

JURNAL STRATEGI DESAIN & INOVASI SOSIAL

**Volume 1 Edisi 1
Oktober 2019**

**ISSN 2715-2898
E-ISSN 2715-5129**

JURNAL STRATEGI DESAIN & INOVASI SOSIAL

Volume 1 Edisi 1 Oktober 2019

ISSN 2715-2898
E-ISSN 2715-5129

Diterbitkan oleh

Penerbit Fakultas Desain
Universitas Pelita Harapan

Editor in Chief

Dr. Martin Luqman Katoppo, S.T., M.T.

Managing Editor

Brian Alvin Hananto, S.Sn., M.Ds.

Section Editor

Dr. Julia Dewi, S.T., M.T.
Dr. Lala Palupi Santyaputri, S.Sn., M.Si.

Reviewer

Dr. Ir. Susinety Prakoso, MAUD, MLA
Dr. July Hidayat, M.Sn.
Dr. Martin Luqman Katoppo, S.T., M.T.
Dr. Lala Palupi Santyaputri, S.Sn., M.Si.
Brian Alvin Hananto, S.Sn., M.Ds.

Copyeditor

Phebe Valencia, S.E., S.Sn., M.A.

Desain Sampul dan Tata Letak

Brian Alvin Hananto, S.Sn., M.Ds.

Redaksi

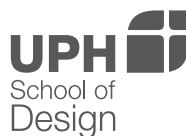
Jl. M.H. Thamrin Boulevard 1100
Lippo Village – Tangerang
Banten 15811
Telp: +62-21-5460901
Fax: +62-21-5460910
sod.uph@uph.edu

Email

jsdis@uph.edu

Website

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



JURNAL STRATEGI DESAIN & INOVASI SOSIAL

Foto Sampul
Jurnal Strategi Desain & Inovasi Sosial
Volume 1 Edisi 1



Festival Kreativitas Anak2 dan Muda/i Kampung Pondok Pucung: AMBREG 1, Desember 2017.
Kolaborasi: Anak2 dan Muda/i RT 005 dan 006, RW 02, Kampung Pondok Pucung, Tangerang Selatan, Mahasiswa/i Program Studi Desain Interior, kelas Design, Society and Environment, dan Design as Generator (DAG).

Photo Credits

Tim DSE Prodi Desain Interior, School of Design, Universitas Pelita Harapan & Muda/i RT 005 dan 006, RW 02, Kp. Pondok Pucung, Tangerang Selatan.

Daftar Isi

v Daftar Isi

1 Prolog

DESAIN SEBAGAI STRATEGI DAN INOVASI SOSIAL

Martin L. Katoppo

Universitas Pelita Harapan

7 FESTIVAL KREATIVITAS ANAK, KAMPUNG PONDOK PUCUNG, TANGERANG SELATAN, JAWA BARAT

Yenty Rahardjo

Universitas Pelita Harapan

18 TREN DESAIN KARAKTER SUPERHERO BERDASARKAN PERSEPSI SISWA TAMAN KANAK-KANAK SHAFIRA DI SURABAYA

Mahimma Romadhona, Aileena Solicitor C. R. E. C.

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

28 BERMAIN DAN BERKREASI UNTUK MELATIH PERKEMBANGAN ANAK USIA DINI MENGGUNAKAN PUZZLE EDUKATIF DARI BAHAN BAMBU

Purwanto

Universitas Kristen Duta Wacana

42 PERAN KEAHLIAN TANGAN DAN DIGITAL DALAM PROSES PERANCANGAN PRODUK OLEH MAHASISWA

Aloysius Baskoro Junianto

Universitas Agung Podomoro

**55 ANALISIS SEMIOTIKA IKLAN ‘#ADAAQUA-MOMEN
GAGAL FOKUS: ZONK’**

Alfian Candra Ayuswantana, Diana Aqidatun Nisa
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Lutfi Tri Atmaji
Institut Teknologi Kreatif Bina Nusantara Malang

**68 ANALISIS APLIKASI DESAIN STREET SIGNAGE PADA
FASILITAS PUBLIK DI KOTA BANDUNG**

Budi Setiawan
Bina Nusantara University

**79 STUDI DESAIN HALTE BUS DAN PERILAKU MASYARAKAT
URBAN DI WILAYAH DKI JAKARTA (STUDI KASUS: HALTE
PALMERAH, HALTE ISTORA MANDIRI, HALTE FX-SUDIRMAN)**

Amarena Nediari
Bina Nusantara University

**96 PENINGKATAN KUALITAS RUANG PENGHUBUNG ANTAR
TAMAN KOTA DENGAN MEMBANGUN INTERAKSI SOSIAL**

Alvar Mensana, Felia Srinaga, Angie Halim
Universitas Pelita Harapan

**114 Epilog
DESAIN SEBAGAI PENDORONG TERJADINYA INOVASI SOSIAL,
MUNGKINKAH?**

Martin L. Katoppo
Universitas Pelita Harapan

PROLOG

DESAIN SEBAGAI STRATEGI DAN INOVASI SOSIAL

DESIGN AS STRATEGY AND SOCIAL INNOVATION

Martin L. Katoppo

Editor in Chief, Jurnal Strategi Desain dan Inovasi Sosial,
Fakultas Desain, Universitas Pelita Harapan

e-mail: martin.katoppo@uph.edu

Selamat datang dan membaca edisi perdana Jurnal Desain dan Inovasi Sosial Ed.1, Vol.1. Jurnal ini adalah jurnal yang dirancang untuk membahas berbagai diskusi kiwari dan nilai kebaruan (*beyond*) dalam desain pada tataran strategis dan inovatif yang mendorong perubahan sosial di masyarakat. Pada skala yang lebih besar, jurnal ini hendak memproduksi pengetahuan desain yang memberdayakan, membebaskan dan memanusiakan. Produksi pengetahuan ini bermaksud untuk diproduksi bukan hanya dalam tataran wacana (*discourse*) tapi juga menjalar hingga ke tataran *praxis/action* yang kelak harapannya dapat mendorong perubahan kebijakan Nasional mengenai pembangunan berkelanjutan yang berkeadilan sosial, lestari serta mengedepankan pembangunan sumber daya manusia sebagai subyek utama pembangunan bangsa dan negara Indonesia.

Tujuan besar, namun perlu. Kegagapan kemampuan merelasikan pengetahuan dan aksi nyata yang berdampak adalah masalah yang dihadapi oleh bangsa Indonesia. Sebagian orang mungkin akan menarik permasalahan ini lebih jauh lagi: kepemilikan terhadap pengetahuan saja bahkan belum merata. Karena hal-hal tersebutlah maka jurnal ini muncul, sebagai arena produksi pengetahuan yang dapat diakses oleh siapapun yang membutuhkannya, dan sebagai demonstrasi relasi pengetahuan dan aksi nyata yang berdampak dari kepemilikan pengetahuan tersebut kepada masyarakat yang membutuhkan.

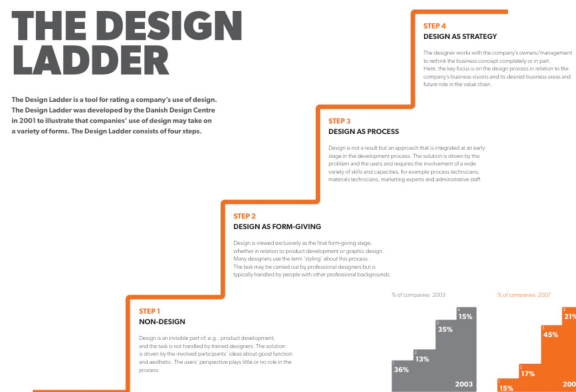
Berdasarkan tujuan di atas, maka Jurnal Desain dan Inovasi Sosial (JSDIS) mengambil posisi ideal, yaitu mencari cara berpraktik yang berlandaskan teori setara (*theoretically informed practice*). Jurnal ini percaya bahwa sebuah tindakan harus diikuti dengan penelitian melalui eksplorasi dan 'objektifikasi' dari sebuah

pengalaman' (*exploration and 'objectification of experience'*) dan 'pendisiplinan subyektivitas' (*'disciplining of subjectivity'*). Kelindan penelitian dan tindakan inilah yang akan menghasilkan *theoretically informed practice* (Taggart, 2006). Pendekatan seperti ini dekat dengan pendekatan (*Participatory*) *Action Research* (PAR), karena model penelitian seperti ini sanggup menjembatani ranah akademis dan praktik secara mumpuni, bahkan model penelitian tindakan seperti ini memiliki kemampuan memberdayakan setiap *stakeholder* yang terlibat (Reason dan Bradbury, 2001). Jurnal ini dengan demikian hendak mengambil posisi 'aktif', yang artinya jurnal ini tak hendak hanya memperkaya wacana dengan memproduksi pengetahuan baru bagi pembacanya, namun juga hendak menginspirasi siapapun yang membacanya untuk menggunakan pengetahuan baru tersebut untuk bertindak dan mendorong terjadinya perubahan secara nyata.

Oleh karena itu jelas juga semestinya, mengapa jurnal ini mengambil posisi sebagai jurnal **strategi** desain. Bila kita membedah kata desain, maka kita perlu melihat definisinya menurut Heskett (2002) yaitu sebagai kemampuan manusia membentuk dan membuat lingkungan hidupnya sendiri demi pemenuhan kebutuhan dan memberikan makna pada kehidupan sehari-hari manusia. Sementara itu Lawson (2005) melihat desain sebagai dualitas dinamis yang merujuk secara bersamaan pada proses dan hasil akhir (*end products*). Proses mendesain sendiri menurut Lawson adalah proses yang menggabungkan cara berpikir sistematis dan tak berstruktur (*systematic and chaotic thinking*) serta imajinatif sekaligus matematis. Desainer dalam praktik desainnya harus menghasilkan (*generate*) objek atau tempat (*place*) yang akan memiliki dampak besar terhadap kualitas hidup banyak orang – yang artinya desain harus berfungsi selain juga indah. Secara lebih strategis-praktis, Norman (2002) mengatakan bahwa desain harus mampu berdialog serta berkelindan dengan keseharian penggunaanya. Norman menggunakan istilah '*human centered design*' (desain berorientasi manusia) yang mengatakan bahwa desain yang baik tak perlu mengorbankan aspek apapun - misalnya keindahan dengan biaya produksi, fungsional dan atraktif. Desain yang berorientasi manusia dan lekat dengan keseharian akan mengakomodasi kesenangan estetis (*aesthetic pleasure*) sebagai suatu karya seni dan pertunjukkan produk kreativitas, serta pada saat yang bersamaan ia juga akan mudah digunakan (*usable*), mudah bekerja (*workable*) dan menyenangkan (*enjoyable*).

Danish Design Center (https://issuu.com/dansk_design_center/docs/design-ladder_en) mengeluarkan '*The Design Ladder*' – tingkatan identifikasi posisi desain yang dibagi menjadi: *Non-Design* pada bagian terbawah, lalu diikuti *Design as Form-Giving*, *Design as Process* dan pada bagian teratas: *Design as Strategy* (lihat gambar di bawah) Walaupun tingkatan identifikasi ini dikeluarkan oleh DDS utamanya untuk melihat situasi dan kondisi 'penggunaan' desain dalam suatu perusahaan (desain), namun tingkatan ini menunjukkan bahwa desain sebagai strategi berada di posisi yang paling tinggi **karena** saat desain bekerja sebagai sebuah strategi maka desain sudah berkelindan (*embedded*) secara penuh dalam setiap sendi aktivitas yang dilakukan. Desain bukan sebagai objek akhir atau sebuah proses, ia adalah awal, yang berproses hingga akhir sebagai strategi

penciptaan mumpuni yang melibatkan cara berpikir hingga bertindak.



Gambar 1. *The Design Ladder* (Danish Design Center, 2015)

Bila kemudian kita melihat desain sebagai proses lengkap berpikir (discovery), membangun ide (ideation) hingga akhirnya membuat (prototyping) dan hingga akhirnya mengimplementasikan serta mengukur dampaknya di masyarakat, maka inilah yang disebut sebagai Design Thinking (Brown, 2008; Brown dan Katz, 2009). Metode Design Thinking (DT) menjadi fenomenal baik dalam lingkup desain maupun lingkup lain yang lebih luas, karena: (1) membawa kembali desain kepada ensensinya, yaitu sebagai metode pemecahan masalah yang bersifat inovatif, berkelanjutan dan berorientasi pada manusia, (2) memiliki potensi menjembatani pengetahuan teoretis dan praktik dalam mendesain, serta mempromosikan cara berpikir komprehensif dan cara bekerja kolaboratif, (3) bekerja dengan cepat, relatif akurat, kritis, serta kontekstual dan spesifik dalam hal inovasi yang dimunculkannya, (4) dapat diaplikasikan serta ditransfer ke berbagai bidang ilmu pengetahuan dan praktik (misalnya: manajemen bisnis dan pelayanan publik, sistem pelayanan kesehatan, desain interaktif, perencanaan, pembuatan dan pelaksanaan berbagai kebijakan institusional) (Katoppo dan Sudradjat, 2015).

Brown bersama Wyatt (2010) kemudian berargumen tentang bagaimana Design Thinking dapat bekerja dalam ranah sosial serta mendorong terjadinya inovasi – sehingga mengakibatkan perubahan situasi dan kondisi sosial masyarakat menuju arah yang lebih baik. Brown kemudian mengembangkan Human Centered Design (HCD) Toolkit: Design Thinking Toolkit for Social Innovation Project (IDEO, 2013). Desain sendiri dapat membawa perubahan apabila memahami kekuatan konteks (the power of context), yaitu suatu situasi sosial spesifik yang sudah menjadi keseharian di dalam ruang sasaran masyarakat dan karena manusia bertindak sesuai dengan pengaruh kondisi fisik yang terus menerus dialami (Gladwell, 2000). Agar efektif desain yang dirancang untuk perubahan sebaiknya hanya perlu memberikan dorongan-dorongan halus (nudge) pada komunitas yang disasar. Menurut Thaler dan Sunstein (2009), manusia justru berubah karena desakan dan dorongan bawah sadar yang cenderung tidak kentara, perlahan, terus menerus serta tidak memaksa. Oleh karena itu bentuk perubahan akhirnya juga bukan

sesuatu yang definitif dapat diasumsikan sejak awal. Dorongan-dorongan halus ini dapat dirancang dan hadir sebagai suatu intervensi yang berperan sebagai jalan pembuka terjadinya perubahan awal. Perubahan awal inilah yang berpeluang untuk mendorong perubahan lain yang bersifat alamiah, lebih besar, bertahan dan berkelanjutan karena datang dan didefinisikan sendiri oleh yang berkepentingan. Penjelasan ekstensif ini hendak menjelaskan bagaimana kemudian desain dapat menjadi pendorong terjadinya inovasi sosial, dan hanya ketika desain berada dalam tataran strategi, maka desain dapat melakukan hal ini.

