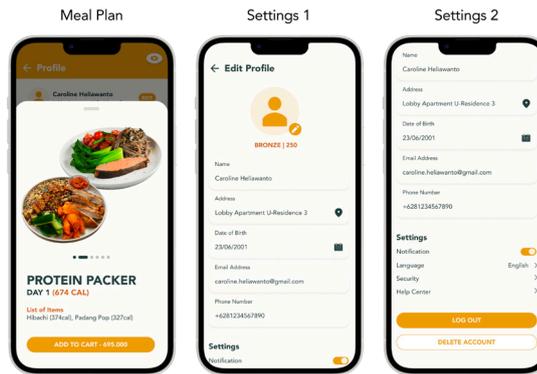


Gambar 34 Home Page (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

Halaman *home page* merupakan halaman utama aplikasi GoG, menampilkan *overview* dari fitur-fitur penting yang terdapat di dalamnya.

5. Profile

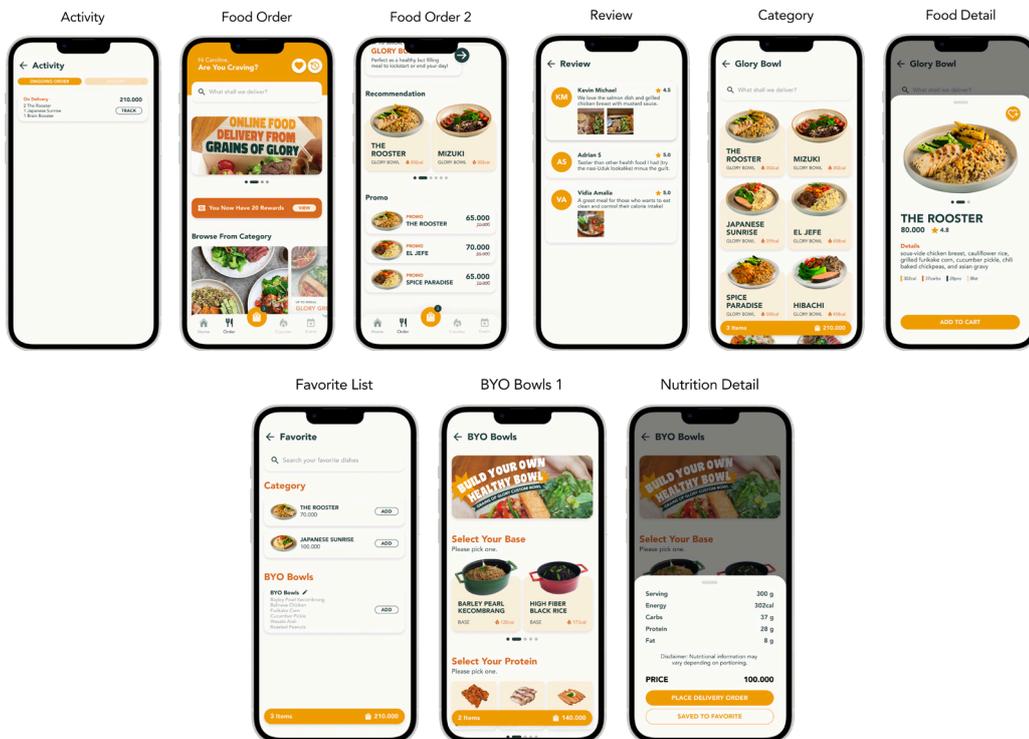




Gambar 35 Profile Page (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

Dalam halaman ini, user dapat mengedit dan mengatur kembali informasi pribadinya, melihat tier saat ini, dan juga membeli meal plan.

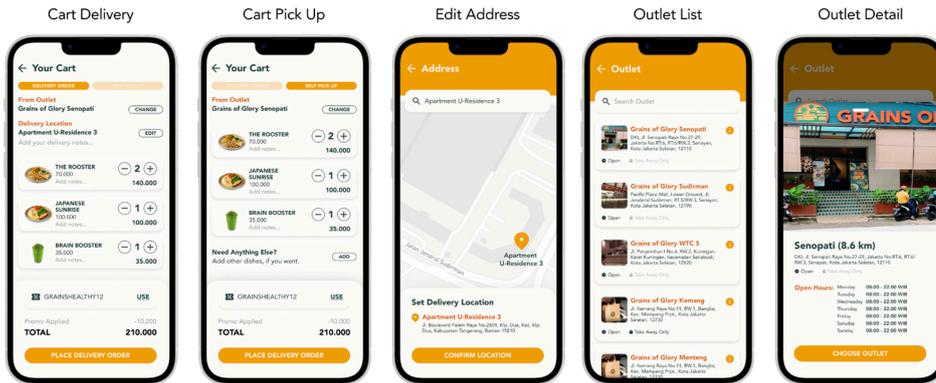
6. Food Order



Gambar 36 Food Order Page (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

Halaman ini merupakan fitur paling utama dari aplikasi GoG. Aplikasi ini memiliki cara kerja yang mirip dengan aplikasi pemesanan makanan *online* pada umumnya, namun perbedaannya utamanya adalah tersedianya fitur untuk mengkustomisasi menu *healthy bowl* yang bernama 'BYO Bowls'—BYO merupakan singkatan dari 'build your own'.

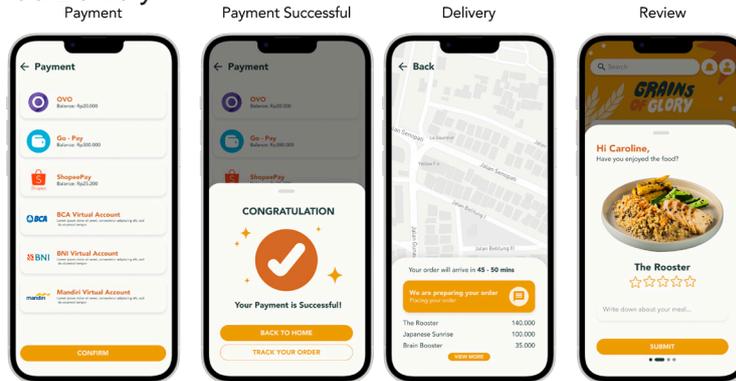
7. Cart



Gambar 37 Cart Page (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

Halaman *cart* ini berisi detail berbagai *item* yang telah ditambahkan oleh *user* dan total harga semua *item* tersebut.

8. Payment & Delivery



Gambar 38 Payment & Delivery Page (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

Setelah melakukan pembayaran, *user* akan dipindahkan ke halaman *delivery*, di mana *user* dapat melihat dan melacak pesannya.

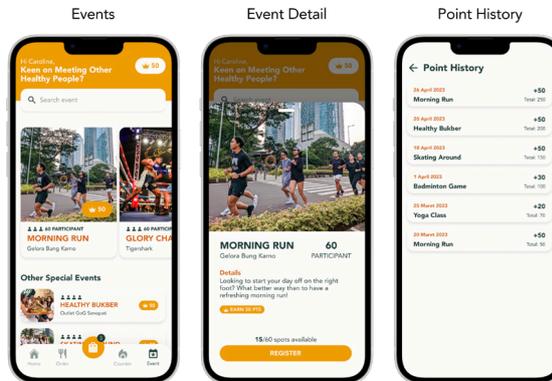
9. Calorie Counter



Gambar 39 Calorie Counter Page (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

Halaman ini merupakan *secondary feature* aplikasi GoG, yaitu fitur *lifestyle* yang berfungsi untuk menghitung jumlah kalori dan nutrisi produk GoG yang telah dikonsumsi *user*.

10. **Event**



Gambar 40 Event Page (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

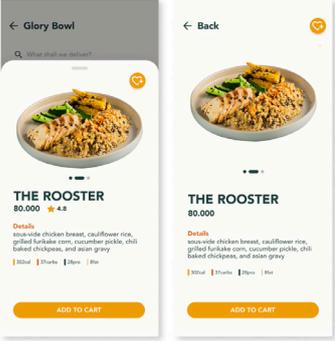
Halaman ini memuat beberapa *event* yang sedang atau akan dilaksanakan oleh GoG.