Untuk melihat kemungkinan-kemungkinan desain sebagai strategi dan inovasi sosial maka JSDIS Ed.1, Vol.1 sudah memilih 8 makalah sebagai pembuka diskusi dan langkah awal produksi pengetahuan perihal ini. Tulisan yang pertama adalah mengenai bagaimana desain dapat berpotensi dalam memberdayakan anak-anak dan muda/i di sebuah kampung di Tangerang Selatan melalui sebuah festival kreatif. Rahardjo dan tim membayangkan bahwa pemberdayaan yang berkelanjutan bukanlah melalui menghadirkan desain fisik, melainkan dengan cara membangun manusia dan karenanya menyasar pada generasi pemilik masa depan, para anak-anaknya dan muda-mudinya dengan cara mengembangkan daya kreativitas melalui sebuah cara festival. Mungkin ini yang dibayangkan Lefebvre (1998) yang menawarkan keseharian sebagai sebuah festival (*la fête*) yang hadir dalam *oeuvre*, sebuah ruang dalam kota, dimana manusia-manusia yang sepenuhnya sadar (*total men*) secara kreatif menjalani keseharian hidupnya. Selanjutnya adalah tulisan Romadhona dan Aileen yang hendak menelusuri desain pahlawan super yang mumpuni melalui penyelidikan referensial terhadap anak-anak di tingkat pendidikan dasar. Keduanya menemukan bahwa anak-anak akan menyematkan hal-hal khas dari apa yang ada di sekelilingnya sekaligus juga apa yang membangun imajinasinya. Purwanto merancang puzzle dari bahan bambu juga untuk anak-anak di tingkat pendidikan dasar dan menemukan bahwa anak-anak sangat kreatif dan selalu memandang segala hal dari sudut pandang lain dari benda atau intensi asal dan awalnya. Kedua penelitian yang melibatkan anak-anak pada tingkatan dasar ini tampaknya justru menemukan bahwa desainlah yang mendapatkan sumbangan kreatif dan inovatif dari daya imajinasi anak-anak alih-alih sebaliknya. Junianto masih dalam konteks menelisik dan berkelindan perihal pendidikan berusaha melihat tegangan pendidikan desain berbasis manual dan teknologi digital di tingkat universitas. Diskusi lawas dalam dunia desain namun masih sangat menarik, bahkan semakin relevan ini menunjukkan bahwa pendidikan manual tetap menjadi suatu keharusan sebagai pemberi dasar kokoh sebelum akhirnya menggunakan teknologi digital. Desain adalah perpanjangan pemikiran, dan awalnya keahlian tangan menjadi perpanjangan pemikiran tersebut. Teknologi tidak datang untuk menggantikan, namun teknologi datang untuk semakin memanjangkan daya jangkauan pemikiran yang pada dasarnya tak terbatas. Teknologi digital memungkinkan menghilangkan keterbatasan-keterbatasan capaian manual. Sedikit berbeda dengan pembahasan-pembahasan sebelumnya, Ayuswantana, dkk. mencoba melihat dan membangun asumsi strategi desain iklan sebuah minuman air mineral kemasan dengan menyatakan bahwa strategi desain yang dilakukan adalah untuk memengaruhi target konsumen anak muda urban

tentang perlunya mengonsumsi air mineral merk tertentu tersebut.

Tiga tulisan selanjutnya ada di tataran urban dan mencoba melihat kemungkinan desain mengubah perilaku orang-orang yang hidup berinteraksi di dalam kota. Setiawan mencoba menganalisis aplikasi desain street signage di kota Bandung. Setiawan mencoba melihat kemungkinan bahwa dengan adanya street signage yang didesain di beberapa area di kota tersebut akan membantu pengguna kota dalam menjelajah kota Bandung dengan lebih nyaman. Amarena mencoba melihat desain halte bis dapat mempengaruhi perilaku penggunanya. Menggunakan beberapa studi kasus serta melihat berbagai pendekatan desain halte bis di kota Jakarta, Amarena menawarkan bahwa desain halte bis yang baik adalah desain halte bis yang merespon kebutuhan masyarakat kota yang modern, seperti misalnya mampu merespon perkembangan teknologi yang digunakan saat ini. Mensana dkk., kemudian berargumen bahwa dengan desain yang baik, ruang publik di kota besar semestinya saling terhubung yang pada akhirnya akan mengubah dan menciptakan pola interaksi sosial yang terjadi. Mensana dkk. menggunakan 2 buah taman kota yang didesain terhubung untuk meningkatkan interaksi sosial penggunanya untuk memperkuat argumen tersebut.

Paparan-paparan menarik ini sungguh berpotensi untuk memulai diskusi tentang potensi desain sebagai strategi dan pendorong terjadinya inovasi sosial. Sekali lagi sebagai editor in chief saya ucapkan selamat membaca, memproduksi pengetahuan dan kemudian menggunakan pengetahuan baru ini sebagai inspirasi untuk bergerak dan mendorong terjadinya inovasi sosial dalam konteks anda sendiri!

DAFTAR PUSTAKA

- Brown, T. (2008). Design thinking www.unusualeading.com, Harvard Business Review, 1-9.
- Brown, T. dan Katz, B. (2009): Change by design: how design thinking transforms organizations and inspires innovations, HarperCollins Publishers, New York.
- Brown, T. dan Wyatt, J. (2010). Design Thinking for Social Innovation, Stanford Social Innovation Review, Stanford School of Business, 29-35.
- Gladwell, M. (2000). The tipping point – how little things can make a big difference, Abacus, London.
- Heskett, J. (2002). Design: A Very Short Introduction, Oxford University Press Inc., New York.
- IDEO (2013). Human Centered Design (HCD) Toolkit: Design Thinking Toolkit for Social Innovation Project, 2nd.ed, Licensed under the Creative Commons Attribution Non Commercial Share A-Like 3.0 Unported License, with IDE, Heifer International and ICRW, funded by Bill and Melinda Gates Foundation.
- Katoppo, M. L. dan Sudradjat, I. (2015): Combining Participatory Action Research (PAR) and Design Thinking (DT) as an alternative research method in architecture, Procedia – Social and Behavioral Sciences, International Conference ARTEPOLIS Vol.5, Architecture Program, School of Architecture,

- Planning and Policy Development, Institut Teknologi Bandung (ITB), Indonesia, 184 C (2015), 118-125, doi:10.1016/j.sbspro.2015.05.069.
- Lawson, B. (2005). *How Designers Think – The Design Process Demystified*, Fourth edition, Architectural Press, London – New York.
- Lefebvre, H. (1998). *The production of space*, Blackwell Publishers Ltd., Inc., Oxford, Massachusetts.
- Norman, D. (2002): *The design of everyday things*, Basic Books, New York.
- Reason, P. dan Bradbury, H. (2001). *Handbook of Action Research – Participative Inquiry and Practice*, Sage Publications, Inc, London – New Delhi.
- Taggart, R. Mc. (2006). *Participatory Action Research: Issues in Theory and Practice*, *Educational Action Research*, 2:3, 313-337, DOI: 10.1080/0965079940020302.
- Thaler, R. H. dan Sunstein, C. R. (2009). *Nudge – improving decisions about health, wealth and happiness*, Penguin Books, USA.
- ‘The Design Ladder: Four steps of design use’, data diperoleh dari situs internet: https://issuu.com/dansk_design_center/docs/design-ladder_en diunduh pada 25 Oktober 2019, jam 22:52.

FESTIVAL KREATIVITAS ANAK & MUDA/I KAMPUNG PONDOK PUCUNG, TANGERANG SELATAN, JAWA BARAT

Pondok Pucung Children and Youth Creativity Kampong Festival, Southern Tangerang, West Java

Yenty Rahardjo

Desain Interior, Fakultas Desain, Universitas Pelita Harapan

e-mail: e-mail: yenty.rahardjo@uph.edu

Abstrak

Sejak tahun 2012, Fakultas Desain (*School of Design*) mengembangkan Mata Kuliah *Design, Society & Environment* (DSE), dirancang sebagai demonstrasi praktik tridharma perguruan tinggi di level *civitas academica* Fakultas bersama mahasiswa/i secara kolaboratif dan berdampak langsung kepada masyarakat melalui desain. Kolaborasi ini dilaksanakan di sepanjang tahun akademik 2017/2018 berupa kerja sama dosen dan mahasiswa/i bersama warga Kampung Pondok Pucung, Tangerang Selatan, Jawa Barat, khususnya para pemuda/i. Untuk membangkitkan kreativitas pemuda/i Kampung Pondok Pucung, dilakukan pembekalan ketrampilan desain cetak dan upaya ini mewujudkan dalam bentuk Festival Kreatif anak muda Kampung Pondok Pucung: 'Ambreg'. Metode khusus yang digunakan adalah paduan Participatory Action Research (PAR) dan Design Thinking (DT) yaitu: Desain sebagai Generator (DAG).

Kata Kunci: Desain sebagai Generator, Kreativitas, Pemuda, Festival.

Abstract

Since 2012, School of Design developed Design, Society & Environment Course. The course is designed to demonstrate how research and action in a form of community service should be comprehensively practiced by the civitas academica collaboratively and impactful directly to society through design. The collaboration is held in odd semester 2017/2018 with collaboration between lecturers and students, especially Kampung Pondok Pucung community, Tangerang West Java, especially the youths. In generating youth creativity, they learn printing design in workshop

and generate in the form of Youth Festival Kampung Pondok Pucung: Ambreg. The method used is a combination between Participatory Action Research (PAR) and Design Thinking (DT).

Keywords: *Design As Generator, Creativity, Youth, Festival*

PENDAHULUAN

Kampung merupakan pemukiman yang secara alamiah hadir melalui kerukunan warganya. Kampung dalam kesehariannya bertumbuh dengan warganya tanpa menyadari situasi modern di tempat lain dan tidak melihat kebutuhan masa depan. Romantisme masa lalu juga menjebak kampung untuk cenderung tinggal dalam keadaan yang apatis dengan perubahan bahkan kemajuan. Penelitian ini berfokus untuk membangun dampak baik kepada kampung yang berada di dalam ruang lingkup urban yang tersingkir oleh modernisasi kota besar. Ketimpangan perhatian terhadap kampung membuat penelitian ini berfokus kepada kreativitas kampung untuk menyelesaikan masalahnya sendiri. Harapan dari penelitian ini bahwa kampung bisa dibangkitkan kreativitasnya untuk membawa dampak yang lebih baik. Selain itu, penelitian ini merupakan publikasi mengenai kreativitas yang dilakukan secara mandiri oleh kampung untuk menyelesaikan masalahnya sendiri. Penelitian ini dilaksanakan bersama dengan masyarakat. Masyarakat sebagai *co-author* menghasilkan pengetahuan bersama dengan peneliti dan masyarakat yang diteliti (*co-production of knowledge*). Tujuan akhir dari proses ini adalah mengupayakan semua pihak untuk terlibat.

Fakultas Desain (*School of Design*) Universitas Pelita Harapan mengembangkan mata kuliah *Design, Society & Environment* (DSE) yang dirancang sebagai demonstrasi praktik tridharma perguruan tinggi di level *civitas academica* Fakultas bersama mahasiswa/i untuk melaksanakan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat. Mata kuliah ini berupa kolaborasi yang mensinergikan penelitian, tindakan (dalam bentuk pengabdian) secara kolaborasi dan desain langsung ke situasi dan konteks masyarakat tertentu. Tujuannya adalah memberikan dampak pemulihan dan pemberdayaan masyarakat. Model ini dikembangkan ke dalam metodologi khusus pemberdayaan melalui desain yang disebut sebagai Desain sebagai Generator (Katoppo, dkk. 2014; Katoppo dan Sudrajat, 2015; Katoppo dkk., 2016).

Kolaborasi ini dilakukan oleh dosen dan mahasiswa/i dengan warga Kampung Pondok Pucung, Tangerang, Jawa Barat khususnya para pemuda/i untuk membangkitkan kreativitas sehingga pemuda/i dapat memikirkan kegiatan yang berdampak baik pada kampung dan diri mereka sendiri. Ditemukan bahwa potensi keguyuban di kampung ini bisa menghasilkan kreativitas anak muda untuk menganalisa permasalahan kampung bahkan bekerja secara kreatif lalu mewujudkannya dalam bentuk festival kreatif anak muda Kampung Pondok Pucung. Harapan dari kegiatan ini akan menjadi pengalaman transformatif bagi semua yang terlibat di dalamnya. Dikarenakan pengetahuan yang didampingi dengan pengabdian akan menjadi lengkap, sebuah keilmuan yang melayani, arif dan bijaksana adalah sesuai dengan visi dan misi besar UPH menjadi *Christ Centered University*.

KAJIAN TEORI

Greenbaum dan Loi (2012) berargumen bahwa *Participatory Design* adalah semacam kombinasi dalam dunia desain, penelitian dan tindakan partisipatoris. *Participatory Action Research* melakukan penelitian yang dapat dilakukan oleh, untuk dan bersama masyarakat yang kemudian mendapatkan keuntungan dari penelitian tersebut. PAR lebih cenderung kepada pengenalan kebutuhan masyarakat dan PD lebih condong kepada orientasi kerja mendesain secara partisipatori yang lingkungannya sangat beragam. Dapat dikatakan tujuan utama *Participatory Design* adalah praktik desain yang demokratis dan emansipatoris, atau secara singkat desain demi keadilan sosial.

Brown bersama Wyatt (2010) menulis tentang *Design Thinking* (DT) dapat bekerja dalam wilayah sosial serta mendorong terjadinya inovasi sehingga mengakibatkan perubahan situasi dan perbaikan kondisi sosial masyarakat. Dikatakan bahwa *Design Thinking* telah berkembang bahkan digunakan dalam pengembangan dunia bisnis, selain dari desain. Brown dan Wyatt kemudian berargumen bahwa *Design Thinking* dapat mengupayakan (*generate*) inovasi bagi perbaikan situasi dan kondisi sosial masyarakat, apalagi yang sangat membutuhkan.

Dalam prinsip *Design Thinking* terdapat tiga langkah yaitu: Inspiration, Ideation dan Implementation yang sirkular, ketat dan cepat. Brown dan Wyatt memandang tiga langkah ini sebagai ruang bergerak luas dalam konteks situasi dan kondisi sosial masyarakat dan percaya bahwa *Design Thinking* adalah salah satu alat berpikir yang mampu membuat perubahan secara sistemik.

Secara garis besar penelitian *Design as Generator* (DAG) memiliki metodologi spesifik penelitian-mendesain-aksi-tindakan melalui metode Participatory Action Research (PAR) dikombinasikan dengan *Design Thinking* (DT). Penelitian ini memungkinkan penelitian dan peneliti bergerak secara kolaboratif dan dinamis di wilayah kuantitatif yaitu inovasi eksperimental melalui aktivitas membuat prototipe (*prototyping*), pengujian dampak serta proses evaluasi aktivitas desain serta di wilayah kualitatif yaitu sebagai apresiasi pengalaman dalam lingkup aktivitas partisipatoris dari setiap pemangku kepentingan selama proses desain berlangsung. (Katoppo dan Sudrajat, 2015)

Konsep mengenai kreativitas mempunyai mitos tertentu bahwa kreativitas dikarenakan oleh pribadi dan bukan pada konteks sosial pribadi tersebut. Sawyer (2006, 2007) menjelaskan bahwa kreativitas itu muncul dari bagaimana pribadi menyelesaikan tugas dan aktivitas sehari-hari. Kreativitas selain dari pribadi, membutuhkan konteks sosial. Kreativitas keseharian ini bersifat kolaboratif, improvisasi, bergantung kepada pengetahuan bersama dalam budaya, harus dilaksanakan karena timbul tidak terduga dari masyarakat dan menghasilkan proses dan bukan hasil akhir.

METODOLOGI

Kegiatan penelitian-mendesain-aksi ini dilakukan dengan metode penelitian:

1. Tahap pertama: *prelimary research* menggunakan model kombinasi *Participation Action Research* (PAR) dan *Design Thinking* (DT) melalui

tahapan *Discover-Look* terhadap: minimal delapan anggota kelompok pemuda/i Kampung Pondok Pucung, Tangerang Selatan, Jawa Barat, tiga ahli (inisiator komunitas, organisasi pemuda lain), tiga situasi dan lokasi serupa maupun inspiratif untuk membangkitkan kreativitas dan imajinasi kelompok pemuda/i dalam suatu area seperti kampung (Taggart, 2006; Creswell, 2008; Reason dan Bradbury, 2001; Brown dan Katz, 2009; Brown dan Wyatt, 2010; Berg dan Lune, 2012; Stringer, 1990; IDEO, 2013).