A/B Testing dan Usability Testing

Dalam perancangan ini digunakan dua metode pengujian, yaitu *A/B testing* dan *usability testing* menggunakan *platform* berbayar bernama Maze. *A/B testing* adalah metode membandingkan dua atau lebih rancangan *interface* untuk dapat menentukan desain yang lebih efektif untuk mencapai tujuan tertentu, seperti meningkatkan keterlibatan pengguna atau konversi (Birkett, 2022). Pengujian dilakukan dengan membuat 10 pertanyaan yang masing-masing terdiri atas dua versi *interface* untuk dipilih *user*, dengan perbedaan pada beberapa elemen seperti warna *card*, *layout*, serta penempatan *call-to-action (CTA) button*. *User* juga dapat memberikan saran terkait desain yang dipilih. Berikut ditampilkan 4 hasil *A/B testing*, sebagai perwakilan dari total 10 pertanyaan yang dibuat.

Tabel 2 Hasil *A/B Testing*

Interface yang Diuji	Hasil	Keterangan
<p>The image shows two versions of a mobile app screen. Both screens feature a 'Daily Intake' card showing '302 cal' and a 'New Outlet!' notification. The two versions differ in the background color and layout of the cards and buttons.</p>	<p>74% Orange Card, 26% Yellow Card</p>	<p>74% responden memilih <i>card</i> berwarna <i>orange</i> karena terdapat adanya pembeda dan menjadikan <i>section</i> tersebut sebagai fokus utama. <i>Card</i> tersebut memang merupakan <i>card</i> yang digunakan oleh <i>user</i> ketika ingin mengkonfirmasi kedatangan di sebuah <i>event</i> GoG, sehingga harus dapat diakses dengan mudah.</p>

	<p>60% Overlay the previous page, 40% Full one page for meal plan detail</p>	<p>60% responden memilih tampilan <i>overlay</i> untuk detail <i>item</i>. Beberapa juga memberikan alasan efisiensi ketika memilih <i>layout</i> tersebut. Selain itu, beberapa orang juga berpendapat bahwa tidak berpindah halaman membuat navigasi menjadi lebih cepat dan mudah.</p>
	<p>84% Bottom, 16% Top-right</p>	<p>Untuk <i>layout</i> halaman <i>list item</i>, sebanyak 84% responden memilih posisi tombol keranjang di bagian bawah karena detail harga dapat langsung terlihat jelas dan lebih efisien. Selain itu, beberapa orang juga menganggap bahwa <i>layout</i> ini sudah familier.</p>

Usability testing dilakukan untuk melihat kekurangan dan kelebihan dari rancangan sebuah aplikasi sebelum dipublikasikan. Selain itu, tes ini juga dilakukan untuk dapat mengetahui apakah aplikasi ini dapat memenuhi tujuan perancangan yang telah direncanakan sebelumnya. *Usability testing* ini dilakukan dengan melibatkan 28 responden, di mana 25 di antaranya adalah *tester* ahli (berbayar) Maze.

Dalam pelaksanaan *usability test* ini, *user* diminta untuk mencoba aplikasi GoG secara langsung berdasarkan 15 instruksi tugas atau *task* yang diberikan. Skala penilaian setiap *task* menggunakan persentase untuk mengukur *direct success*, *unfinished*, dan *misclick rate*; sedangkan untuk mengukur kecepatan *user* dalam mengerjakan *task* dibuat dengan menggunakan ukuran durasi (detik).

Tabel 3 Hasil Usability Testing

No.	Task	Direct Success	Unfinished	Misclick Rate	Avg Duration
1.	Memesan makanan dari halaman 'Food Order'	7,1%	14,3%	37,7%	109,3 s
2.	Membuka halaman <i>inbox</i> untuk melihat pesan, berita, dan notifikasi	0,0%	14,3%	31,9%	44,5 s
3.	Mengedit informasi pada halaman 'Profile'	0,0%	7,7%	58,8%	55,4 s
4.	Mengedit atau mengganti alamat pengiriman	0,0%	0,0%	21,1%	13,9 s
5.	Melakukan <i>scan</i> QR untuk mengkonfirmasi kehadiran pada sebuah <i>event</i>	3,7%	3,7%	40,4%	30,5 s
6.	Melihat 'Cart' pemesanan dan melakukan <i>check out</i>	3,7%	7,4%	26,0%	30,7 s
7.	Melakukan pemesanan dengan metode <i>pick up</i> , serta memilih <i>outlet</i> yang diinginkan	3,8%	3,8%	29,3%	35,5 s
8.	Membeli dan berlangganan 'Meal Plan'	4,2%	12,5%	26,0%	44,1 s
9.	Memesan makanan melalui fitur <i>recommendation</i>	0,0%	18,8%	16,9%	25,9 s
10.	Melihat dan melacak pesanan yang sedang berjalan atau diproses	11,1%	0,0%	33,1%	27,0 s
11.	Melihat <i>tier</i> dan juga <i>benefit</i> yang diperoleh dari <i>tier</i> tersebut	0,0%	11,1%	18,3%	39,9 s
12.	Melihat <i>history</i> pemesanan makanan	0,0%	19,2%	27,4%	62,9 s
13.	Membuka halaman 'Calorie Counter' untuk melihat jumlah kalori harian	0,0%	0,0%	14,0%	6,9 s
14.	Berpartisipasi dan mendaftar di salah satu <i>event</i> yang sedang diselenggarakan	3,7%	7,4%	24,9%	18,2 s
15.	Melihat <i>history</i> jumlah poin yang diperoleh	0,0%	0,0%	28,3%	24,7 s
Rata-rata		2,5%	8,0%	29,0%	37,9 s

Dari rata-rata keempat kategori pengukuran, rendahnya *direct success* (2.5%) menunjukkan banyak *tester* yang keluar dari alur yang seharusnya mereka lalui karena aspek *familiarity* dan *clarity* dari prototipe ini masih kurang optimal. *Unfinished* sebesar 8% dan *misclick rate* sebesar 29% dinilai cukup baik, karena mayoritas pengujian dapat menyelesaikan *task* dan mengetahui tombol atau bagian layar yang seharusnya mereka tekan untuk maju ke langkah selanjutnya. *Average duration* sebesar 37.9 detik menunjukkan efisiensi penggunaan aplikasi cukup baik, namun memang ada *task* yang diselesaikan dengan sangat singkat, dan ada yang jauh lebih lama dari ekspektasi, sehingga perlu diteliti lebih lanjut pada *task* tersebut di tahap penyempurnaan aplikasi.

SIMPULAN & REKOMENDASI

Tujuan yang penelitian, yaitu perancangan aplikasi yang dapat membantu *user* dalam menerapkan gaya hidup sehat, dinilai telah cukup tercapai sesuai dengan prinsip UI dan UX yang telah dijabarkan di subbab Studi Pustaka, namun terdapat beberapa kekurangan dalam aspek *familiarity* dan *clarity*, yang diindikasikan dari hasil *usability testing* di atas. Karena perancangan aplikasi bersifat iteratif, hal ini dapat diperbaiki di tahap penyempurnaan rancangan selanjutnya, maka sebagai kesimpulan sekaligus rekomendasi, dapat dinyatakan bahwa tahap pengujian sangat bermanfaat dalam merancang sebuah aplikasi. Penggunaan *platform* yang dapat membantu pengujian juga sangat memudahkan, sehingga disarankan dapat disediakan anggaran khusus untuk hal ini dalam perancangan sebuah aplikasi.

DAFTAR PUSTAKA

Ambrose, G., & Harris, P. (2011). Layout Gavin Ambrose Paul Harris | PDF (2nd ed.). AVA Publishing SA.

Andrew, R. (2011). *A Simple Web Developer's Color Guide*. Smashing Magazine. <https://www.smashingmagazine.com/2016/04/web-developer-guide-color/>

Babich, N. (2016). *Mobile UX Design: List View and Grid View*. UX Planet. <https://uxplanet.org/mobile-ux-design-list-view-and-grid-view-8f129b56fd5b>

Babich, N. (2021). *What Is a UI Kit? Examples & How to Use*. Adobe. <https://xd.adobe.com/ideas/process/ui-design/what-is-a-ui-kit/>

Bierce, K. (2013). *Notification Design Strategies*. UX Booth. <https://www.uxbooth.com/articles/notification-design-strategies/>

Birkett, A. (2022). *What is A/B Testing? The Complete Guide: From Beginner to Pro*.

Deacon, P. (2020). *UX & UI Design Strategy: A Step By Step Guide on UX and UI Design*.

Laubheimer, P. (2016). *Cards: UI-Component Definition*. Nielsen Norman Group. <https://www.nngroup.com/articles/cards-component/#:~:text=Summary%3A%20%E2%80%9Ccard%E2%80%9D%20is,visually%20resembling%20a%20playing%20card.>

Lutteroth, C., & Weber, G. (2006). *User Interface Layout with Ordinal and Linear Constraints*. Department of Computer Science The University of Auckland.

Martin, B., & Hanington, B. (2012). *Universal Methods of Design: 100 Ways to Research Complex Problems, Develop Innovative Ideas, and Design Effective Solutions* (Digital ed). Rockport Publishers.

McElroy, K. (2016). *Prototyping for Designers: Developing the Best Digital and Physical Products*. O'Reilly Media, Inc. <https://learning.oreilly.com/library/view/prototyping-for-designers/9781491954072/>

Morzuch, M. (2022). *How moodboards can help you create an excellent UI design?* BOLDARE.

Payara, G. R., & Tanone, R. (2018). Penerapan Firebase Realtime Database Pada Prototype Aplikasi Pemesanan Makanan Berbasis Android. *Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi*, 4, 397–406.

Six, Janet. M. (2010). *Label Alignment in Long Forms | Paper Prototyping for Engineers*. Label Alignment in Long Forms | Paper Prototyping for Engineers. <https://www.uxmatters.com/mt/archives/2010/01/label-alignment-in-long-forms-paper-prototyping-for-engineers.php>

Tips and tricks for making a UX flowchart. (2018). Justinmind. <https://www.justinmind.com/blog/tips-and-tricks-for-making-a-ux-flowchart/#:~:text=A%20UX%20flowchart%20helps%20you,meet%20their%20needs%20more%20efficiently.>

Usmani, F. (2022). *What is a Creative Brief? Definition, Examples & Templates*. <https://pmstudycircle.com/creative-brief/>

Zuliatunis, I. (2019). *Gaya Hidup Serba Instan Generasi Milenial*. *Kompasiana*. <https://www.kompasiana.com/imazuliatunis/5d1a4047097f3619a061aa52/gaya-hidup-serba-instan-generasi-milenial>

Perancangan Aplikasi *Mobile* Pembelajaran Bahasa dan Aksara Sasak untuk Pelajar Sekolah Dasar

Nur Annisa Tazkia

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Telkom University
tazkiannisaa@telkomuniversity.ac.id

Dicky Hidayat

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Telkom University
dickyhidayat@telkomuniversity.ac.id

Diena Yudiarti

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Telkom University
dienayud@telkomuniversity.ac.id

Diterima: Agustus, 2023 | **Disetujui:** Agustus, 2023 | **Dipublikasi:** Agustus, 2023

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (ICT) dewasa ini berdampak pada semua aspek kehidupan masyarakat. Salah satunya adalah cara berkomunikasi antar individu atau kelompok. Bahasa dan aksara Sasak adalah kebudayaan dan identitas suku Sasak sebagai suku asli dari pulau Lombok, Nusa Tenggara Barat. Saat ini masyarakat Sasak lebih banyak menggunakan Bahasa *Sasak Jamaq* dibandingkan *Sasak Alus*. Hanya sebagian masyarakat Sasak yang masih mengenal Aksara Sasak. Ketersediaan media pembelajaran Bahasa dan Aksara Sasak saat ini belum memadai dan lengkap. Media pembelajaran yang tersedia hanya berupa buku-buku cetakan lama dan naskah lontar yang sudah jarang ditemukan. Pembelajaran bahasa dan aksara Sasak sebaiknya dilakukan pada jenjang pendidikan dasar, sehingga dibutuhkan media pembelajaran yang lebih interaktif dan sesuai untuk pelajar Sekolah Dasar. Penelitian dan pengembangan multimedia pembelajaran bahasa Sasak pada aplikasi *mobile* saat ini lebih banyak dilakukan pada ranah ilmu informatika. Penelitian dari perspektif desain komunikasi visual berpotensi menghasilkan solusi visual yang lebih menarik dan sesuai dengan karakteristik pengguna. Penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan studi pustaka. Berdasarkan kesimpulan hasil analisis data kemudian dilakukan perancangan menggunakan metode *Design Thinking*. Hasil perancangan berupa aplikasi *mobile* pembelajaran bahasa dan aksara Sasak untuk pelajar Sekolah Dasar. Hasil perancangan ini diharapkan dapat meningkatkan minat belajar dan penggunaan Bahasa dan Aksara Sasak pada pelajar Sekolah Dasar di pulau Lombok, serta memberikan alternatif media pembelajaran yang mempermudah pemahaman serta memberikan pengalaman belajar yang menyenangkan.

Kata Kunci: Aplikasi Mobile, Bahasa, Aksara, Sasak

PENDAHULUAN

Era globalisasi dan modernisasi saat ini ditunjukkan dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi (ICT) yang sangat pesat. Hal tersebut menimbulkan dampak pada semua aspek kehidupan masyarakat, salah satunya adalah cara berkomunikasi antar individu atau kelompok dalam masyarakat.

Penggunaan secara luas bahasa Inggris sebagai bahasa pergaulan internasional, dan bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional menyebabkan bahasa daerah menjadi berkurang eksistensinya, terbatas penggunaannya, dan terancam punah. Tidak bisa dipungkiri bahwa pelestarian bahasa daerah mutlak dilakukan. Apabila hal ini tidak dilakukan, maka bahasa-bahasa daerah di Indonesia bakal mengalami kepunahan (Astawa, 2017).

Bahasa dan aksara Sasak merupakan salah satu warisan kekayaan bangsa Indonesia yang patut untuk dilestarikan. Bahasa dan aksara Sasak adalah wujud kebudayaan dan identitas Suku Sasak sebagai suku asli yang mendiami pulau Lombok, Nusa Tenggara Barat. Aksara Sasak sendiri berasal dari Aksara Jawa (Hakim, 2016). Pada umumnya bahasa Sasak di masyarakat Sasak Lombok dikenal dalam dua bentuk bahasa untuk komunikasi sehari-hari, yaitu bahasa *Sasak Biase/Jamaq* dan bahasa *Sasak Alus* (Hakim, 2016). Bahasa sebagai media komunikasi merupakan simbol perilaku sosial penuturnya. Penggunaan Bahasa Sasak *Alus* mengedepankan prinsip santun, penghormatan dan penghargaan kepada lawan bicara yang menunjukkan perilaku penuturnya (Hidayat, 2010).

Penelitian yang pernah dilakukan menunjukkan bahwa hanya sebagian masyarakat Sasak yang masih mengenal aksara Sasak (Ismi dkk., 2020). Generasi muda cenderung memilih menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa asing karena aksara dan bahasa Sasak dianggap kolot dan sulit dipelajari. Untuk menanggulangi masalah tersebut Kantor Bahasa Provinsi NTB telah mengeluarkan aplikasi Kamus Bahasa Daerah. Akan tetapi media tersebut masih membutuhkan perbaikan, terutama perbaikan dari aspek desain agar lebih menarik dan interaktif sebagai media pembelajaran, khususnya untuk anak-anak.

Multimedia mempunyai banyak potensi yang baik dalam merepresentasikan serta menyampaikan materi pembelajaran (Hidayat & Desa, 2019). Aplikasi *mobile* merupakan salah satu bentuk multimedia *device*. Multimedia pembelajaran dalam bentuk aplikasi *mobile* dapat mendorong pelajar untuk mengeksplorasi, berpikir dan mengembangkan inisiatifnya. Hal ini dapat menumbuhkan minat belajar, antusiasme dan kreativitas pelajar (Sukmana dalam Lawe & Hidayat, 2020). Selain itu, aplikasi *mobile* yang dapat diakses melalui perangkat *smartphone* dapat mempermudah aktivitas pembelajaran dan dapat diakses tanpa batas waktu dan tempat. Saat ini penelitian dan pengembangan aplikasi *mobile* pembelajaran bahasa Sasak lebih banyak dilakukan pada ranah ilmu informatika. Beberapa diantaranya seperti Perancangan Aplikasi Kamus Bahasa Indonesia–Bahasa Sasak Berbasis WAP (Dewi, S., & Rendra, H., 2011), Game Edukasi Pengenalan Aksara Sasak Level Dasar Berbasis Android (Saputra, M. I. H., 2018), dan Aplikasi Kamus Bahasa Sasak Halus Menggunakan Android (Fahrurrozi, M., & Kharisma, L. P. I., 2020). Penelitian dan pengembangan aplikasi *mobile* pembelajaran menggunakan perspektif desain komunikasi visual berpotensi menghasilkan solusi visual yang lebih menarik dan lebih sesuai dengan karakteristik pengguna.