2. Tahap kedua: Riung Desain (RD) dalam tahapan *Ideate-Think* untuk merumuskan permasalahan yang tepat. Hasil Riung Desain ini didiskusikan kembali bersama pemuda/i Kampung Pondok Pucung, Tangerang Selatan (Brown dan Katz, 2009; Brown dan Wyatt, 2010; Berg dan Lune, 2012; Stringer, 1990; IDEO, 2013).
3. Tahap ketiga: Perancangan Prototipe Desain dilakukan bersama komunitas pemuda/i Kampung Pondok Pucung, Tangerang Selatan. Pelaksanaan *Pre-Test*, *Action* dan *Post-Test* dilaksanakan kurang lebih satu bulan (Brown dan Katz, 2009; Brown dan Wyatt 2010; Berg dan Lune 2012; Stringer 1990; IDEO 2013; Katoppo dan Sudrajat 2015; Katoppo, dkk 2014).
4. Penyusunan Laporan, refleksi, evaluasi dan rencana berkelanjutan.

PEMBAHASAN

Kampung Pondok Pucung adalah sebuah kampung dengan situasi yang unik. Kampung ini merupakan kampung asli yang tersisa yang berada di kompleks perumahan yang besar dan modern di daerah Tangerang Selatan. Kampung ini masih memiliki kekentalan hubungan, tradisi dan keagamaan. Kampung ini juga secara fisik dibangun dengan perencanaan yang minim dan infrastruktur yang kurang memadai.

Kegiatan penelitian-mendesain-aksi-tindakan di Kampung Pondok Pucung, Tangerang Selatan, Jawa Barat adalah upaya berkelanjutan kegiatan yang membangkitkan kreativitas pemuda/i kampung yang dilakukan sejak tahun 2014 oleh tim prodi Desain Interior, School of Design, Universitas Pelita Harapan bekerja sama dengan komunitas *Design as Generator* (DAG). Pada tahun 2015 terdapat kegiatan bersama warga Kampung Pondok Pucung yaitu para bapak, ibu dan anak-anak dalam kegiatan 'Nabung Aer' – 100 lubang biopori untuk sesama, "TATITU" – Tanam Sini Tanam Situ, dan banyak lagi kegiatan yang lain.



Gambar 1 Kegiatan Nabung Aer, Kampung Pondok Pucung Tahun, 2015

Tujuan dari kegiatan ini adalah para pemuda/i dapat memikirkan kegiatan yang menjadikan kampung mereka lebih baik dan bagi mereka sendiri. Secara kreatif pemuda/i Pondok Pucung mewujudkan dalam bentuk Festival Kreatif anak muda Kampung Pondok Pucung. Pada kegiatan kali ini tim pelaksana benar-benar berperan hanya sebagai fasilitator saja, sedangkan semua inisiasi muncul secara mandiri dari pemuda/i Pondok Pucung.

Kegiatan ini adalah rangkaian berurutan beragam kegiatan yang pernah digagas di Kampung Pondok Pucung. Kegiatan yang sama kemudian dilakukan juga di kampung lain yaitu Kampung Prapatan Duren. Kegiatan di Kampung Prapatan Duren, Sawah, Ciputat adalah berupa kegiatan bersama para pemuda/i kampung menggunakan mural sebagai ekspresi kreatif. Kegiatan ini yang dikemas dalam kegiatan yang diberi nama Festival Kreativitas Anak Kampung di tahun 2016.

Kampung Pondok Pucung sejak tahun 2014 sudah menjadi lokasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat tim Prodi Desain Interior, *School of Design*, Universitas Pelita Harapan bekerja sama dengan komunitas *Design as Generator* (DAG). Pada tahun 2015 digagas beragam kegiatan namun para pemuda/i Kampung Pondok Pucung, khususnya RT 005 dan 006, RW 02, mulai terlibat aktif tetapi belum memiliki wadah perkumpulan yang jelas. Pada tahun 2016 terjadi kegiatan yang merangkul kelompok pemuda/i yang gemar mencoret tembok dengan *pylox* dan membuat grafiti, demi membangkitkan imajinasi dan kreativitas pemuda/i yang diekspresikan melalui pelukisan mural di tembok-tembok kampung.



Gambar 2 Kelompok Bomber dan Hasilnya di K-aieuo, Kampung Pondok Pucung, 2016

Kegiatan kali ini adalah upaya berkelanjutan membangkitkan kreativitas para pemuda/i Kampung Pondok Pucung, Tangerang Selatan, sehingga membuat para pemuda/i dapat memikirkan kegiatan yang membawa dampak yang lebih baik ke kampung dan mereka sendiri.

Tahapan kegiatan dilaksanakan sebagai berikut:

1. Tahap pertama: melakukan kegiatan pengumpulan data (*data collecting*) atau dalam model DT-PAR fase *Discover-Look* (IDEO, 2013; Brown, 2008; Brown dan Katz, 2009; Brown dan Wyatt, 2010; Stringer 1990; Creswell, 2008; Berg dan Lune, 2012):
 - a. *Community engagement* dengan kurang lebih dua puluh lima warga Kampung Pondok Pucung, RT 005, RW 02: Pak Rusli, Pak Syamsudin, Pak Ishak Iskandar, Mba Nur dan Bu Henni, dan pemuda/i Kampung Pondok Pucung: Abdul Rosyid, M.Yusup, Agus Setiawan, Eko Prasetyo, M.Ruslan, Feza Arya, Hasbinallah, Egi Ardiansyah, Agi Bustomi, Sultan Arafli, Diramsyah Ramadhan, Iqbal Fadillah, Agung

Firmonsa, Firman Junaidi, M.Dimas, Siswanto Setiawan, M.Rifa'I, Fajar Nurrahmat, Fatuh Subekhi Bagus Setiaji, M.Ghulaman Zaky, M. Fahrhan A. Dari *engagement* ini didapatkan dua hal yang dianggap sebagai permasalahan dan potensi utama di Kampung Pondok Pucung: kebersihan kampung dan kekompakan warga.

- b. *Talk to Experts* dengan berbicara dengan dua sampai tiga orang ahli: Kamil Muhammad, seorang arsitek aktivitis yang peduli dengan bagaimana cara pemberdayaan masyarakat yang efektif melalui desain dan arsitektur, Gatari Surya, seorang Peneliti Urban dan peneliti 'sekolah salah didik', Yogyakarta, dan A. Satria J.A., Ketua Karang Taruna RW 08 Perumahan Taman Cibodas. Dari ketiga ahli ini didapatkan tantangan, strategi dan cara menggerakkan komunitas atau warga melalui beragam aktivitas dan juga desain.
 - c. *Immerse in context* adalah menjalin dua sampai tiga tempat yang sesuai konteks area target penelitian: Kampung Tongkol, Kota Tua, Jakarta Pusat dan Kampung Jodipan, Malang. Analogous Research belajar dari hal-hal yang kontras-bertautan untuk membuka wawasan: sistem gotong royong dalam berbagai aspek. Dari situasi-situasi ini dianalisa dan dipelajari bagaimana warga bisa bergerak bersama-sama dan atas tujuan apa warga mau bergerak bersama.
2. Tahap kedua : menentukan tema, membuat konsep dan merumuskan masalah melalui pengajuan pertanyaan 'Bagaimana kita bisa...?' (*'How Might We...?'*) yang merupakan fase *Ideate-Think* (IDEO, 2013; Brown, 2008; Brown and Katz, 2009; Brown dan Wyatt, 2010; Jenkins dan Forsyth, 2010; Stringer, 1990; Creswell, 2008; Berg dan Lune, 2012). Ada tiga rumusan permasalahan yang dihasilkan:
 - Bagaimana kita bisa menyediakan kesempatan untuk mengembangkan kepedulian sebagai satu komunitas?
 - Bagaimana kita bisa merubah pola aktivitas di Pondok Pucung agar lebih inovatif dan memajukan kampung?
 - Bagaimana kita bisa memaksimalkan wadah yang ada untuk mengembangkan potensi dan meningkatkan kepedulian warga Pondok Pucung, khususnya pemuda/l terhadap kampungnya sendiri? (*'How Might We...?'* yang terpilih')
 3. Tahap ketiga: membuat prototipe berdasarkan perumusan masalah yang ditemukan dan mencari umpan balik (*feedback*) prototipe dari pemuda/i Kampung Pondok Pucung, RW 002, khususnya RT 005 dan 006, Tangerang Selatan, yang merupakan fase *Prototype-Act* (IDEO, 2013; Brown, 2008; Brown dan Katz, 2009; Brown dan Wyatt, 2010; Jones, dkk., 2005; Stringer, 1990; Creswell, 2008; Berg dan Lune, 2012).

Hasilnya adalah dua prototipe: *workshop with experts* dan perlombaan karya kreatif. Kedua prototipe ini kemudian digabungkan karena dirasakan melengkapi satu sama lain. Untuk menggali kreativitas pemuda/l Kampung Pondok Pucung, maka diperlukan dulu identifikasi kemampuan kreatif.

Kemampuan kreatif ini kemudian harus direspon dengan pemberian *workshop* dari *School of Design*, Universitas Pelita Harapan. Karya – karya yang dihasilkan *workshop* tersebut kemudian dipamerkan dan dilombakan dalam suatu perayaan atau festival kreatif pemuda/i Kampung Pondok Pucung. Prototipe ini kemudian dikembangkan secara intensif selama kurang lebih dua bulan dengan melakukan proses empat kali perulangan yang hasilnya adalah 'Festival Kreatif Anak Muda Kampung Pondok Pucung: Ambreg'.

Tahap *Action* yang pertama kali dilakukan adalah dengan melakukan identifikasi kebutuhan pengembangan kreativitas dari pemuda/i Kampung Pondok Pucung. Hasilnya adalah kesepakatan bersama untuk meningkatkan kualitas dan kemampuan menggambar anak-anak Kampung Pondok Pucung serta bagaimana karya – karya tersebut dapat muncul sebagai bahan cetak di kaos, jaket, tas dan lain-lain. Hal ini juga merespon perkembangan terakhir dari kesenangan anak kampung menghias Kampung Pondok Pucung dengan beragam mural sebagai hasil kelanjutan dari kegiatan pengabdian masyarakat sebelumnya.

Kegiatan *workshop* gambar dan cetak dilakukan dengan bantuan para dosen Desain Komunikasi Visual. Dua puluh lima pemuda/i Kampung Pondok Pucung diajar di dalam *workshop* ini untuk mencetak hasil gambar yang mereka hasilkan di atas *tote bag* yang telah disediakan. Kegiatan *workshop* ini diadakan di Labotarium Cetak, *School of Design*, Universitas Pelita Harapan. Setelah *workshop* selesai, pemuda/i peserta diberikan peralatan untuk dapat terus berlatih tehnik cetak cukkil. Hal ini merupakan fase *Deliver Proptotype Act* (IDEO, 2013; Brown, 2008; Brown dan Katz, 2009; Brown dan Wyatt, 2010; Stringer 1990; Creswell, 2008; Berg dan Lune, 2012).



Gambar 3 Pemuda Kampung Pondok Pucung di Workshop Tehnik Cetak Cunkil, School of Design, UPH, 2017

Bersamaan dengan kegiatan *workshop*, diadakan persiapan festival kreativitas Anak Muda Pondok Pucung 'Ambreg' terus dilaksanakan. 'Ambreg' berasal dari Bahasa Betawi yang artinya bersama-sama. Kata ini dipilih sendiri oleh para anak muda Kampung Pondok Pucung, karena mengingat kebiasaan berkumpul bersama-sama yang dilakukan oleh warga Pondok Pucung sejak dulu. Kegiatan berkumpul bersama-sama ini juga berarti mengerjakan bersama, senasib sepenanggungan, yang mencerminkan nilai dasar yang ada di hampir setiap budaya Indonesia: gotong royong. Persiapan festival ini dilaksanakan selama kurang lebih 1 bulan dan disepakati untuk dilaksanakan pada akhir tahun.

Sepanjang pelaksanaan kegiatan ini dilakukan proses pengukuran *Pre-Test*

dan *Post-Test* (Creswell, 2008), yang secara mudah dilihat dari kenaikan jumlah partisipan sejak awal dari proses *engagement* hingga pelaksanaan Festival Kreatif Anak Muda Kampung Pondok Pucung: 'Ambreg'. Grafik partisipan cenderung meningkat pesat, dari hanya sekitar enam sampai delapan orang saat proses *engagement* pertama, hingga sekitar 25 peserta *workshop* dan hingga akhirnya sekitar 60 anak-anak dan pemuda/i Kampung Pondok Pucung berkumpul dan merayakan hasil kreatif mereka di acara Festival Kreativitas 'Ambreg'. Selain itu karya kreatif yang dipamerkan juga beragam: gambar anak-anak, gambar pemuda/i, *tote bag* dengan cetakan hasil gambar pemuda/i yang mereka produksi sendiri.



Gambar 4 Festival Anak Muda Kampung Pondok Pucung 'Ambreg' (Tim Pelaksana, 2017)

Hasil yang paling membanggakan dari Festival Kreativitas Anak Muda Kampung Pondok Pucung 'Ambreg' adalah perubahan yang terjadi dari pemuda/i Kampung Pondok Pucung. Perubahan ini secara nyata ditunjukkan oleh transformasi seorang pemuda Pondok Pucung pada kegiatan sebelumnya sekitar satu setengah tahun sebelum Festival 'Ambreg' dilaksanakan adalah seorang yang gemar mencorat-corek dinding kampung dan pada Festival Kreativitas 'Ambreg' ini menjadi ketua pelaksananya. Transformasi ini mengharukan semua tim pelaksana.



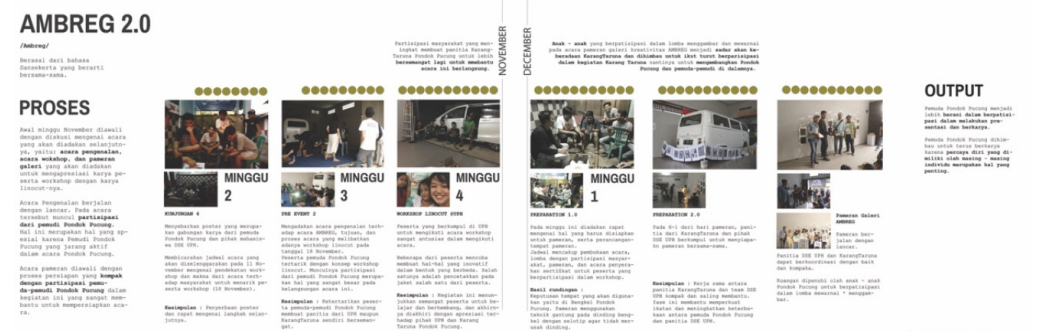
Gambar 5 Transformasi Pemuda Kampung Pondok Pucung (Tim Pelaksana, 2017)

SIMPULAN & REKOMENDASI

Kegiatan di Kampung Pondok Pucung, Tangerang Selatan, Jawa Barat, khususnya bersama warga RT 005 dan 006, RW 02 sudah berjalan sejak 2014 hingga sekarang. Beragam kegiatan sudah dilakukan dengan warga kampung melihatkan banyak pemangku kepentingan (*stakeholder*: para bapak, para ibu, anak-anak

dan pemuda/i kampung, komunitas yang ada di Kampung Pondok Pucung dan seterusnya). Kegiatan bersama pemuda/i Kampung Pondok Pucung sendiri sudah dilakukan sejak awal atas dorongan dari para pemimpin dan tetua warga. Kegiatan ini merupakan kegiatan keempat dimana tim pelaksana Prodi Desain Interior, *School of Design*, Universitas Pelita Harapan bekerja sama dengan pemuda/i Kampung Pondok Pucung (kegiatan sebelumnya: 'Nabung Aer' dengan eksperimen biopori pada tahun 2015, Tanam Sini Tanam Situ (TATITU) dengan eksperimen penghijauan kampung pada tahun 2015, Ka.Ki.Ku.Ke.Ko dengan membangun ruang kreatif bagi anak-anak Kampung Pondok Pucung (2015).