Penelitian ini bertujuan untuk merancang aplikasi *mobile* sebagai media pembelajaran bahasa dan aksara Sasak untuk pelajar Sekolah Dasar, khususnya bahasa Sasak Alus. Penggunaan aplikasi *mobile* ini diharapkan dapat mempermudah pemahaman, meningkatkan daya ingat dan memberikan pengalaman belajar yang menyenangkan serta tidak membosankan bagi penggunanya. Penggunaan aplikasi *mobile* ini juga diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan, kemampuan, dan penggunaan bahasa dan aksara Sasak.

KAJIAN TEORI

Design thinking merupakan suatu metode untuk menyelesaikan masalah dengan cara kreatif dan berpusat pada pengguna. Dengan metode *design thinking*, desainer mempelajari suatu masalah untuk menemukan penyebabnya. Kemudian dari berbagai informasi

yang didapatkan, desainer menginterpretasikan kembali masalah tersebut untuk diberikan solusi (Babich, 2021). Metode *design thinking* merupakan proses berpikir secara menyeluruh dan berfokus pada menciptakan solusi dari proses awal berupa empati terhadap kebutuhan tertentu yang berpusat pada manusia (*human centered*), menuju inovasi berkelanjutan berdasarkan kebutuhan penggunanya (Razy, Mutiaz, & Setiawan, 2018).

Kelley & Brown dalam Lazuardi & Sukoco (2019) membagi tahapan dalam *design thinking* sebagai berikut: 1) *Empathize*, yaitu pemahaman desainer terhadap pengalaman, emosi dan situasi pengguna yang dituju dan memposisikan diri sebagai pengguna untuk dapat memahami kebutuhan pengguna dengan baik. 2) *Define*, yaitu penggambaran ide atau pandangan pengguna yang akan dijadikan sebagai dasar dari aplikasi atau produk yang akan dibuat. 3) *Ideate*, yaitu penggambaran solusi berdasarkan kebutuhan pengguna yang sudah didapatkan, dilakukan dengan melakukan evaluasi untuk menggabungkan beberapa ide kreativitas. 4) *Prototype*, yaitu implementasi ide dalam aplikasi atau produk uji coba untuk menghasilkan sebuah produk nyata dan kemungkinan skenario penggunaan. 5) *Test*, yaitu pengujian pada aplikasi atau produk uji coba yang sudah dibuat. Berdasarkan pengalaman pengguna dalam penggunaan produk uji coba akan mendapatkan masukan untuk membuat produk yang lebih baik dan melakukan perbaikan pada produk yang sudah ada.

Sheila Pontis (2015) menambahkan perlu adanya tahap *understand* sebelum tahap *emphatize*. Pontis berpendapat bahwa proses pemikiran desain atau proyek desain selalu diawali dengan masalah atau asumsi, namun titik awal ini jarang dipertanyakan. Mempertanyakan keberadaan atau asumsi masalah berarti memahami hal tersebut dengan melihat ke masa lalu, sejarah masalah potensial, dan mengeksplorasi peristiwa yang relevan dan terkait dengan apa yang telah terjadi, dan apa yang telah dilakukan (Sheila Pontis, 2015).

Aplikasi *mobile* atau *mobile applications (mobile apps)* menurut Turban dalam Lukman & Aryanto (2019) merupakan istilah yang digunakan untuk mendefinisikan aplikasi internet yang beroperasi pada perangkat *smartphone* atau perangkat *mobile* lainnya. Dengan aplikasi *mobile*, pengguna dapat tersambung dengan layanan internet yang biasanya diakses pada PC (*Personal Computer*) menjadi lebih mudah dengan menggunakan perangkat *portable* yang nyaman dibawa kemana saja. Selain itu, aplikasi *mobile* juga dapat mempermudah dalam mengerjakan berbagai aktivitas seperti hiburan, berjualan, belajar, menyelesaikan pekerjaan kantor, *browsing* dan lain-lain (Lukman & Aryanto, 2019). Aplikasi *mobile* merupakan salah satu bentuk multimedia *device*. Multimedia memiliki banyak potensi yang baik dalam merepresentasikan serta menyampaikan materi pembelajaran (Hidayat dan Desa, 2019). Hal ini akan optimal apabila didukung dengan penerapan aspek *User Interface (UI)* dan *user Experience (UX)* yang tepat.

User Interface (UI) atau antarmuka pengguna merupakan tampilan visual yang terdiri dari beberapa unsur grafis seperti warna, bentuk, tipografi dan sebagainya sebagai sarana bagi pengguna untuk melakukan interaksi dan pengendalian dari suatu sistem berupa *website*, aplikasi atau yang lainnya dengan perintah sederhana (Alifiyah, 2022).

Menurut Schlatter dalam El Giffary (2018) aspek-aspek utama dalam *UI* adalah: 1) *Consistency*, yaitu konsistensi dari tampilan antarmuka pengguna, seperti penggunaan bahasa, warna dan pengayaan agar tidak menyebabkan kebingungan pada pengguna. 2) *Hierarchy*, yaitu penyusunan tingkatan kepentingan dari obyek-obyek yang terdapat dalam aplikasi. 3) *Personality*, yaitu kesan pertama yang terlihat pada aplikasi saat digunakan yang menunjukkan ciri khas dari aplikasi tersebut. 4) *Layout*, yaitu tata letak dari unsur-unsur desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep atau pesan yang dibuat. 5) *Type/Tipografi*, memilih dan menata huruf dengan mengatur penempatannya pada ruang-ruang yang tersedia untuk menciptakan kesan tertentu, sehingga dapat memberikan kenyamanan yang maksimal untuk pengguna. 6)

Color, penggunaan warna yang tepat untuk memberikan sensasi dan persepsi sesuai pengguna. 7) *Illustration*, yaitu gambar atau hasil proses grafis yang membantu sebagai penghias, penyerta atau penjelas informasi. 8) *Icon*, yaitu tanda yang mirip dan merepresentasikan dengan objek yang diwakilinya. Berfungsi sebagai petunjuk atau pemberi arah agar pengguna dapat mengakses semua fitur aplikasi. 9) *Control & Affordances*, yaitu unsur antarmuka yang dapat digunakan pengguna untuk berinteraksi dengan sistem melalui layar. 10) *Button*, tombol yang berfungsi sebagai pemantik dan eksekutor untuk mengirimkan perintah tertentu pada sistem.

User Experience (UX) menurut Garrett (2011) dalam Alifiyah (2022) merupakan pengalaman pengguna yang muncul dan dialami saat menggunakan suatu produk. Lebih lanjut Alifiyah (2022) menyatakan bahwa pengalaman pengguna merupakan sebuah pengalaman, emosi, intuisi dan koneksi yang dirasakan oleh pengguna saat menggunakan suatu situs, layanan atau produk yang lebih berfokus pada *user-centered design*. Unsur-unsur dalam *UX* menurut Garrett (2011) dalam Alifiyah (2022) adalah: 1) *Strategy*, digunakan untuk menentukan tujuan yang akan dicapai dari suatu produk, apa yang diinginkan pengguna dari suatu produk dan apa yang ingin dicapai oleh produk tersebut. 2) *Scope*, untuk menentukan ruang lingkup berkaitan dengan spesifikasi fungsi dan isi yang akan diberikan kepada pengguna. 3) *Structure*, berkaitan dengan desain interaksi secara fungsional produk dan *information architecture* dari segi informasi. 4) *Skeleton*, merupakan penyempurnaan struktur konseptual secara keseluruhan dengan mengidentifikasi aspek spesifik yang diperlukan oleh antarmuka (*interface*), navigasi hingga desain informasi yang akan membentuk tampilan struktur secara nyata. 5) *Surface*, desain yang pertama kali terlihat oleh para pengguna ketika menggunakan suatu produk yang merupakan gabungan dari isi, fungsi dan estetika yang juga memenuhi tujuan dari empat unsur lainnya.