Pada setiap kegiatannya porsi partisipasi dan tanggung jawab pelaksanaan kegiatan semakin besar diberikan kepada pemuda/i Kampung Pondok Pucung. Tercermin di dalam kegiatan, bahwa masyarakat Kampung Pondok Pucung, khususnya dalam kegiatan festival kreativitas, memunculkan kreativitas mereka secara bersama karena keseharian dan konteks lingkungan mereka. Kreativitas masyarakat Kampung Pondok Pucung juga merupakan proses yang berlanjut, bukan berupa hasil akhir. Kegiatan ini dilakukan tim pelaksana hanya dengan bertindak sebagai fasilitator dengan harapan, inisiatif kegiatan-kegiatan berikutnya dilakukan secara mandiri oleh para pemuda/i Kampung Pondok Pucung dan berlanjut untuk terus memajukan kampung mereka sendiri.



DAFTAR PUSTAKA

- Berg, B.L. dan Lune, H. (2012). *Qualitative Research Methods for the Social Sciences* 8th Ed. Pearson Education, Inc., United States.
- Brown, T. (2008). *Design Thinking* www.unusualleading.com, Harvard Business Review, 1-9.
- Brown, T. dan Katz, B. (2009). *Changed by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovations*. HarperCollins Publisher, New York.
- Brown, T. dan Wyatt, J. (2010). *Design Thinking for Social Innovation*, Stanford Social Innovation Review, Stanford School of Business, 29-35.
- Creswell, J.W. (3rd ed. 2008, 2005, 2002). *Educational Research - Planning, Conducting, and Evaluating Quatitative and Qualitative Research*. Pearson Education. Inc, Pearson International Edition, New Jersey.
- Greenbaum, J. dan Loi, D. (2012): *Participation, the camel and the elephant of design: an introduction*, CoDesign: International Journal of CoCreation in Design and the Arts, 8, 2-3, 81-85, DOI: 10.1080/15710882.2012.690232.
- IDEO (2013). *Human Centered Design (HCD) Toolkit: Design Thinking Toolkit for Social Innovation Project*, 2nd.ed, Licensed under the Creative Commons Attribution Non Commercial Share A-Like 3.0 Unported License, with IDE, Heifer International and ICRW, funded by Bill and Melinda Gates Foundation .
- Jenkins, P. dan Forsyth, L. (2010). *Architecture, Participation and Society*, New York, Routledge.
- Jones, P. B., Petrescu, D., dan Till, J. (2005). *Architecture and Participation*, New York.
- Katoppo, M.L., Valencia, P., Opposunggu, R.E., dan Triyadi, S. (2014). *Designed as Generator (DAG): an Architectural Approach for Empowering Community* (republished as *Design as Generator (DAG): an architectural approach for empowering community*). DIMENSI Journal of Architecture and Built Environment No.2, Architecture Department, Universitas Kristen Petra, Surabaya, 41, 85-94, DOI: 10.9744/dimensi.41.2.85.-94; ISSN: 0126-219X (print)/ ISSN 2338-7858 (online).
- Katoppo, M. L. dan Sudradjat, I. (2015): *Combining Participatory Action Research (PAR) and Design Thinking (DT) as an alternative research method in architecture*, Procedia – Social and Behavioral Sciences, International Conference ARTEPOLIS Vol.5, Architecture Program, School of Architecture, Planning and Policy Development, Institut Teknologi Bandung (ITB), Indonesia, 184 C (2015), 118-125, doi: 10.1016/j.sbspro.2015.05.069.
- Katoppo, M. L., Triyadi, S., dan Siregar, M. J. (2016): *Redefine architecture as social innovation for empowering community*, Sriwijaya International Conference on Engineering, Science and Technology (SICEST) 2016, hosted by Universitas Sriwijaya, Palembang, Indonesia, Bangka Island, 9th-10th, November 2016, presented in poster publication and accepted to be published in the seminar proceeding with ISBN No. 979-587-621-1.
- Reason, P. dan Bradbury, H. (2001). *Handbook of Action Research – Participative Inquiry and Practice*, Sage Publications, Inc, London – New Delhi.
- Sawyer, R. Keith (2006). *Explaining Creativity: The Science of Human Innovation*, Oxford University Press, UK.

- Sawyer, Keith (2007). *Group Genius: The Creative Power of Collaboration*.
Stringer E. (1999). *Action Research 2nd Ed.*, Sage Publications, Thousand
Oaks, California.
Taggart, R. Mc. (2006). *Participatory Action Research: Issues in
Theory and Practice*, *Educational Action Research*, 2:3, 313-337, DOI:
10.1080/0965079940020302.

TREN DESAIN KARAKTER *SUPERHERO* BERDASARKAN PERSEPSI SISWA TAMAN KANAK- KANAK SHAFIRA DI SURABAYA

SUPERHERO CHARACTER DESIGN TRENDS BASED ON THE PERCEPTION OF SHAFIRA KINDERGARTEN STUDENTS

Mahimma Romadhona¹, Aileena Solicitor C. R. E. C.²

^{1,2}Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Arsitektur dan Desain, Universitas
Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.

e-mail: mahimma.dkv@upnjatim.ac.id¹, aileena.dkv@upnjatim.ac.id²

Abstrak

Superhero atau pahlawan super adalah hal istimewa bagi anak-anak. Anak usia Taman Kanak-Kanak yaitu usia 4 sampai dengan 6 tahun memiliki karakter *superhero* favorit yang sering mereka lihat di serial televisi, film atau lingkungan sekitarnya. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tren karakter *superhero* berdasarkan persepsi anak usia Taman Kanak-Kanak. Metode yang dilakukan yaitu metode penelitian kualitatif, yaitu melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Perolehan data dalam bentuk dokumen, gambar, foto dan video yang dihasilkan di lapangan selama penelitian dilakukan. Proses penelitian meliputi pengumpulan data primer dan data sekunder, wawancara semi-struktur kepada siswa Taman Kanak-kanak Shafira di Surabaya. Teknik penentuan sampel menggunakan *Non-Random Sampling-Purposive Sampling*. Hasil akhir penelitian adalah dapat diketahui gambaran desain karakter *superhero* yang disukai oleh siswa Taman Kanak-Kanak saat ini. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dalam perancangan desain karakter bertema *superhero* untuk anak-anak.

Kata Kunci: Pahlawan Super, Persepsi, Trend Desain, Kanak-kanak

Abstract

Superheroes are special things for children. Kindergarten-age children, ages 4 to 6, have favorite superhero characters that they often see in television series, films or the surrounding environment. This study was conducted to determine the trends of superhero characters based on perceptions of kindergarten age children.

The method used is qualitative research methods. Obtaining data in the form of documents, images, photos, and videos produced in the field during the research was conducted. The research process included the collection of primary data and secondary data, semi-structured interviews with Safira kindergarten students in Surabaya. The sampling technique uses Non-Random Sampling-Purposive Sampling. The final result of the study is that it can be seen the description of the design of superhero characters that are favored by kindergarten students today. The results of this study can be used as a reference in designing superhero-themed character designs for children.

Keywords: *Superheroes, Perception, Design Trend, Children*

PENDAHULUAN

Setiap anak usia pra sekolah rata-rata memiliki karakter *superhero* favorit. Karakter *superhero* ini melekat dalam keseharian anak-anak. Kecintaan anak pada *superhero* favoritnya tampak pada tingkah laku mereka mengikuti segala hal tentang *superhero*, seperti memakai kostum, menirukan aksi, serta menirukan cara bicara. Karakter *superhero* ini sering mereka jumpai di televisi, bioskop, kanal *youtube*, *merchandise* atau lingkungan sekitar mereka. Keberhasilan karakter *superhero* yang populer di kalangan anak-anak menjadi tolak ukur keberhasilan penciptaan desain karakter *superhero* tersebut.

Indonesia memiliki beberapa karakter *superhero* asli ciptaan anak bangsa, demikian halnya dengan *superhero* yang lahir dari produksi luar negeri pun juga sangat banyak disaksikan di media massa. Desain karakter *superhero* Indonesia tak dapat dipungkiri sedang bersaing dengan karakter besutan luar negeri untuk menarik perhatian anak-anak. Dalam kurun waktu belakangan ini, tak banyak karakter *superhero* produksi dalam negeri yang dapat disaksikan anak-anak. Bima Garuda, Wiro Sableng, dan Gundala adalah 3 karakter *superhero* yang tayang di bioskop Indonesia dalam beberapa tahun ini. Karakter "Bima Garuda" diproduksi oleh MNC media (Indonesia) & Ishimori *Production* (Jepang) pada tahun 2013 sebagai serial TV dan tayang dalam film pada tahun 2017. Wiro sableng adalah karakter pendekar jago bela diri karya Bastian Tito yang populer lewat serial novel di tahun 1989 dan 1994. Kemudian, cerita fiksi ini diangkat ke layar lebar pada tahun 2018 dengan judul film "212 Warrior".

Minimnya karakter *superhero* yang diproduksi dalam negeri ini tidak menutup kemungkinan akan mengakibatkan desain karakter Indonesia kalah bersaing dengan ciptaan luar negeri di masa yang akan datang. Untuk itu, perlu adanya penelitian tentang tren desain karakter *superhero* berdasarkan persepsi anak-anak khususnya siswa taman kanak-kanak, baik desain karakter buatan dalam negeri maupun luar negeri.

Pembahasan mengenai tren berarti membahas tentang gaya mutakhir saat ini. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui gambaran desain karakter *superhero* yang disukai oleh anak-anak, khususnya siswa Taman Kanak-Kanak saat ini. Peneliti ingin mengetahui persepsi anak-anak tentang *superhero* dalam benak mereka. Seperti apa dan bagaimana imajinasi anak-anak tentang *superhero* keinginan mereka. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dalam

perancangan desain karakter bertema *superhero* untuk anak-anak, khususnya anak Indonesia sehingga dapat memperkaya khazanah budaya visual Indonesia.

KAJIAN TEORI

Desain Karakter

“Karakter merupakan representasi ideologis dari pembuat komik dan animasi yang dirancang sedemikian rupa agar mampu berkomunikasi dengan *audience* secara lebih intim dan intensif melalui bahasa visual tertentu” (Ardiyansah, 2019). Seringkali desainer merancang rupa sebuah karakter berdasarkan perspektif desainer semata. Padahal jika menilik lebih dalam dari teori diatas bahwasannya esensi penciptaan karakter adalah agar mampu berkomunikasi dengan audiensnya. Jika sebuah desain karakter *superhero* tertentu memiliki audiens anak-anak, berarti agar karakter tersebut dapat diterima oleh anak-anak maka karakter tersebut mestinya harus sesuai dengan keinginan anak-anak. Perspektif ini yang melandasi penelitian ini.

Ilustrasi memegang peranan penting dalam sebuah media buku cerita anak. “Ilustrasi karakter adalah karya seni yang berfokus pada suatu karakter yang bertujuan bukan hanya untuk menentukan rupa karakternya, tetapi juga perilaku dan pembawaannya. Ketika menciptakan ilustrasi sebuah karakter, ilustrator harus mempertimbangkan kepribadian karakter tersebut” (Pardew, 2004:153). Desain karakter sering dijumpai di banyak media visual salah satunya adalah buku dongeng (*picture book*). “Istilah “cergam” atau “picture book” biasanya dipakai untuk menyebutkan buku-buku yang bercerita dengan mengutamakan ilustrasi, dengan beberapa baris teks pendukung” (Salisbury, 2004:74). Untuk itu, penelitian tentang bagaimana ilustrasi sebuah karakter *superhero* berdasarkan persepsi anak-anak menjadi penting karena kreativitas dan imajinasi anak-anak tidak terbatas. Hal tersebut sejalan dengan pemikiran tentang karakteristik anak usia dini yaitu: memiliki rasa ingin tahu yang besar, merupakan pribadi yang unik, suka berfantasi dan berimajinasi, masa paling potensial untuk belajar, menunjukkan sikap egosentris, memiliki rentang daya konsentrasi yang pendek, dan sebagai bagian dari makhluk sosial (Aisyah, dkk 2014).

Tren desain karakter *superhero* disimpulkan juga dari gambar hasil goresan anak-anak yang disebut wimba. Wimba adalah obyek yang dicandera (digambar atau dideskripsikan). Wimba berhubungan dengan cara wimba yaitu bagaimana cara obyek tersebut digambar sehingga memiliki cerita. Wimba ada 2 yaitu isi wimba (*image content*) dan cara wimba (*image way*). Isi wimba adalah obyek yang digambar. Sedangkan Cara wimba adalah cara obyek tersebut digambar (Tabrani 2005:101-102). Teori ini menjadi dasar acuan peneliti dalam menarik kesimpulan dari hasil gambar responden tentang bagaimana bentuk karakter *superhero* imajinasi mereka.

Persepsi

“Persepsi adalah pengamatan tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan” (Jalaludin Rakhmat, 2007:51). Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang adalah

sebagai berikut : a. Faktor internal: perasaan, sikap dan kepribadian individu, prasangka, keinginan atau harapan, perhatian (fokus), proses belajar, keadaan fisik, gangguan kejiwaan, nilai dan kebutuhan juga minat, dan motivasi. 12 b. Faktor eksternal: latar belakang keluarga, informasi yang diperoleh, pengetahuan dan kebutuhan sekitar, intensitas, ukuran, keberlawanan, pengulangan gerak, hal-hal baru dan familiar atau ketidak asingannya suatu objek” (Thoha, 2003:154).

Berdasarkan kajian ilmu tentang persepsi di atas dapat dijadikan bahan peneliti untuk dapat memahami dan menarik kesimpulan akhir penelitian ini.

METODOLOGI

Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

“Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu” (Moleong, 2009:186).

Wawancara Semi-terstruktur, dengan ciri-ciri:

- Pertanyaan terbuka, namun ada batasan tema dan alur pembicaraan.
- Kecepatan wawancara dapat diprediksi
- Fleksibel tetap terkontrol
- Ada pedoman wawancara yang dijadikan patokan dalam alur, urutan dan penggunaan kata
- Tujuan wawancara adalah untuk memahami suatu fenomena

Metode ini dilakukan dengan cara wawancara langsung kepada responden yaitu siswa TK Shafira.

2. Studi Literatur. Metode ini dilakukan untuk mengumpulkan berbagai referensi mengenai ilustrasi desain karakter dan psikologi anak.

3. Dokumentasi. Metode dokumentasi dilakukan dengan cara mengumpulkan data-data yang dilakukan dengan kategorisasi dan klasifikasi bahan-bahan tertulis yang berhubungan dengan objek permasalahan. Dokumentasi berupa foto dan video kegiatan selama wawancara kepada responden.

Teknik Penentuan Sampel

Purposive Sampling (Non-random Sampling). Teknik ini digunakan untuk menentukan responden yang akan digunakan untuk penelitian. Caranya, peneliti menentukan kriteria mengenai responden mana saja yang dapat dipilih sebagai sampel. Kriteria yang dimaksud menggambarkan demografi responden, misalnya dari aspek usia, jenis kelamin, karakteristik, aspek kognitif, dan kemampuan bahasa. Peneliti mengambil subyek penelitian di sekolah TK Shafira Kecamatan

Gunung Anyar Kota Surabaya. Jumlah sampel responden untuk menggali tren desain karakter yang disukai anak TK adalah 9 anak dengan komposisi 4 anak TK A dan 5 anak TK B.

Teknik Analisa Data

Analisis data kualitatif merupakan proses sistematis yang berlangsung terus-menerus bersamaan dengan pengumpulan data. Teknik analisa data penelitian ini menggunakan 5W+1H (*What, Who, Where, When, Why and How*). Jawaban dari pertanyaan tersebut digunakan untuk merumuskan tren desain karakter yang disukai responden.

PEMBAHASAN

Tren desain karakter *superhero* diketahui melalui studi literatur tentang apa saja film/animasi *superhero* yang sedang tayang saat ini atau beberapa tahun ini, serta observasi karakter *superhero* yang banyak ditemui pada *merchandise* atau lingkungan sekitar anak. Berikut ini 10 karakter *superhero* yang dijadikan bahan wawancara kepada responden:

Tabel 1 Jadwal Tayang Animasi Superhero Terpopuler. (Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019)

No	Nama Karakter	Produksi	Jadwal Tayang
1	Boboiboy	Animonsta Studios, Malaysia	Boboiboy The movie (2016), Indonesia TV Series di MNC TV (2017)
2	Wiro Sableng	Lifelike Pictures 20th Century Fox & Indonesia	Movie (2018)
3	Bima Garuda	MNC media (Indonesia) & Ishimori Production (Jepang)	Serial di RCTI (2013), Movie (2017)
4	X-Men Wolverine	20th Century Fox, Amerika	Movie (2009)
5	Superman	Based on character of DC Comics, America	Movie: Man of Steel (2013)
6	Spiderman	Based on characer of Marvel Comics, Amerika	Spider-Man: Into the Spider-Verse (2018)
7	Batman	Based on character of DC Comics, America	Movie: Batman begins (2005)
8	Big Hero 6	Walt Disney Animation Studios	Movie (2014), TV series (2017) on Disney Channel
9	Wonder Woman	Based on character of DC Comics, America	Movie (2017)
10	Paw Patrol	Guru Studio, Canada	TV Series di Global TV setiap Senin-Jumat jam 8.30 WIB

Adapun daftar pertanyaan wawancara beserta jawaban dari ke 9 responden, yakni sebagai berikut:

1a. What: Apa yang dimaksud *superhero*?

Kesimpulan jawaban dari pertanyaan nomor 1 adalah 77% responden mengetahui arti atau makna dari *superhero*.

1b. What: Apa tugas *superhero*?

Kesimpulan jawaban dari pertanyaan nomor 2 adalah 77% responden mengerti tugas *superhero*, yaitu orang yang suka menolong orang lain dan mengalahkan orang jahat.

2a. Who: Siapakah nama *superhero* dibawah ini?

- a. Boboboi
- b. Bima Satria Garuda (BSG)
- c. Wiro Sableng
- d. X-Men Wolferine
- e. Superman
- f. Spiderman
- g. Batman
- h. Wonder Woman
- i. Big Hero 6
- j. Paw Patrol

Diantara kesepuluh *superhero* diatas ada yang populer dan tidak populer di kalangan anak-anak. *Superhero* yang populer yaitu yang memiliki prosentase lebih dari 50%, sebaliknya *superhero* yang kurang populer memiliki prosentase kurang 50%. Artinya, kurang dari 50 responden tidak dapat menebak nama *superhero* yang ditampilkan. Karakter *superhero* yang populer di kalangan anak-anak yaitu boboiboy, superman, spiderman, batman, wonder woman, dan paw patrol. Sedangkan karakter yang kurang populer yaitu Wiro Sableng, Bima Satria Garuda, X-Men Wolverine, dan Big 6 Heroes. Karakter-karakter *superhero* ini memang tayang di bioskop atau serial TV, namun jarang dijumpai pada *merchandise* anak-anak atau di lingkungan sekitar mereka, sehingga tidak populer di kalangan anak-anak. Asal negara pemroduksi animasi tersebut tidak berpengaruh pada kepopuleran karakter tersebut. Dapat ditarik kesimpulan bahwa karakter *superhero* yang populer di kalangan anak-anak adalah karakter yang sering mereka lihat di televisi maupun di bioskop. Selain itu juga, karakter-karakter tersebut sering mereka jumpai di *merchandise* yang mereka miliki atau yang sering mereka jumpai di lingkungan sekitar mereka.

2b. Who: Siapa *superhero* kesukaanmu?

Kesimpulan jawaban dari pertanyaan nomor 3 adalah karakter *superhero* favorit

bervariasi, gender cenderung mempengaruhi pilihan. Responden laki-laki menyukai *superhero* laki-laki, responden perempuan menyukai karakter *superhero* perempuan.

3. **Where:** Dimana kamu melihat *superhero* itu?

Kesimpulan jawaban responden adalah mereka melihat *superhero* tersebut di televisi, bioskop, kanal *youtube* dan lingkungan sekitar mereka.

4. **When:** Kapan kamu melihat *superhero* itu?

Kesimpulan jawaban responden adalah mereka menonton serial TV setiap hari dan sesekali melihat bioskop.

5. **Why:** Mengapa kamu suka *superhero* itu, apa alasannya?

Kesimpulan jawaban dari pertanyaan nomor 4 adalah 90% responden menyukai *superhero* favoritnya karena kekuatan yang dimilikinya.

6. How: Bagaimana gambaran *superhero* favoritmu? Kita gambar yuk! (Responden diminta menggambar *superhero* sesuai imajinasi mereka. Selesai menggambar responden diminta untuk menjelaskan maksud gambar tersebut dengan bahasa mereka, kemudian peneliti mencatat keterangan yang mereka ungkapkan di kertas gambar yang mereka buat). Berikut ini adalah hasil gambar responden:

Tabel 2 Hasil Gambar Responden (Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019)

No	Hasil Gambar	Responden	Penjelasan
1		Nama: Zena Usia: 5 th siswi TK A	Responden bernama Zena menggambar beberapa obyek diantaranya gambar orang, matahari, rumah-rumah <i>superhero</i> . Hasil gambarnya tidak menunjukkan bentuk karakter yang jelas, hanya berupa goresan bentuk sederhana.
2		Nama: Faza Usia: 6 th	Gambar <i>superhero</i> imajinasi dari responden bernama Faza, menggambar karakter animasi kereta api Thomas. Menurutnya, Thomas adalah karakter <i>superhero</i> .
3		Nama: Fakhry Usia: 6 th	Fakhry menggambar pada 2 lembar kertas. Gambar pertama ia menggambar <i>superhero</i> yang bersifat baik, memiliki 4 lubang di wajahnya. Masing-masing lubang memiliki fungsi sendiri-sendiri, yaitu untuk menembak, minum, dan makan nasi. Kakinya berjumlah 7 dan memiliki kekuatan seperti Ultraman. Gambar kedua, tampak sebuah karakter musuh yang bersifat jahat, yaitu monster yang sedang makan kacang dan petis.

4		Nama: Raffa Usia: 5 th siswa TK A	Raffa menggambar beberapa karakter superhero berupa binatang.
5		Nama: Bening Usia: 6 th siswi TK B	Bening menggambar seorang anak perempuan bernama Yaya. Diceritakan oleh Bening bahwa Yaya pulang dari sekolah dengan hati gembira sesuai terima rapor. Yaya memiliki kekuatan super gelembung bola. Jika monster (musuh) menyentuh gelembung bola tersebut, maka ia bisa hancur seperti pasir.
6		Nama: Fati Usia: 5 th siswa kelas TK A	Fati menggambar superhero besar seperti Hulk yang sedang menghancurkan kulkas. Fati ingin jadi superhero yang memiliki kekuatan listrik yang keluar dari telapak tangannya.
7	 	Nama: Bian Usia: 6 th siswa TK B	Bian menggambar pada 2 lembar kertas. Gambar pertama berupa tokoh Spiderman beragama Islam berbaju dan bersarung hijau hendak sholat. Tangannya dapat mengeluarkan tali dan bisa memanjat atap. Tubuhnya kuat dan jago memukul. Imajinasi tersebut mengandung ide cemerlang karena mengandung kearifan lokal, yaitu sarung sebagai pakaian laki-laki yang biasa dipakai masyarakat muslim Indonesia ketika sholat. Gambar kedua, ia menggambar tokoh Superman yang memiliki sayap dan bisa terbang. Ia dapat mengeluarkan lava dari matanya untuk mengalahkan penjahat. Dan gambar binatang-binatang yang berteman baik dengan Superman, seperti monyet, kucing, burung unta, singa laut, dan jerapah.
8		Nama: Kinan Usia: 6 th siswa TK B	Kinan menggambar pada 2 lembar kertas. Gambar pertama berupa tokoh Iron Man berkaki banyak yang suka makan jajan, sehingga tubuhnya gemuk. Ia mengalahkan penjahat dengan cara mendorong dan menyundulnya memakai kepala.

			Gambar kedua berupa seorang penjahat bernama Head Man. Tangannya bisa memanjang dan bisa makan dengan sangat cepat tanpa dikunyah. Bahkan rel kereta api Thomas pun juga ia makan.
9		Nama: Redi Usia: 6 th siswa TK B	Berikut ini adalah gambar dari Redi, yaitu berupa beberapa superhero yang sedang terbang dengan tengkurap. Responden sangat suka superhero Batman dan Thor karena bisa melompat, terbang dan punya senjata berupa palu.

SIMPULAN & REKOMENDASI

Kesimpulan hasil penelitian tentang tren karakter superhero berdasarkan persepsi siswa TK Shafira adalah *superhero* yang kuat dan sehat serta memiliki kekuatan super seperti bisa melompat atau merayap, terbang, mengeluarkan cahaya atau listrik, dan menembak. Gender memiliki kecenderungan dapat mempengaruhi pemilihan karakter favorit *superhero*. Anak perempuan cenderung menyukai *superhero* perempuan, dan anak laki-laki cenderung menyukai *superhero* laki-laki. Karakter *superhero* baik jenis manusia maupun binatang tidak berpengaruh pada pemilihan karakter favorit. Karakter favorit yang dipilih anak-anak tergantung pada kekuatan yang dimiliki oleh *superhero* tersebut.

Penulis merekomendasikan desain karakter *superhero* yang mengusung kearifan lokal. Imajinasi anak-anak terkadang memiliki orisinalitas dan spontanitas yang unik dan cemerlang. Ide tentang sarung dan hijab atau atribut kearifan lokal lainnya sebagai kostum *superhero* dapat dijadikan ide desain karakter *superhero* khas Indonesia. Desainer perlu lebih peka dan menggali lebih dalam tentang kearifan lokal masyarakat Indonesia sebagai inspirasi dalam penciptaan desain karakter *superhero*. Urgensi ini bukan hanya untuk kepentingan desainer semata, melainkan seharusnya menjadi kewajiban moral seorang desainer untuk turut serta menanamkan nasionalisme kepada anak Indonesia agar mencintai Indonesia sejak dini melalui karya-karya desain karakter *superhero* asli Indonesia. Jika tujuan studi terjawab, penulis perlu dapat menceritakan atau menjabarkan potensi dan pengembangan dari studi yang dapat dilakukan oleh penulis ataupun oleh penulis lain dengan mengacu pada hasil studi penulis.

Jika tujuan studi tidak terjawab, penulis dapat menjelaskan mengenai kenapa tujuan tersebut tidak tercapai. Penulis juga dapat memberikan saran atau rekomendasi kepada penulis lainnya untuk dapat melakukan studi serupa agar dapat memperoleh hasil yang berbeda dari apa yang penulis dapatkan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Ibu Sandra selaku kepala TK Shafira, Kec. Gunung Anyar, Surabaya yang telah mendukung proses penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, S., Amini, M., Chandrawati, T., & Novita, D. (2014). Perkembangan dan konsep dasar pengembangan anak usia dini.
- Ardiyansah. (30 Agustus 2019), Desain Karakter Komik Dan Animasi Di Indonesia Dalam Pergulatan Wacana. Retrieved from https://www.academia.edu/8145317/Desain_Karakter_dalam_Komik_dan_Animasi_Indonesia_dalam_Pergulatan_Wacana
- Consuelo. (1993). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Daymon, Christine & Holloway, Immy. (2002). *Qualitative Research Methods in Public Relations & Marketing Communications*. Terjemahan: Cahya Wiratama. Bandung. Mizan Media Utama.
- Moleong, Lexy J. (2009). *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Pardew, Les. (2004). *Beginning illustration and Storyboarding for Games*. New York: Delmar Cengage Learning.
- Rakhmat, Jalaludin. (2007). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rusdinal & Elizer. (2005). *Pengelolaan Kelas di TK*. Jakarta: Depdiknas.
- Salisbury, Martin. (2004). *Illustrating Children Books*. Singapore: Page One.
- Tabrani, Primadi. (2005). *Bahasa Rupa*. Bandung: Kelir.
- Thoha, Miftah (2003). *Kepemimpinan dalam Manajemen*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

BERMAIN DAN BERKREASI UNTUK MELATIH PERKEMBANGAN ANAK USIA DINI MENGGUNAKAN PUZZLE EDUKATIF DARI BAHAN BAMBU

PLAY AND CREATE TO TRAIN DEVELOPMENT OF EARLY CHILDHOOD USING EDUCATIVE PUZZLE FROM BAMBOO

Purwanto

Desain Produk, Universitas Kristen Duta Wacana

e-mail: pur@staff.ukdw.ac.id

Abstrak

Perkembangan kognitif merupakan dasar bagi kemampuan anak untuk berpikir, berkreaitivitas dan berkarya. Dalam pemenuhan kebutuhan akan perkembangan anak dapat dilakukan dengan bermain sambil berkreasi karena anak akan menerima pengalaman baru, berimajinasi ide, berinteraksi dengan orang lain, lingkungan dan mulai merasakan dunia mereka. Salah satu permasalahan yang ada di kelompok bermain Amongsiwi di Bantul adalah kurang optimalnya perkembangan kognitif anak-anak dan kurang tersedia sarana alat peraga edukatif seperti permainan *puzzle*. Penelitian ini bertujuan mengajak anak bermain dan berkreasi untuk mengembangkan kognitif anak menggunakan *puzzle* edukatif. Media edukatif tersebut dibuat dari bahan bambu yang layak dan ramah lingkungan, terhubung di sekolah ini terdapat program khusus bermain dan berkreasi setiap hari Jumat. Dalam penelitian ini digunakan metode penelitian pengembangan (*research and development*) dengan melakukan kegiatan meliputi analisis potensi dan masalah, pengumpulan data, membuat desain produk, uji coba produk, uji pemakaian. Dalam pengumpulan data dilakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi kemudian data dianalisis secara deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *puzzle* edukatif yang dirancang secara materi layak untuk diujicobakan, sedangkan hasil respon anak terhadap penggunaan media *puzzle* edukatif mencapai 85% yang menunjukkan kategori layak. Selanjutnya berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara selama kegiatan bermain dan berkreasi anak-anak dapat menghasilkan karya produk yang sudah berbentuk bangun misalnya robot-robotan atau mobil-mobilan. Bahan *puzzle* yang dibuat dari bambu juga sebagai sarana pengenalan bahan lokal yang ramah lingkungan sejak dini

pada anak. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa media *puzzle* edukatif dapat membantu anak bermain dan berkreasi sebagai salah satu unsur dalam pengembangan kognitif anak dan menghasilkan sebuah alat peraga edukatif yang layak untuk digunakan.