Menurut Datya (2019) faktor-faktor yang harus terpenuhi untuk merancang sebuah *UX* adalah: 1) *Useful*, dapat memenuhi kebutuhan pengguna. 2) *Useable*, dapat digunakan dengan mudah, efektif dan efisien oleh pengguna untuk mencapai tujuan penggunaannya. 3) *Desireable*, penggunaan gambar, brand dan elemen lain yang menarik untuk meningkatkan daya tarik pengguna. 4) *Findable*, konten yang termuat dapat ditemukan dengan mudah. 5) *Credible*, produk atau informasi yang disediakan dapat dipercaya oleh pengguna. 6) *Valuable*, produk yang dibuat harus dapat memberikan nilai kepada bisnis yang menciptakannya dan juga kepada pengguna yang menggunakannya.

Gamification (gamifikasi) merupakan metode yang dapat dipergunakan untuk menghasilkan media pembelajaran yang lebih menarik, menyenangkan dan memotivasi anak-anak. Menurut Mariya Gachkova dan Elena Somova (2016) gamifikasi adalah pengintegrasian elemen dan teknik *game* dalam proses *e-learning*. Penggunaan gamifikasi dalam pembelajaran dapat meningkatkan motivasi peserta didik untuk mengakses dan ikut dalam pembelajaran secara aktif (Ariani, 2020).

Selanjutnya dalam perancangan aplikasi *mobile* tersebut dibutuhkan pengetahuan tentang Desain Komunikasi Visual untuk mengintegrasikan berbagai aspek dari *UI/UX* tersebut ke dalam desain dan menghasilkan solusi yang tepat bagi permasalahan yang dihadapi. Menurut Putra (2020) Desain Komunikasi Visual (DKV) merupakan suatu proses kreatif yang memadukan seni dan teknologi untuk menyampaikan suatu ide atau pesan kepada *audience* dengan komponen utama berupa gambar dan tulisan. Lebih lanjut Putra menyatakan unsur-unsur dalam DKV adalah titik, garis, bidang, tekstur, ruang, dan warna. Untuk mendapatkan hasil akhir yang memuaskan, dalam proses desain perlu memperhatikan prinsip-prinsip desain yaitu: 1) *Unity*, yaitu kesan harmonis yang ditimbulkan dari beberapa unsur desain yang disatukan untuk menyampaikan pesan dari desain yang dibuat. 2) *Balance*, yaitu keseluruhan unsur-unsur desain harus ditampilkan secara seimbang. 3) *Rhythm*, yaitu menyatukan komponen-komponen visual yang digunakan dengan pola berirama dan konsisten. 4) *Emphasis*, yaitu membuat penekanan atau menonjolkan unsur

utama dalam desain untuk mengarahkan pandangan *audience* sehingga pesan yang akan disampaikan dapat tersampaikan. 5) *Proportion*, yaitu hubungan perbandingan antara bagian dengan bagian lainnya atau bagian dengan keseluruhan unsur desain (Putra, 2020).

METODOLOGI

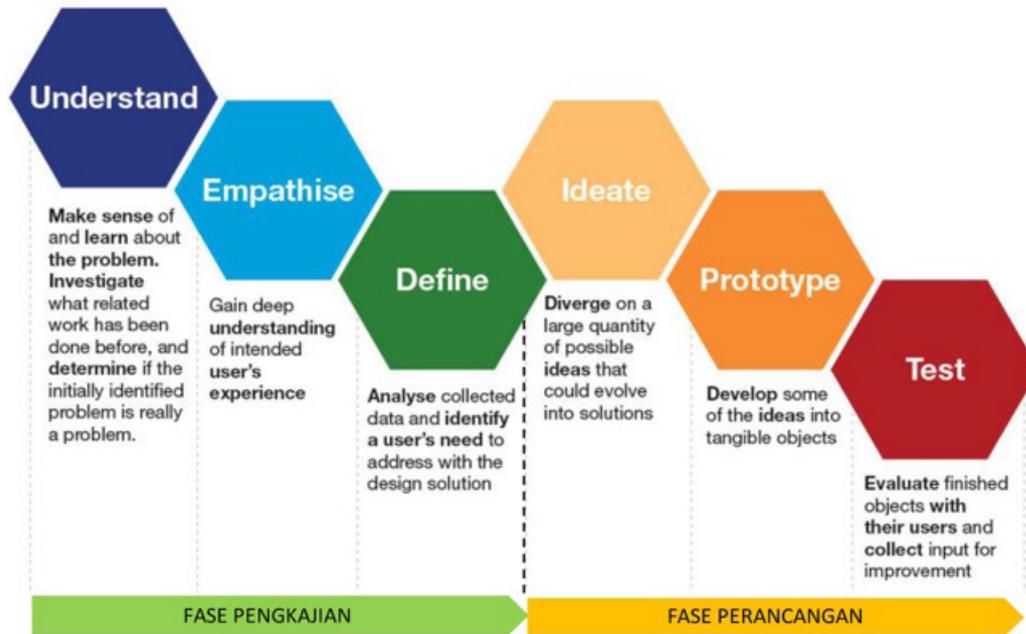
Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif sebagai metode lensa atau perspektif. Penelitian mengintegrasikan proses pengkajian pada fase pertama, dengan proses perancangan yang akan dilakukan menggunakan metode *design thinking* pada fase kedua. Penelitian bertujuan untuk menciptakan obyek yang belum ada sebelumnya dan merefleksikan karya baru melalui penelitian yang dilakukan. Pada prosesnya penelitian ini diawali dengan pengumpulan data-data dan teori-teori yang dapat mendasari diwujudkan suatu karya (Hendriyana, 2021).

Penelitian kualitatif deskriptif pada fase pertama dilakukan dengan tahapan identifikasi masalah, *literature review*, penetapan tujuan penelitian, pengumpulan data, *interpretation*, dan pelaporan (Creswell, 2017). Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan studi pustaka (Sugiyono, 2018).

Penelitian kualitatif deskriptif pada fase pertama dilakukan untuk memahami permasalahan secara lebih mendalam. Hasil penelitian kualitatif deskriptif tersebut akan menjadi landasan untuk proses perancangan yang akan dilakukan pada fase kedua berupa perancangan dengan menggunakan metode *design thinking*, yaitu suatu metode pemecahan masalah dengan fokus pada pengguna (Brown and Katz, 2009; Razi, 2018). Penggunaan terintegrasi dari kedua metode ini membantu untuk memahami dengan lebih baik bagaimana merancang media yang tepat untuk kelompok sasaran atau pengguna, dan membantu memecahkan persoalan mereka.

PEMBAHASAN

Berikut di bawah ini adalah pembahasan proses perancangan aplikasi *mobile* sebagai media pembelajaran bahasa dan aksara Sasak untuk pelajar Sekolah Dasar. Perancangan dilakukan dengan menerapkan metode *design thinking* pada penelitian kualitatif sebagai metode penelitian lensa. Penelitian dilakukan dalam dua fase, dimana fase pertama merupakan fase pengkajian, yang terdiri dari tahap *understand*, *emphatize*, dan *define*. Fase kedua merupakan fase perancangan, terdiri dari tahap *ideate*, *prototype*, dan *test* (lihat gambar 1).



Gambar 1 Implementasi *Design Thinking* pada Penelitian Kualitatif
(Sumber: Diolah dari *design thinking revised*, Sheila Pontis, 2015)

Understand

Tahap ini membahas masalah potensial, mengeksplorasi peristiwa yang relevan dan terkait dengan apa yang telah terjadi, dan apa yang telah dilakukan. Pada penelitian kualitatif tahap ini merupakan tahap identifikasi masalah, *literature review*, dan penetapan tujuan penelitian. Identifikasi masalah yang ditemukan pada penelitian adalah: 1) Hanya sebagian masyarakat Lombok yang mengenal aksara Sasak, 2) Bahasa dan Aksara Sasak dianggap kolot dan sulit, 3) Bahasa Sasak Jamak lebih banyak digunakan dibanding Bahasa Sasak Halus, 4) Muatan lokal Bahasa dan Aksara Sasak di Sekolah Dasar tidak merata, 5) Media pembelajaran Bahasa dan Aksara Sasak yang ada kurang memadai secara visual. Berdasarkan identifikasi masalah tersebut maka tujuan dari penelitian ini adalah merancang aplikasi *mobile* pembelajaran bahasa dan aksara Sasak untuk pelajar Sekolah Dasar, khususnya bahasa Sasak halus. Selanjutnya dilakukan *literature review* untuk mendapatkan teori-teori yang relevan dan memahami lebih mendalam topik penelitian.