Kata Kunci: *puzzle* edukatif, usia dini, bambu

Abstract

Cognitive development is the basis for a child's ability to think, be creative and work. In fulfilling the need for children's development can be done by playing while creating, because by playing children will receive new experiences, imagine ideas, interact with others, the environment and begin to feel their world. One of the problems in the Amongsiwi play group in Bantul is the lack of optimal cognitive development of children and the lack of available educational teaching aids such as puzzle games. For this reason, this research aims to encourage children to play and be creative in developing children's cognitive skills using educational puzzles from bamboo which are suitable and environmentally friendly, especially in this school there is a special program to play and be creative every Friday. In this research, research and development methods are used by conducting activities including analysis of potential and problems, data collection, product design, product testing, usage testing. In collecting data, observations, interviews, and documentation were then carried out in quantitative descriptive analysis. The results showed that the educational puzzles that were designed in a material manner were feasible to be tested, while the results of children's responses to the use of educational puzzle media reached 85% which indicated the feasible category. Furthermore, based on observations and interviews during play and creative activities children can produce work products that are already in the form of construction such as robots or cars. Puzzle material made from bamboo is also a means of introducing environmentally friendly local materials from an early age in children. Based on the results of research that has been done it can be concluded that the educational puzzle media can help children play and be creative as one of the elements in children's cognitive development and produce an educational teaching aid that is suitable for use.

Keywords: *educational puzzle, early childhood, bamboo*

PENDAHULUAN

Saat ini terdapat banyak jenis permainan anak mulai dari permainan tradisional sampai yang modern. Bermain adalah salah satu stimulasi yang tepat bagi anak untuk merangsang daya pikir dan mendayagunakan aspek emosional, sosial, dan fisiknya. Anak usia prasekolah termasuk dalam bagian dari rentang usia lahir

sampai usia 6 tahun yang merupakan usia emas (*golden age*) pada anak. Pada usia ini anak memiliki peran penting mengembangkan berbagai potensi dan tahap ini akan menjadi penentu pada tahap-tahap perkembangan selanjutnya. Pada saat anak berusia 3-5 tahun mereka mulai menggunakan mainan dan benda-benda di sekitarnya untuk tujuan tertentu, diantaranya mulai menikmati kegiatan menggambar sehingga sering dijumpai dinding rumah dijadikan ajang untuk mencoret-coret dan memberikan warna-warni. Salah satu jenis permainan yang bisa diperkenalkan pada anak usia dini untuk membantu perkembangan kognitif dan motorik anak salah satunya adalah permainan *puzzle*. Dengan media *puzzle* edukatif dengan tingkat kesulitan yang dapat disesuaikan dengan usia anak, maka dapat juga dijadikan ajang anak bermain dan berkreasi sesuai dengan imajinasinya. Bentuk permainan berupa *puzzle* yang dapat dibongkar pasang dapat meningkatkan imajinasi dan kreativitas, mempertajam kemampuan visualisasi dan memori, karena membutuhkan imajinasi atau perhitungan mental, dan merupakan sarana yang baik untuk mengekspresikan emosinya. *Puzzle* merupakan permainan yang membutuhkan kesabaran, dan ketekunan anak dalam merangkai atau menyusun menjadi sebuah bentuk. Dengan terbiasa bermain *puzzle* lambat laun mental anak juga akan terbiasa untuk bersikap tenang, tekun, dan sabar dalam menyelesaikan sesuatu. Kepuasan yang didapat saat anak menyelesaikan *puzzle* pun merupakan salah satu pembangkit motivasi anak untuk menemukan hal-hal baru. Dalam permainan edukasi merupakan suatu bentuk permainan yang didesain untuk tujuan belajar, akan tetapi dalam permainan edukasi biasanya hanya menawarkan permainan yang bersenang-senang (Prensky, 2012). Pada dasarnya permainan edukatif hendaknya merupakan sebuah bentuk kegiatan yang dapat membantu anak merasa senang namun di dalam permainan tersebut juga terkandung sifat mendidik dan bermanfaat untuk meningkatkan kemampuan berbahasa, berpikir, serta bergaul dengan lingkungannya. Disamping itu, permainan edukatif juga bermanfaat meningkatkan kekuatan dan keterampilan anggota badan anak, mengembangkan kepribadian, mendekatkan hubungan antara pengasuh dengan anak, serta menyalurkan imajinasi anak. Permainan edukatif juga dapat meningkatkan dan mengembangkan psikomotorik anak, sosial emosional, serta kemampuan kecerdasan (termasuk pengembangan keterampilan dan kreativitas anak). Banyak alat peraga edukasi yang dapat digunakan untuk menstimulasi perkembangan motorik anak yang mudah diperoleh dengan harga terjangkau adalah *puzzle* (Suyadi, 2009). Permainan *puzzle* akan menantang daya kreativitas dan ingatan anak lebih mendalam karena munculnya motivasi untuk berusaha mencoba memecahkan masalah, namun tetap menyenangkan karena bisa dilakukan secara berulang. Tantangan yang ada pada permainan *puzzle* akan memberikan efek ketagihan untuk selalu mencoba, mencoba dan terus mencoba sampai berhasil. Dalam penelitian ini dilakukan proses kegiatan pembelajaran untuk melatih kemandirian dan memotivasi anak untuk berkreasi menggunakan *puzzle* yang bisa dimainkan secara mandiri maupun berkelompok yang dibuat dari bahan bambu jenis cendani yang ramah lingkungan dan merupakan potensi lokal. *Puzzle* edukatif yang dibuat dengan berbagai bentuk komponen, sehingga bisa disusun menjadi berbagai struktur bangun seperti manusia/robot, binatang, bangunan rumah, mobil-mobilan dan lain-lain. Berdasarkan observasi awal yang

dilakukan di sekolah Kelompok Bermain (PAUD) Amongsiwi, Bantul diketahui bahwa ada kendala dalam ketersediaan media pembelajaran dan sarana bermain serta berkreasi yang mengandung unsur kemandirian dan kreatifitas. Kelompok Bermain Amongsiwi merupakan sekolah yang berada di sebuah dusun yang terkenal dengan “Kampung Dolanan” karena di dusun tersebut banyak pengrajin mainan (dolan) tradisional seperti wayang, kincir angin kertas, otok-otok, mobil-mobilan dari bahan barang bekas maupun bambu. Ada berbagai aspek yang harus diperhatikan dalam memilih media, aspek antara lain tujuan pembelajaran, jenis tugas, dan respon yang diharapkan dapat dikuasai siswa setelah pembelajaran berlangsung dan konteks pembelajaran termasuk karakteristik siswa (Susanto, 2013:166). Kegiatan sosialisasi dan kemandirian merupakan aspek yang berhubungan dengan kemampuan mandiri anak (makan sendiri, membereskan mainan selesai bermain), berpisah dengan ibu atau pengasuh anak, bersosialisasi dan berinteraksi dengan lingkungannya dan sebagainya (Depkes, 2010). Tujuan dari penelitian dengan kegiatan merancang sebuah media pembelajaran adalah menumbuh kembangkan kreativitas dan kemandirian pada anak prasekolah (PAUD) Kelompok Bermain Amongsiwi di Dusun Pandes, Bantul dengan menggunakan media belajar berupa *puzzle* edukatif. Kegiatan dilakukan pada hari Jumat dimana pada hari tersebut dinamakan “hari kreatif” karena hari tersebut merupakan waktu khusus program sekolah sesuai kurikulum untuk anak-anak belajar tentang kreativitas. Disamping itu di sekolah tersebut belum mempunyai peralatan media pembelajaran yang berbentuk *puzzle* dari bahan bambu. Adapun manfaat dari penelitian dengan kegiatan menggunakan *puzzle* edukatif melatih kesabaran anak dalam menyelesaikan suatu tantangan, meningkatkan kemampuan berfikir dan membuat anak belajar berkonsentrasi, memupuk kreatifitas/imajinasi anak dalam menghasilkan ide, memungkinkan anak berinteraksi secara langsung dengan lingkungannya, serta keterampilan dalam mengelola emosi dan konsentrasi mengatasi keterbatasan ruang dan waktu.

KAJIAN TEORI

Pendidikan usia dini atau prasekolah merupakan masa meletakkan dasar-dasar ke arah perkembangan sikap, intelektual, keterampilan fisik dan motorik, sosial, moral, serta daya cipta yang diperlukan oleh anak untuk menyesuaikan diri dengan lingkungannya, juga untuk pertumbuhan dan perkembangan tahap selanjutnya. Salah satu ciri pada usia ini adalah mulai meluasnya lingkungan sosial anak yang selama ini hanya ada di lingkungan rumah. Jika sebelumnya anak merasa cukup berada di lingkungan pergaulan dalam keluarga, maka pada saat berada di kelompok bermain usia prasekolah mulai merasakan perlunya teman bermain, serta memiliki aktivitas yang teratur di luar lingkungan rumah. Demikian juga anak-anak di sebuah Kelompok Bermain (PAUD) memiliki kebutuhan akan adanya seorang figur pendidik, kebutuhan untuk beraktivitas dalam situasi dan kondisi yang bervariasi, tempat anak-anak belajar mengembangkan potensi yang ada pada dirinya, mengembangkan kemandirian dan memperoleh pengalaman yang lain yaitu harus mengikuti otoritas selain orang tuanya. Hal ini merupakan pengalaman bagi anak sehingga membuat anak menjadi belajar melihat persoalan dari sudut pandang orang lain. Kemampuan anak inilah yang disebut sebagai kemampuan

kognisi sosial yang pada tahap perkembangan seterusnya akan menjadi dasar anak untuk dapat bersosialisasi dengan baik. PAUD juga merupakan jembatan antara keluarga dan sekolah formal bagi anak-anak yang lebih jauh dari sekedar menyediakan tempat bersosialisasi, juga merupakan proses internalisasi nilai dan perilaku yang diterima di masyarakat termasuk kemandirian dan rasa percaya diri. Oleh sebab itu, salah satu media bermain dan berkreasi di PAUD adalah *puzzle* edukatif.

Permainan *puzzle* merupakan bentuk permainan yang dimainkan dengan tujuan menyusun *puzzle-puzzle* yang diacak terlebih dahulu kemudian disusun dengan menghubungkan atau menyambungkan komponen *puzzle* menjadi sebuah bentuk atau bangun. Bentuk *puzzle* umumnya bisa dibuat simetris ataupun tidak simetris namun tetap bisa dilakukan penyusunan dengan baik. Bentuk dan potongan *puzzle* dapat disesuaikan sesuai dengan keinginan pemain mulai dari bentuk yang sederhana sampai yang rumit, berukuran kecil sampai yang besar. Pilihan potongan *puzzle* yang tidak terlalu rumit sangat cocok untuk metode awal mengenalkan permainan *puzzle* terutama pada anak. Dalam permainan *puzzle* membutuhkan kesabaran dan ketekunan anak dalam merangkainya. Dengan terbiasa bermain *puzzle*, lambat laun mental anak juga akan terbiasa untuk bersikap tenang, tekun, dan sabar dalam menyelesaikan sesuatu. Kepuasan yang didapat saat anak menyelesaikan *puzzle*-pun merupakan salah satu pembangkit motivasi anak untuk menemukan hal-hal yang baru. Kata *puzzle* sendiri berasal dari bahasa Inggris yang berarti teka-teki atau bongkar pasang, sedangkan *puzzle* dalam kamus bahasa Indonesia diartikan sebagai tebak-tebakan. Tebak-tebakan adalah sebuah masalah atau teka-teki yang diberikan sebagai hiburan yang biasanya ditulis atau dilakukan, banyak tebakan berakar dari masalah matematika. *Puzzle* pertama kali ditemukan pada tahun 1766 oleh seorang pembuat ahli peta yang bernama John Spilsbury. *Puzzle* pertama tersebut dinamakan *jigsaw puzzle*. *Jigsaw puzzle* tercipta melalui ide menggambar sebuah peta pada lembaran kayu dan dipotong-potong berdasarkan batas garis negaranya (Deddy, 2016).

a. Manfaat dan Jenis Permainan Puzzle

Permainan *puzzle* merupakan salah satu jenis permainan yang memiliki manfaat terutama apabila dipakai untuk perkembangan anak. Ada banyak manfaat dari permainan *puzzle*, meliputi: 1). Kognitif, kemampuan mengetahui dan mengingat. 2). Motorik, kemampuan mengkoordinasikan anggota tubuh seperti tangan dan kaki. 3). Logika, kemampuan berpikir secara tepat dan teratur. 4). Kreatif/ imajinatif, kemampuan menghasilkan ide sesuai dengan konteks. 5). Visual, kemampuan mata menangkap bentuk dan warna objek (Ayu, 2014). Terdapat 8 jenis *puzzle* yang terkenal di dunia yang dijelaskan dalam artikel pada *website*-nya tentang *Puzzle Types* sebagai berikut: *Mechanical puzzle*, *Logic Puzzles*, *Math Puzzles*, *Puzzle*, *Cryptic Puzzles*, *Word Puzzles*, *Trivia Puzzles*, *Riddles Riddle*, *Pattern Guessing* (Clontz, 2018).

b. Analisis Kualitas Produk dan Respon Responden

Untuk mengetahui tingkat kualitas dan respon sebuah *puzzle* hasil rancangan maka dapat dilakukan oleh ahli materi dan respon pengguna *puzzle* tersebut. Untuk analisa tentang kualitas materi *puzzle* apakah sesuai dalam penggunaannya, dapat digunakan Skala Likert. (Nieveen, 1999), sedangkan respon pengguna tentang jenis *puzzle* dilakukan dengan mengisi angket dan wawancara serta pengamatan langsung dalam penggunaan *puzzle* tersebut.

METODE PENELITIAN

Metode dalam penelitian ini digunakan pendekatan *Research and Development* yaitu metode penelitian pengembangan Borg & Gall (Setyosari, 2013:292-294), yang akan menghasilkan suatu produk tertentu kemudian dilakukan pengujian terhadap tingkat keefektifannya dengan menganalisa data berdasarkan hasil penilaian ahli materi dan respon anak terhadap produk *puzzle* edukatif yang dihasilkan (Sugiyono. 2014: 407). Pada langkah awal dilakukan survei tentang kondisi responden di kelompok bermain Amongsiwi Bantul untuk mengetahui permasalahan yang ada. Setelah itu dilakukan perancangan sebuah media pembelajaran yang ramah lingkungan yaitu media *puzzle* edukatif dari bahan bambu cendani. Bambu cendani dipilih karena bentuk dan ukurannya paling cocok. Setelah selesai dibuat prototipe, beberapa komponen *puzzle* kemudian diujicobakan pada anak melalui kegiatan bermain dan berkreasi. Untuk mengetahui tingkat kelayakan produk yang dihasilkan didasarkan pada hasil penilaian ahli materi dan respon responden yaitu anak-anak dan guru pendamping. Penilaian tingkat kelayakan oleh ahli materi dilakukan dengan mengisi kuisioner, kemudian dianalisa dengan Skala Likert, sedangkan tingkat kelayakan dari hasil respon anak-anak dan guru pendamping dianalisa menggunakan Skala Guttman. Dalam mendapatkan data penilaian atau respon anak dilakukan dengan wawancara untuk mengisi angket yang pelaksanaannya dibantu oleh peneliti dan guru pendamping setelah anak-anak selesai melakukan kegiatan bermain dan berkreasi menggunakan media *puzzle* edukatif. Tujuan utama dari penggunaan skala ini adalah untuk memastikan bahwa sikap yang diteliti benar-benar hanya mencakup satu dimensi. Sampel yang menjadi obyek penelitian adalah anak-anak prasekolah atau anak usia dini kelompok bermain Amongsiwi sebanyak 20 anak. Sebelum anak-anak bermain dan berkreasi mandiri sebelumnya dilakukan pelatihan menggunakan *puzzle* edukatif kemudian anak-anak diberikan kesempatan bermain dan berkreasi dengan pendampingan para guru. Kegiatan ini dilakukan pada hari Jumat saat jam pembelajaran yang merupakan waktu khusus "hari kreatif" sesuai dengan kurikulum yaitu jam bermain dan berkreasi.

Untuk mendapatkan data yang kemudian dianalisa dalam kegiatan penelitian ini dilakukan dengan pengamatan secara langsung dan pengisian angket melalui wawancara, baik kepada anak-anak, orang tua pendamping maupun para guru. Instrumen pengumpulan data pada penelitian dan pengembangan menggunakan dua instrumen untuk memperoleh data yaitu dengan wawancara serta pengamatan langsung dari produk yang dihasilkan dari kegiatan anak. Kemudian tentang

kualitas media *puzzle* edukatif yang digunakan, menggunakan instrumen angket lembar evaluasi. “Angket atau kuisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab” (Sugiyono, 2014: 142). Rancangan penelitian pengembangan media yang digunakan mengacu pada model penelitian dan pengembangan (R&D) Borg dan Gall (Setyosari, 2013:292-294). Dalam penggunaan model Borg & Gall meliputi beberapa langkah yaitu: (a) Penelitian dan pengumpulan informasi awal; (b) perencanaan; (c) pengembangan produk; (d) uji coba produk awal; (e) revisi produk; (f) uji coba lapangan dan (g) Implementasi.

a. Menentukan skala penilaian kualitas produk dari ahli materi

Dalam penilaian kualitas produk berdasarkan ahli materi mengenai media *puzzle* menggunakan skala Likert didasarkan beberapa aspek/indikator seperti ditunjukkan pada Tabel 1. Jadi ahli materi ini adalah guru pendamping yang memberikan penilaian tentang media pembelajaran yang sudah diujicobakan ke anak untuk bermain dan berkreasi.

Tabel 1. Kisi-Kisi Instrumen Ahli Materi (Skala Likert)

No.	Aspek/Indikator	Range Skor 1 s/d 4
1	Kesesuaian Materi	
2	Kesesuaian kegiatan permainan	
	a. Mengenali bentuk <i>puzzle</i>	
	b. Memilih bentuk komponen <i>puzzle</i>	
	c. Tingkat kesulitan menyusun <i>puzzle</i>	
3	Tingkat kesulitan menyusun <i>puzzle</i>	
4	Kesesuaian jenis <i>puzzle</i> edukatif	
5	Kesesuaian penggunaan bahan	

(Sumber : Nieveen, N.,1999).

Perhitungan skor rata-rata aspek kualitas produk (Anas S., 2008):

$$X = \frac{\sum X}{n}$$

Keterangan:

X : Skor rata-rata tiap aspek
 $\sum X$: Jumlah skor tiap aspek kualitas
n : Jumlah penilai

Dari hasil perhitungan skor rata-rata kualitas produk yang dilakukan oleh ahli materi kemudian dicocokkan hasilnya dengan kriteria kelayakan kualitas produk mengikuti data yang ada pada Tabel 1. Produk yang dikembangkan yaitu berupa *puzzle* edukatif dapat dikatakan layak jika analisis data yang dihasilkan memenuhi konversi “layak” atau mendapatkan skor rentang $2,5 \leq x < 3,25$ atau $3,25 \leq x \leq 4,00$ dari ahli materi, maka produk tersebut dapat digunakan dan layak untuk dilakukan uji coba. Apabila jika dikonversikan mendapat kategori “tidak layak” atau mendapat skor $1,75 \leq x < 2,5$ atau $1 \leq x < 1,75$ dari ahli materi, maka *puzzle* edukatif harus

dilakukan revisi.

Tabel 2. Kriteria Kelayakan *Puzzle* Edukatif

Nilai	Interval	Kategori	Konversi
4	$3,25 \leq X \leq 4,00$	Sangat Baik	Layak
3	$2,5 \leq X \leq 3,25$	Baik	
2	$1,75 \leq X \leq 2,5$	Kurang Baik	Tidak Layak
1	$1 \leq X \leq 1,75$	Sangat Kurang Baik	

b. Menentukan skor penilaian responden

Untuk mengetahui respon responden, penilaian dilakukan oleh anak dibantu peneliti dengan mengisi angket melalui wawancara anak didik yang didampingi oleh guru pendamping setelah menggunakan media *puzzle* edukatif. Tujuan utama pembuatan skala model ini pada prinsipnya adalah untuk menentukan, jika sikap yang diteliti benar-benar mencakup satu dimensi. Sikap dikatakan dimensi tunggal bila sikap tersebut menghasilkan skala kumulatif (Hamid, 2011:109). Pada Tabel 2 merupakan Skala Guttman, skor yang digunakan memakai Kriteria 1 (“setuju”), dan 0 (“tidak setuju”), selanjutnya data yang diperoleh untuk penghitungan instrumen anak didik, dihitung menggunakan persamaan sebagai berikut:

$$X = \frac{\text{Jumlah penilaian seluruh siswa}}{\text{Jumlah penilaian sempurna}} \times 100\%$$

Jumlah penilaian sempurna

X = Nilai prosentase skor hasil penilaian

Range skor penilaian:

1. 0% - 25 % = tidak ada aspek kelayakan.
2. $\leq 25\%$ - 50% = cukup rendah memenuhi aspek kelayakan.
3. $\leq 50\%$ - 75% = cukup tinggi memenuhi aspek kelayakan.
4. $\leq 75\%$ - 100% = memenuhi aspek kelayakan.

Tabel 3. Kriteria Skala Guttman Skor

No	Indikator yang dinilai	Jumlah jawaban responden	
		Skor 1	Skor 0
1	Kesesuaian media		
2	Kemudahan penggunaan alat		
3	Ketertarikan media		
4	Tingkat keberhasilan		
5	Kemudahan memahami materi		
6	Bahan yang digunakan		
Jumlah :			
Prosentase (%) :			

Berdasarkan penghitungan dari persamaan tersebut media *Puzzle* Edukatif dapat dikatakan “Layak/Baik” digunakan dalam pembelajaran apabila prosentase kelayakan mencapai $>75\%$. Sebaliknya, dikatakan “Tidak Layak/ Tidak Baik” apabila persentase kelayakan $\leq 75\%$.

Sedangkan data hasil penilaian anak didik untuk kelayakan produk didapatkan dengan menggunakan skala Guttman. Penilaian anak dibantu peneliti untuk mengisikan angket melalui wawancara anak didik setelah menggunakan media *puzzle* edukatif. Tujuan utama pembuatan skala model ini pada prinsipnya adalah untuk menentukan respon pengguna media *puzzle* edukatif yang dihasilkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Spesifikasi produk yang dikembangkan *puzzle* edukatif adalah media pembelajaran berjenis Alat Permainan Edukatif (APE) disesuaikan dengan geometri yang akan dibuat. *Puzzle* edukatif ini terinspirasi dari *puzzle* pada umumnya, namun *puzzle* edukatif ini dikembangkan dengan bahan yang ramah lingkungan dan potensi lokal yang ada, sehingga materialnya mudah didapatkan. *Puzzle* edukatif akan menyajikan komponen bangun atau struktur pembentuk sebuah produk. Adapun produk yang dihasilkan dalam penelitian pengembangan ini memiliki spesifikasi sebagai berikut:

1. Media *puzzle* edukatif yang dikembangkan adalah media Alat Permainan Edukatif (APE) yang terbuat dari bambu.
2. Media ini digunakan oleh guru dalam proses pembelajaran pada pembelajaran kreatif yang diberi istilah “*hari kreatif*” yaitu hari Jumat di Kelompok Bermain Amongsiwi, Bantul.
3. *Puzzle* edukatif terinspirasi seperti bongkar pasang *puzzle*, di mana anak mencocokkan serta memasangkan potongan-potongan bambu yang sesuai pada bentuk geometri sehingga membentuk suatu bangun binatang, rumah, orang, robot-robotan, mobil-mobilan, dan lain-lain.
4. *Puzzle* edukatif dapat digunakan anak belajar, seperti:
 - Anak dapat berimajinasi membentuk suatu bangun atau struktur.
 - Anak dapat lebih percaya diri dan melatih mandiri untuk mewujudkan imajinasinya dengan *puzzle* bahan bambu.
 - Anak dapat diajak untuk lebih mengenal dan mencintai bahan lokal yaitu bambu.
 - Anak bisa berinteraksi sesama teman sambil bermain,
 - *Puzzle* Edukatif disertai buku panduan penggunaan untuk guru.

a. Kualitas Tingkat Kelayakan oleh Ahli Materi

Data kualitas produk dihasilkan dari proses penilaian yang diberikan oleh ahli materi kemudian dianalisis sebagai berikut: a. Menentukan skala penilaian menggunakan skala Likert dengan rentang nilai terendah 1 dan nilai tertinggi 4, b. Menghitung skor rata-rata penilaian dengan rumus (Anas, 2008). Dari hasil perhitungan berdasarkan penilaian ahli materi tentang produk berupa media pembelajaran *puzzle* edukatif diperoleh hasil seperti ditunjukkan pada Tabel 4.

Tabel 4. Data Hasil Validasi Ahli Materi (Guru)

No.	Aspek/Indikator	Σ Indikator	Skor Ahli Media	Rata-rata	Kategori
1.	Kesesuaian Materi	1	3	3	Baik
2.	Kesesuaian kegiatan permainan				Sangat Baik
	a. Mengenali bentuk <i>puzzle</i>	1	3	3	Baik
	b. Memilih bentuk komponen <i>puzzle</i>	1	3	3	Baik
	c. Tingkat kesulitan menyusun <i>puzzle</i>	1	2	2	Kurang Baik
3.	Kesesuaian karya yang dihasilkan anak	1	3	3	Baik
4.	Kesesuaian jenis <i>puzzle</i> edukatif	1	4	4	Sangat Baik
5.	Kesesuaian penggunaan bahan	1	3	3	Baik
Skala rata-rata keseluruhan				3,0	Baik

Berdasarkan penilaian oleh ahli materi (guru pendamping) terhadap materi media pembelajaran berupa *puzzle* edukatif yang telah diujicobakan pada anak-anak maka secara keseluruhan diperoleh skor rata-rata 3,0 yang berarti masuk dalam kategori “layak” untuk digunakan. Namun terdapat beberapa masukan seperti “mengenali bentuk *puzzle*” akan lebih baik dengan kata “mengenali bentuk komponen *puzzle*”. Kemudian dalam indikator “tingkat kesulitan menyusun *puzzle*” dalam hal ini perlu diperbaiki, agar ukuran lubang-lubang penyambungannya dibuat pas sehingga tidak terlalu sulit untuk menyambung antar komponen *puzzle*.

b. Kualitas Tingkat Kelayakan oleh Responden

Dengan permainan *puzzle* ini juga dapat menumbuhkan rasa kebersamaan melatih strategi dalam kelompok, dapat melatih memecahkan masalah bersama-sama di antara siswa, dapat menumbuhkan sikap saling menghargai sesama siswa dan dapat menghibur di dalam kelas (Prima, 2016). Untuk itu media pembelajaran yang dihasilkan berupa *puzzle* edukatif dari bahan bambu setelah diujicobakan pada anak, maka perlu dilakukan pengujian tingkat kelayakannya, dimana studi kelayakan sering digunakan dalam konteks proses pengembangan produk (Bause et al., 2014). Data tingkat kelayakan berdasarkan hasil uji responden yaitu anak-anak yang didampingi oleh guru pendamping maka diperoleh hasil seperti ditunjukkan pada Tabel 5 berikut ini:

Tabel 5. Data Hasil Uji Coba Media *Puzzle* Edukatif dari Bahan Bambu oleh Responden

No	Indikator yang dinilai	Jumlah jawaban responden	
		Skor 1	Skor 0
1	Kesesuaian media	17	3
2	Kemudahan penggunaan alat	18	2
3	Ketertarikan media	16	4
4	Tingkat keberhasilan	18	2
5	Kemudahan memahami materi	16	4
6	Bahan yang digunakan	17	3
Jumlah		102	18
Prosentase (%)		85 %	

(Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2019)

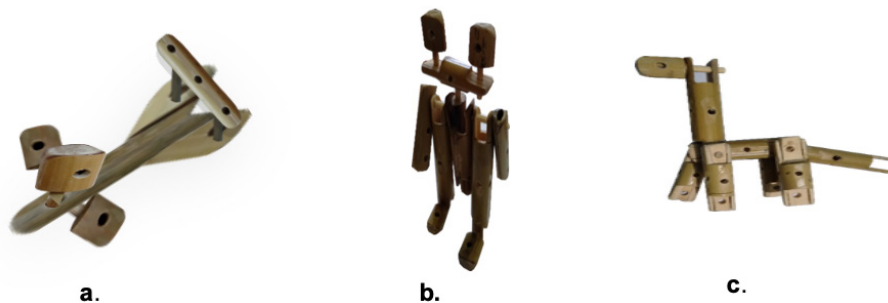
Respon penilaian anak didik yang menggunakan media *puzzle* edukatif ini terhadap 20 anak diperoleh hasil skor 102 dari jumlah skor total maksimal 120. Jumlah skor yang diperoleh tersebut selanjutnya jika dipresentasikan adalah sebesar 85% dan nilai ini menunjukkan bahwa media belajar berupa *Puzzle Edukatif* dari Bahan Bambu ini “Layak” untuk dipergunakan. Kemudian dari hasil pengamatan pada saat uji coba pelaksanaan kegiatan, respon subjek penelitian umumnya sangat suka, antusias dan tertarik terhadap media *puzzle* edukatif ini. Para anak didik aktif termotivasi untuk mencoba-coba bentuk produk dan tertantang dalam memainkan permainan *puzzle* ini. Hal ini menunjukkan bahwa dalam uji coba pelaksanaan penggunaan media edukatif *puzzle* ini mendapatkan respon “positif” dari anak didik. Selanjutnya media permainan berupa *puzzle* edukatif menurut penelitian yang sudah dilakukan dikatakan bahwa penggunaan alat permainan edukatif secara tepat dapat membantu perkembangan anak yang berkebutuhan khusus (Kurniasih, 2013). Dalam pengembangan media pembelajaran yang memanfaatkan bahan lokal dari bambu cendani yang dibuat berbagai macam bentuk-bentuk komponen *puzzle* maka bisa disusun membentuk berbagai macam produk yang beberapa komponennya ditunjukkan pada Gambar 1 dibawah ini. Dengan membuat berbagai bentuk *puzzle* maka dapat digunakan untuk membentuk berbagai macam produk dan ini memotivasi anak-anak untuk berkreasi membuat berbagai produk dengan mencoba-coba menyambungkan dari setiap komponen *puzzle* untuk membentuk produk sesuai dengan imajinasinya. Kreativitas dan imajinasi anak akan timbul dari bentuk sederhana sampai yang rumit tergantung dari tingkat kecerdasan masing-masing anak. Dalam hal pembuatan komponen atau *puzzle* ini perlu adanya kepresisian dari setiap bentuk dan ukuran *puzzle* agar satu sama lainnya bisa berpasangan dengan tepat. Pada Gambar 1.a menunjukkan contoh produk sebuah binatang dengan komponen-komponen *puzzle* pembentuknya, sedangkan Gambar 1b adalah contoh beberapa komponen *puzzle* yang dihasilkan dari perancangan yang telah dilakukan.