Empathize

Tahap ini bertujuan untuk mengetahui pengalaman, emosi dan situasi pengguna yang dituju, dan memposisikan diri sebagai pengguna untuk memahami kebutuhan pengguna. Tahap ini dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan pengamatan terhadap produk sejenis. Observasi dilakukan melalui pengamatan terhadap pelaksanaan pendidikan bahasa dan aksara Sasak di salah satu Sekolah Dasar di pulau Lombok. Wawancara dilakukan dengan dengan Kepala Kantor Bahasa Provinsi Nusa Tenggara Barat, penggiat bahasa dan aksara sasak, kepala Sekolah, dan ahli dibidang UI/UX aplikasi *mobile*. Perbandingan juga dilakukan terhadap aplikasi-aplikasi *mobile* pembelajaran bahasa daerah yang sudah ada.

Define

Tahap ini merupakan tahap akhir dari fase pengkajian yang akan menghasilkan kesimpulan berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan perbandingan produk sejenis yang telah dilakukan. Kesimpulan yang dihasilkan antara lain aplikasi dibuat harus memperhatikan aspek UI seperti ilustrasi, typografi, warna, *icon*, *layout*, dan animasi yang dibuat menarik sesuai dengan karakteristik *user*. Disamping itu perlu ditambahkan elemen suara seperti *background*, *sound effect*, dan penggunaan metode *gamification* untuk menyampaikan materi

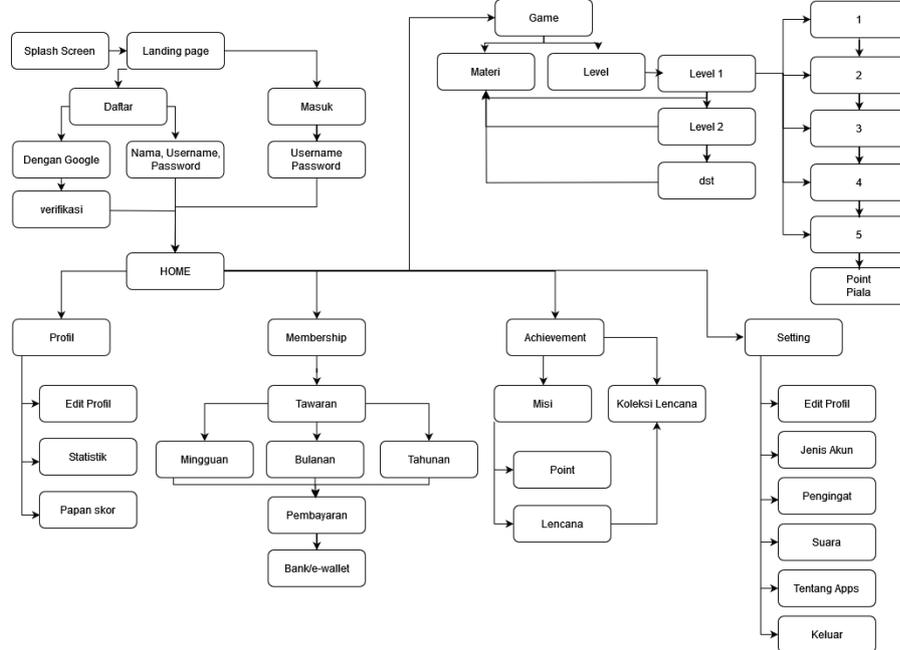
pembelajaran. UX dibuat sederhana namun tetap memberikan pengalaman yang menarik bagi *user*. Hasil kesimpulan ini selanjutnya akan menjadi landasan bagi fase perancangan.

Ideate

Merupakan tahap awal dari fase perancangan. Pada tahap ini dilakukan penggambaran solusi yang dibutuhkan melalui evaluasi untuk menggabungkan beberapa ide kreativitas atau konsep perancangan yang terdiri dari konsep pesan/*big idea*, konsep kreatif, konsep visual, konsep media, dan konsep bisnis.

Prototype

Prototype dibuat berdasarkan kesimpulan dari fase pengkajian dan konsep perancangan yang pada tahap *Ideate*. Tahap *prototype* mencakup penerapan prinsip-prinsip desain komunikasi visual pada UI (ilustrasi, typografi, warna, *icon*, *layout* dan animasi), penggunaan *background*, *sound effect* dan penggunaan metode *gamification* untuk menyampaikan materi pembelajaran. Sesuai konsep perancangan UX dibuat sederhana namun tetap memberikan pengalaman yang menarik bagi *user*. Berikut ini adalah *prototype* aplikasi *mobile* yang diawali dengan pembuatan sketsa, *low-fidelity*, dan *high-fidelity* menggunakan Figma.



Gambar 2 Site Map (Sumber: Tazkia, 2023)



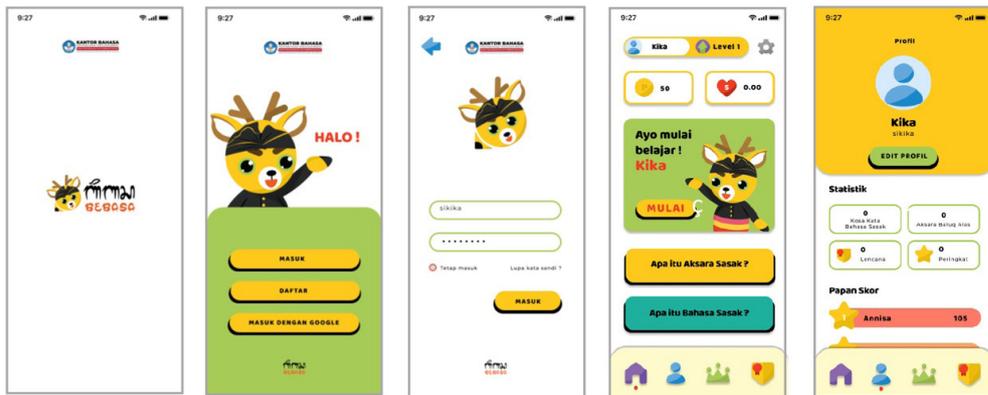
Gambar 3 Logo (Sumber: Tazkia, 2023)



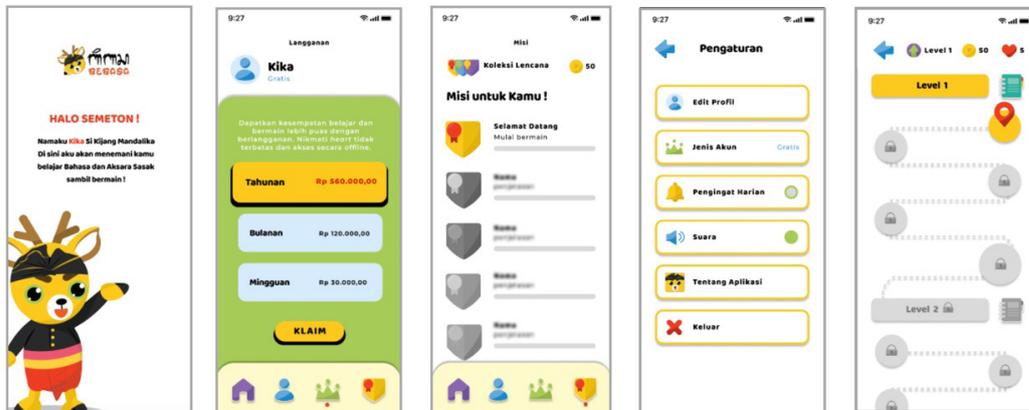
Gambar 4 Karakter (Sumber: Tazkia, 2023)



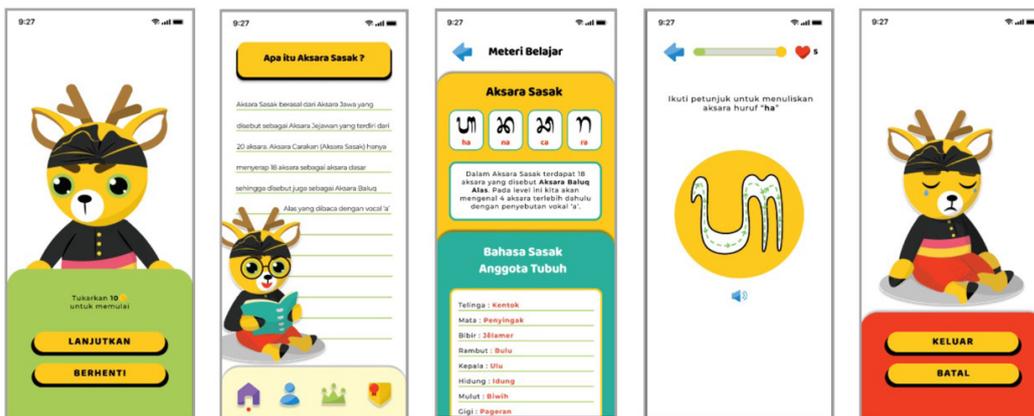
Gambar 5 Aset Visual (Sumber: Tazkia, 2023)



Gambar 6 Splash Scene, Daftar, Masuk, Home, dan Profil (Sumber: Tazkia, 2023)



Gambar 7 Start, Langganan, Misi, Pengaturan, Level (Sumber: Tazkia, 2023)



Gambar 8 Lanjutkan, Introduction, Materi Belajar, Belajar Menulis, dan Keluar (Sumber: Tazkia, 2023)

Test

Tahap *test* atau pengujian merupakan tahap akhir dari proses *design thinking*. Pada tahap ini dilakukan pengujian terhadap aplikasi dengan menggunakan metode *Usability Testing*

(Bangor, Kortum, & Miller, 2009). Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang akan diisi oleh responden setelah melakukan semua *task* yang diberikan. Analisis data dilakukan menggunakan *System Usability Scale (SUS)*, yaitu metode evaluasi kegunaan yang dapat memberikan hasil yang memadai berdasarkan pertimbangan jumlah sampel yang kecil, waktu dan biaya (Kharis, Santosa, dan Winarno, 2019). *SUS* berisi sepuluh pertanyaan yang memberikan subjektif kegunaan pada *usability*. Pertanyaan dinilai dengan angka 1-5, dengan angka 1 yang mewakili sangat tidak setuju dan angka 5 mewakili sangat setuju (Bangor, Kortum, & Miller, 2009).

Perancangan UI/UX dari aplikasi ini dilakukan dengan menerapkan prinsip-prinsip desain komunikasi visual. Dengan demikian pengujian terhadap aspek visual tidak dilakukan secara terpisah namun terintegrasi pada pada pengujian aspek UI/UX, yang akan berkontribusi pada tercapainya tingkat *usability* dari aplikasi.

Tabel 1 System Usability Scale (SUS) (Sumber: Diolah dari Bangor, Kortum, & Miller, 2009)

No.	Pertanyaan (Q)	Sangat Tidak Setuju			Sangat Setuju	
		1	2	3	4	5
Q1	Saya berpikir akan menggunakan aplikasi ini lagi					
Q2	Saya merasa aplikasi ini rumit untuk digunakan					
Q3	Saya merasa aplikasi ini mudah digunakan					
Q4	Saya membutuhkan bantuan dari orang lain atau teknisi dalam menggunakan aplikasi ini					
Q5	Saya merasa fitur-fitur aplikasi ini berjalan dengan semestinya					
Q6	Saya merasa ada banyak hal yang tidak konsisten (tidak serasi pada aplikasi ini)					
Q7	Saya merasa orang lain akan memahami cara menggunakan aplikasi ini dengan cepat					
Q8	Saya merasa aplikasi ini membingungkan					
Q9	Saya merasa tidak ada hambatan dalam menggunakan aplikasi ini					
Q10	Saya perlu membiasakan diri sebelum menggunakan aplikasi ini					

Perhitungan skor *SUS* dilakukan dengan menggunakan perhitungan sebagai berikut (Kharis, Santosa, dan Winarno, 2019):

- Perhitungan dengan nilai positif pada pertanyaan nomor 1,3,5,7 dan 9, dengan rumus $(x-1)$, dengan x sebagai jumlah hasil yang didapat dari responden.
- Perhitungan dengan nilai negatif pada pertanyaan nomor 2,4,6,8 dan 10 dengan rumus $(5-x)$, dengan x sebagai jumlah hasil yang didapat dari responden.
- Nilai skor *SUS* didapat dari penjumlahan pertanyaan positif dan negatif, lalu hasilnya dikalikan 2,5.

Berikut di bawah ini adalah tabel hasil pengujian yang dilakukan terhadap 10 responden (R) dengan menggunakan *SUS*.

Tabel 2 Hasil pengujian SUS (Sumber: Tazkia, 2023)

	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8	R9	R10
Q1	4	4	4	3	5	4	4	4	5	4
Q2	2	2	3	3	3	3	2	1	2	2
Q3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4
Q4	2	2	3	4	4	4	1	3	3	3
Q5	4	4	4	3	4	4	4	2	3	4
Q6	2	3	3	2	4	2	3	4	3	2
Q7	4	3	4	4	4	3	3	4	5	5
Q8	3	3	1	2	4	4	3	3	3	2
Q9	4	3	3	5	4	4	2	4	3	3
Q10	1	1	1	3	1	4	2	2	2	2
Jumlah	29	29	30	32	37	33	38	31	32	28
Rata2	79,75									

Metode *SUS* bertujuan untuk melakukan pengukuran secara cepat dan tepat, dimana *output* yang dihasilkan oleh *SUS* berupa skor yang mudah dipahami, dengan *range* dari 0 hingga 100, semakin besar skor *SUS* maka semakin baik kualitas *usability* (Yuliati dan Setiawati, 2019).

Berikut dibawah ini adalah *score* hasil pengujian (*usability testing*) terhadap aplikasi yang telah dilakukan dengan menggunakan *SUS*.

Tabel 4 Skor *System Usability Scale (SUS)* (Sumber: Yuliati dan Setiawati, 2019)

SUS Score	Grade	Adjective Rating
>80.3	A	Excellent
68 - 80,3	B	Good
68	C	Ok/ Fair
51 - 68	D	Poor
<51	E	Worst

Dengan hasil rata-rata *score SUS* sebesar 79,75 maka dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan *user* terhadap aplikasi berada pada *adjective rating* level *Good* dengan *grade* bernilai B.

SIMPULAN & REKOMENDASI

Fase pengkajian dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif menunjukkan bahwa bahasa dan aksara Sasak sudah kurang diminati, terlebih dengan kurangnya media pembelajaran yang tersedia saat ini. Jenjang Sekolah Dasar merupakan waktu yang tepat untuk memberikan pembelajaran mengenai identitas diri termasuk bahasa dan aksara Sasak bagi masyarakat Sasak di pulau Lombok. Namun tidak semua sekolah menerapkan mata pelajaran bahasa dan aksara Sasak. Sehingga Kantor Bahasa Provinsi Nusa Tenggara Barat mulai melakukan berbagai kegiatan untuk menghidupkan kembali bahasa dan aksara Sasak di lingkungan Pendidikan. Untuk menyesuaikan perkembangan zaman

dan penggunaan metode pembelajaran yang lebih menarik, maka dilakukan perancangan aplikasi *mobile* pembelajaran bahasa dan aksara Sasak untuk pelajar Sekolah Dasar.

Fase Perancangan dilakukan dengan memperhatikan berbagai aspek untuk menghasilkan aplikasi *mobile* pembelajaran yang menarik, menyenangkan, dan meningkatkan minat belajar. Aspek-aspek tersebut adalah penerapan prinsip-prinsip desain komunikasi visual pada UI/UX dan penerapan metode gamifikasi untuk menyampaikan materi pembelajaran.

Aplikasi ini mendapatkan rata-rata score SUS sebesar 79,75 dengan tingkat kepuasan *user* pada level *Good* dengan *grade* B. Pengujian dengan *usability testing* menunjukkan bahwa pengguna masih merasa aplikasi ini rumit dan perlu adanya pembiasaan diri dalam penggunaannya. Diharapkan seiring waktu dan penggunaan aplikasi ini secara intens, *usability* dari aplikasi dapat meningkat.

Prototype yang dihasilkan dari penelitian ini dapat dilanjutkan pada tahap implementasi, yaitu penerapan hasil penelitian pada produk nyata, dengan melibatkan berbagai pihak terkait seperti pengembang aplikasi, Kantor Bahasa Provinsi NTB, dan Dinas Pendidikan Provinsi NTB. Dengan adanya aplikasi *mobile* pembelajaran bahasa dan aksara Sasak untuk pelajar Sekolah Dasar ini diharapkan dapat turut serta dalam melestarikan bahasa dan aksara Sasak.

DAFTAR PUSTAKA

- Alifyah, D., Rahman, Y., & Yudiarti, D. (2022). Perancangan Prototype Aplikasi Fun Learning Aksara Sunda Baku Untuk Remaja. *eProceedings of Art & Design*, 9(5).
- Ariani, D. (2020). Gamifikasi untuk Pembelajaran. *Jurnal Pembelajaran Inovatif*, 3(2), 144-149.
- Astawa, I. N. T. (2017). Wacana Punahnya Bahasa Daerah Dalam Pergaulan Globalisasi. *Kalangwan Jurnal Pendidikan Agama, Bahasa dan Sastra*, 7(1).
- Babich, N. (2021). Design Thinking Process and Its Phases.
- Bangor, A., Kortum, P., & Miller, J. (2009). Determining what individual SUS scores mean: Adding an adjective rating scale. *Journal of usability studies*, 4(3), 114-123.
- Brown, T. dan Katz, B., (2009). *Change by Design*. New York: Harper Collins
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage publications.
- Datya, A. I. (2019, October). Implementasi Elemen User Interactive (UI) Dan User Experience (UI) Dalam Perancangan Antarmuka Sistem Informasi E-Tourism Di Bali Berbasis Web. In *Seminar Ilmiah Nasional Teknologi, Sains, dan Sosial Humaniora (SINTESA)* (Vol. 2).
- El Ghiffary, M. N., Susanto, T. D., & Prabowo, A. H. (2018). Analisis komponen desain layout, warna, dan kontrol pada antarmuka pengguna aplikasi mobile berdasarkan kemudahan penggunaan (studi kasus: aplikasi olride). *Jurnal Teknik ITS*, 7(1), A143-A148.
- Gachkova, Mariya & Somova, Elena. (2016). *Game-based approach in E-learning*.
- Garret, J. J. (2011). *The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond, Second Edition*. Peachpit, a division of Pearson Education, New Riders, USA
- Hakim, dkk. (2016). *Ensiklopedia Bahasa Sasak*. Kantor Bahasa Nusa Tenggara Barat.

Hendriyana, H., & Ds, M. (2022). *Metodologi Penelitian Penciptaan Karya Practice-Led Research and Practice-Based Research Seni Rupa, Kriya, Dan Desain—edisi Revisi*. Penerbit Andi.

Hidayat, D., & Desa, M. A. B. M. (2019). Representasi Nilai-Nilai Pandangan Hidup Orang Sunda dalam Mobile Apps Kisah Lutung Kasarung (Analisis Semiotika Roland Barthes). *Demandia: Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain, Dan Periklanan*, 4(01), 81-97.

Hidayat, T. S. (2009). Kesepadanan antara Penggunaan Bahasa Sasak Halus dan Perilaku Sosial Masyarakat Penuturnya. *Mabasan*, 3(2), 136-155.

Ismi, H., Asrin, A., & Widodo, A. (2020). Analisis Penggunaan Aksara Sasak Dalam Keseharian Masyarakat Lombok Barat Di Era Globalisasi. *AL MA'ARIEF: Jurnal Pendidikan Sosial dan Budaya*, 2(2), 65-71.

Kelley, D., & Brown, T. (2018). An introduction to Design Thinking. Institute of Design at Stanford. doi: <https://doi.org/10.1027/2151-2604/a000142>

Kharis, K., Santosa, P. I., & Winarno, W. W. (2019, August). Evaluasi Usability pada Sistem Informasi Pasar Kerja Menggunakan System Usability Scale (SUS). In *Prosiding Seminar Sains Nasional dan Teknologi* (Vol. 1, No. 1).

Lawe, I. G. A. R., & Hidayat, D. (2020). Implementasi Prinsip Multimedia Learning pada E-Book Interaktif "Popout! The Tale Of Peter Rabbit". *DESKOMVIS: Jurnal Ilmiah Desain Komunikasi Visual, Seni Rupa Dan Media*, 1(3), 210-217.

Lazuardi, M. L., & Sukoco, I. (2019). Design Thinking David Kelley & Tim Brown: Otak Dibalik Penciptaan Aplikasi Gojek. *Organum: Jurnal Saintifik Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 1

Lukman & Aryanto. (2019). Aplikasi Edukasi Ekosistem Pengenalan Dunia Hewan untuk Anak Usia Dini Berbasis Android. *Evolusi: Jurnal Sains Dan Manajemen*, 7(2).

Putra, R. W. (2021). *Pengantar desain komunikasi visual dalam penerapan*. Penerbit Andi.

Pontis, S. (2015). Design Thinking Revised. Retrieved from *Mapping Complex Information. Theory and Practice*, <https://sheilapontis.wordpress.com/2015/06/04/design-thinking-revised>.

Razi, A. A., Mutiaz, I. R., & Setiawan, P. (2018). Penerapan metode design thinking pada model perancangan ui/ux aplikasi penanganan laporan kehilangan dan temuan barang tercecer. *Demandia: Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain, dan Periklanan*, 3(02), 219-237.

Schlatter, T., & Levinson, D. (2013). *Visual usability: Principles and practices for designing digital applications*. Newnes.

Sugiyono. (2011). *Metodologi penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Yuliati, A. L., & Setiawati, C. I. (2019, May). Quality Analysis of Shopee Website by Using Importance Performance Analysis Approach. In *1st International Conference on Economics, Business, Entrepreneurship, and Finance (ICEBEF 2018)* (pp. 584-587). Atlantis Press.

Original Articles

68-78

Peran Tipografi Eksperimental Terhadap Visualisasi Lagu dalam Album Sinestesia

Angel Cristina, Ferdinand Indrajaya
Universitas Pelita Harapan

Design Study

79-88

Analisis Ilustrasi Buku Anak sebagai Media Edukasi Stress dan Depresi kepada Anak

Hannie Shahia Aqiela, Riama Maslan Sihombing
Institut Teknologi Bandung

89-106

Analisis Desain Buku Aktivitas Stiker Tematik untuk Anak Usia Dini

Chara Susanti
Universitas Multimedia Nusantara

Design Projects

107-117

Perancangan Buku Ensiklopedia Anak 4D Klasifikasi Makhluk Hidup Mamalia Laut

Stephen Wijaya, Aprilia Kartini
Universitas Bunda Mulia

118-128

Perancangan Desain Kemasan untuk Origami Coffee Filter Kaldi Kraftware

Yolanda Ruth Theophanie Taruli Tumilisar,
Brian Alvin Hananto, Lorentius Calvin
Universitas Pelita Harapan

129-155

Perancangan Desain UI/UX untuk Aplikasi Restoran Makanan Sehat Grains of Glory

Caroline Heliawanto, Ellis Melini
Universitas Pelita Harapan

156-166

Perancangan Aplikasi Mobile Pembelajaran Bahasa dan Aksara Sasak untuk Pelajar Sekolah Dasar

Nur Annisa Tazkia, Dicky Hidayat, Diena Yudiarti
Universitas Telkom

Published by:

Penerbit Fakultas Desain

Universitas Pelita Harapan

Managed by:

Laboratorium Desain Editorial & Publikasi

Universitas Pelita Harapan

labdep.uph.edu

<https://ojs.uph.edu/index.php/IMATYPE>
imatype@uph.edu

Cover Photo by:

Caroline Heliawanto, Ellis Melini
Universitas Pelita Harapan

DG*

**PENERBIT
FAKULTAS
DESAIN
UPH**

UPH
School of
Design

ISSN 2828-4151



9 772828 415007