Gambar 1. Beberapa bentuk komponen Puzzle Edukatif Berbahan Bambu.
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019)

Produk yang dikembangkan didesain berdasarkan beberapa hal yaitu diantaranya bentuk yang sederhana dan mudah serta tidak menghambat kebebasan anak

untuk berkreasi, menggunakan bahan yang aman dan ramah lingkungan, bisa serbaguna/multifungsi untuk membentuk berbagai bentuk produk, memotivasi anak saling berinteraksi karena dilakukan bermain dan berkreasi secara berkelompok. Dengan media pembelajaran yang berbentuk permainan ini, kreatifitas dan interaksi antar anak akan terbangun dan menumbuhkan rasa kebersamaan diantara mereka. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa anak prasekolah masih suka menyendiri, tidak suka bermain bersama sehingga sering berebut dan tidak mau mengalah dengan teman, namun dengan kegiatan permainan *puzzle* ini mampu menumbuhkan perilaku sosial mengembangkan kerjasama namun tetap ada kemandirian dalam mewujudkan imajinasinya (Tri, 2014). Dengan pemberian permainan *puzzle* juga akan mempengaruhi terhadap perkembangan sosial dan kemandirian anak prasekolah (Tunggul, dkk., 2018). Untuk respon anak terhadap penggunaan media edukatif bentuk *puzzle* edukatif ini ditunjukkan dari produk-produk yang dihasilkan seperti ditunjukan pada Gambar 2., hasil kreatifitasnya bisa membentuk berbagai produk seperti robot-robotan, binatang, mobil-mobilan dan masih banyak yang lain.



**Gambar 2. Contoh Produk Hasil Kreasi Anak dengan Media Puzzle Edukatif
dari Bahan Bambu.
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019)**

Selama kegiatan bermain dan berkreasi ini anak-anak melakukan proses pembentukan/penyusunan *puzzle*, mereka berimajinasi dan berkreasi tentang bentuk yang akan dibuat kemudian berpikir *puzzle* mana yang harus dipakai, karena dengan berbagai jenis *puzzle* pada dasarnya bisa dipakai, semua tergantung mau dipilih mana yang sesuai. Hal ini tentunya akan melatih anak untuk memutuskan dan akhirnya akan mendapatkan bentuk sesuai dengan imajinasinya. Dalam melakukan kegiatan ini dengan rasa percaya diri anak-anak dengan antusias mewujudkan imajinasinya serta saling berinteraksi dengan teman-temannya, baik secara personal maupun berkelompok. Beberapa anak ada juga yang melihat-lihat hasil kreasi temannya untuk dijadikan inspirasinya bahkan ini bisa sebagai ajang saling berlomba dalam mewujudkan keinginannya membentuk suatu bangun (Gambar 3).



**Gambar 3. Suasana Kegiatan Anak-anak Saat Bermain dan Berkreasi
Menggunakan *Puzzle* Edukatif.**
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019)

KESIMPULAN & REKOMENDASI

Dalam melatih dan membantu perkembangan anak pada usia dini dapat dilakukan dengan pendekatan afektif salah satunya dengan kegiatan bermain dan berkreasi untuk mengasah keseimbangan psikis dan motorik. Dengan merancang dan membuat komponen-komponen *puzzle* untuk membuat media pembelajaran *puzzle* edukatif sebagai sarana bermain dan berkreasi dapat membantu perkembangan anak usia dini baik kognitif dan motorik serta logika anak. Disamping itu dengan permainan *puzzle* dapat melatih anak untuk bisa bersabar, konsentrasi dan memunculkan ide/imajinasi anak. Perancangan pembuatan media pembelajaran yang terbuat dari bambu juga sebagai sarana pengenalan bahan lokal yang ramah lingkungan secara dini pada anak. Adapun *puzzle* edukatif yang sudah dihasilkan kualitas produk secara materi dan respon pengguna juga sudah memenuhi tingkat kelayakan yang mencapai tingkat kelayakan 85% layak untuk digunakan. Sebagai rekomendasi dari hasil penelitian ini maka dapat dikembangkan dengan membuat bentuk komponen *puzzle* yang lebih bervariasi dan dibuat dalam paket-paket untuk setiap jenis bangun yang bisa dibentuk. Untuk pengembangan lebih lanjut juga dapat dibentuk *puzzle-puzzle* edukatif yang bisa dimainkan secara berpasangan maupun berkelompok, sehingga bisa dimainkan bersama teman, orang tua maupun bersama guru sehingga sambil bermain dan berkreasi tanpa disadari akan terbangun interaksi secara sosial pada anak.

DAFTAR PUSTAKA

- Anas, S. (2008). Pengantar Evaluasi Pendidikan. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Ayu S. (2014). Penerapan Metode Pemberian Tugas Berbantuan Media *Puzzle* Huruf untuk Meningkatkan Perkembangan Bahasa pada Anak TK., *Jurnal PAUD (Volume 2 No 1)*, hal 6.
- Bause, K., Radimersky, A., Iwanicki, M., & Albers, A. (2014). *Feasibility studies in the product development process*. *Procedia CIRP*, 21, 473-478.
- Clontz, S. (2018). *Puzzle Types*. Diakses dari <http://clontz.org/puzzles/types/>. pada tanggal 20 April 2018, Jam 20.00 WIB.
- Depkes. (2010). *Pedoman pelaksanaan stimulasi, deteksi dan intervensi dini tumbuh kembang anak di tingkat pelayanan kesehatan dasar*. Jakarta: Kemenkes RI
- Deddy Sofyandi, (2016), Sejarah Puzzle dan Perkembangannya, <https://kayu-seru.com/sejarah-puzzle-dan-perkembangannya/>
- Hamid. D. (2011). *Strategi Belajar Mengajar*. Jakarta: Pustaka Setia.
- Kurniasih, N. (2013). *Penggunaan Alat Permainan Edukatif (APE) Terhadap Perkembangan Kognitif Anak Usia Dini Di Kelompok Bermain Mahadul Qur'an*. Surakarta. <http://publikasi.stkipsiliwangi.ac.id/files/2013/01/Jurnal-NurainiKurniasih-10030058.pdf>. Diakses tanggal 17 November 2016
- Nieveen, N. (1999). *Prototyping to Reach Product Quality*. Netherland: Kluwer Academic Publisher: Niko
- Prima, A. (2016), *Aneka permainan kreatif dan edukatif untuk anak*. Yogyakarta: Diva Press.
- Prensky, M. (2012). *From digital natives to digital wisdom: hopeful essays for 21st century learning*. India: Corwin Press
- Setyosari, P. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan & Pengembangan*. Jakarta: PRANADAMEDIA GROUP.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suyadi (2009), *Permainan Edukatif Yang mencerdaskan*, Yogyakarta: Power Book
- Tri Y.A. (2014). *Meningkatkan kemampuan kerjasama melalui permainan menyusun puzzle berkelompok di Rhadiatul Masyitoh kantong kelompok A*, Yogyakarta: FIP- UNY
- Susanto, A. (2013). *Teori Belajar & Pembelajaran di Sekolah Dasar*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Tunggul S. A. S.,dkk., (2018), Stimulasi permainan puzzle berpengaruh terhadap perkembangan social dan kemandirian anak usia prasekolah, *Jurnal Keperawatan Silampari (JKS) Volume 1, No 2, Januari-Juni 2018 e-ISSN : 2581-1975 p-ISSN : 2597-7482*.

PERAN KEAHLIAN TANGAN DAN DIGITAL DALAM PROSES PERANCANGAN PRODUK OLEH MAHASISWA

THE ROLE OF HAND AND DIGITAL SKILL IN THE PRODUCT DESIGN PROCESS BY STUDENTS

Aloysius Baskoro Junianto

Program Studi Desain Produk, Universitas Agung Podomoro

e-mail: Aloysius.baskoro@podomorouniversity.ac.id

Abstrak

Isu baru telah muncul dengan kehadiran teknologi digital khususnya 3D Printing di dalam proses perancangan produk yang makin lama makin mudah dan terjangkau. Permasalahan yang bisa muncul dengan hadirnya teknologi digital dalam proses perancangan adalah kekhawatiran hilangnya keahlian tangan (*hand skill*) desainer produk yang sejak dulu selalu menjadi keutamaan. Pertanyaannya, bagaimana keahlian tangan ini masih bisa dipertahankan sebagai bagian di dalam proses pembelajaran untuk memperkaya keahlian digital bagi mahasiswa desain produk. Selanjutnya, bagaimana sebuah produk fisik dapat dihasilkan melalui proses hibrida yang melibatkan keahlian tangan dan digital secara bersamaan. Studi ini juga ingin melihat pengaruh kemampuan kognisi dan motorik dalam meningkatkan keahlian digital mahasiswa dalam proses perancangan. Tulisan ini merupakan sebuah penelusuran di dalam proses pembelajaran mata kuliah studio desain produk dengan melihat hasil karya mahasiswa yang melibatkan keahlian tangan dan proses digital baik 2D dan 3D. Secara umum dapat disimpulkan, keahlian tangan masih diperlukan dan mampu untuk digunakan dalam proses digitalisasi sehingga bisa mendapatkan hasil yang diharapkan.

Kata Kunci: Keahlian tangan, Keahlian digital, Pemodelan digital, Kreativitas

Abstract

Issues had emerged with the presence of digital technology, especially 3D Printing, in the process of designing products that are getting easy and affordable. However, this situation can make craft expertise obsolete and move to digital processes in a series of design processes in lectures. The question is how can this craftsmanship

skill can be maintained as part of the learning process to enrich the digital expertise of product design students. Furthermore, how a physical product can be produced through a process that involves hand and digital expertise simultaneously. This study also wants to see the influence of cognition and motor skills in improving students' digital abilities in the process. This paper is a search of the learning process by looking at student work involving both 2D and 3D digital processes in the lectures of product design studios. In general it can be concluded, hand crafting skills are still needed to be used in the digitization process so be able to get the expected results.

Keywords: *Hand skill, Digital skill, Digital modeling, Creativity*

PENDAHULUAN

Kehadiran teknologi baru dalam proses pengembangan produk melalui metodal digital dari *Computer Aided Design* hingga *Rapid Prototyping* telah banyak mempengaruhi pola kerja dan pola pikir dalam proses perancangan produk. Permasalahan yang bisa muncul dengan hadirnya teknologi digital dalam proses perancangan adalah hilangnya kemampuan tangan (*hand skill*) desainer produk yang sejak dulu selalu menjadi keutamaan. Demikian juga yang terjadi di dalam proses pembelajaran di studio desain produk, di mana perlu menyiapkan mahasiswa dengan kemampuan beradaptasi dengan teknologi baru dalam rangka menyongsong era industri 4.0. Adalah sebuah keniscayaan pentingnya memberikan bekal ini di dalam struktur pembelajaran pada mata kuliah studio desain produk.

Pertanyaannya, bagaimana pengaruh keahlian tangan (*hand skill*) ini bisa diterapkan sebagai bagian di dalam proses pembelajaran untuk memperkaya keahlian digital (*digital skill*) mahasiswa desain produk. Selanjutnya, akan dievaluasi bagaimana sebuah produk fisik dapat dihasilkan melalui proses hibrida yang melibatkan keahlian tangan dan digital secara bersamaan. Studi ini juga ingin melihat pengaruh kemampuan kognisi dan motorik dalam meningkatkan kemampuan digital mahasiswa dalam proses perancangan.

Studi ini merupakan sebuah peninjauan dari pengalaman proses perancangan di mata kuliah Studio Desain Produk 2 yang diintegrasikan dengan mata kuliah Pemodelan Digital 2 yang mencoba menerapkan metoda sketsa dan metoda digital baik CAD Modelling maupun 3D Printing. Tujuan dari studi ini adalah untuk mengevaluasi proses perkuliahan yang melibatkan keahlian tangan dan digital khususnya dalam menyelesaikan tahapan pemodelan (*prototyping*) sesuai dengan kualitas yang diharapkan. Selanjutnya studi ini juga ditujukan untuk mencari metode pengajaran yang efektif pada mata kuliah studio perancangan produk sehingga mendapatkan hasil purwarupa yang mendekati ideal.

LANDASAN TEORI

Treadaway (2007) dalam penelitiannya yang bertajuk *Digital Crafting and Crafting The Digital* menjelaskan bahwa teknologi baru ini banyak memberikan kemudahan

dalam proses kreatif dalam semua tahapan perancangan mulai dari awal hingga akhir. Dengan adanya teknologi baru ini perlu dilakukan hibridisasi antara proses konvensional dan proses digital. Selanjutnya Treadaway (2007) menuturkan pentingnya penggabungan ini yang memerlukan strategi tertentu yang melibatkan aspek kognisi dan motorik sehingga tetap menghasilkan karya yang optimal. Treadaway meyakini peran keahlian tangan dalam era kerajinan digital dengan hadirnya sistem memori dan pengalaman fisik dalam membangun sistem kognisi melalui aspek motorik.

Dijelaskan oleh Busche (2013), ada hal yang mendasari pentingnya keahlian tangan, yang dalam hal ini bisa dimulai dengan sketsa, yaitu terkait dengan sistem memori manusia; bahwa menorehkan ide pada secarik kertas adalah sebuah langkah yang kuat untuk menjangkau sistem memori manusia. Misalnya saja dengan membuat diagram skematik atau membuat sketsa dapat mendorong manusia untuk menggunakan kemampuan memorinya, baik memori jangka pendek dan jangka panjang dalam proses mencari ide-ide untuk pemecahan masalah.

Sketsa juga dapat melatih kemampuan merestrukturisasi ide-ide, seperti dijelaskan oleh Verstijnen, et. al., (2001) bahwa mereka yang lebih berpengalaman dalam membuat sketsa lebih mampu merestrukturisasi ide-ide mereka dalam sebuah struktur yang dapat membantu proses berpikirnya dibandingkan mereka yang belum berpengalaman. Selanjutnya dengan membuat sketsa, kelompok yang berpengalaman akan lebih mudah menemukan solusi karena ide-ide yang lebih terstruktur daripada hanya menilai pada beberapa preseden tertentu sebagai bagian dari pengambilan keputusan.

METODE

Studi ini mencoba melihat proses belajar dari dua aspek keahlian tangan (konvensional) dan digital melalui fase proses desain yang melibatkan kemampuan motorik dan kognitif. Dua mata kuliah diintegrasikan untuk membekali mahasiswa di dalam proses desain ini; yaitu tata kuliah Studio Desain Produk 2 dan mata kuliah Pemodelan Digital 2 (lihat tabel 1).

Tabel 1 Integrasi dua mata kuliah dalam proses desain

Fase	Luaran	Kategori Keahlian	Mata Kuliah
Sintesa	Sketsa ide	Konvensional	Studio Desain Produk 2
3D Modelling	Detail desain, gambar kerja, rendering	Digital	Pemodelan Digital 2
3D Prototyping	Prototyping komponen	Digital	Pemodelan Digital 2
Finishing	Prototyping hasil akhir	Konvensional	Studio Desain Produk 2

(Sumber: *Dokumentasi Pribadi*, 2019)

Mata kuliah Studio Desain Produk 2 lebih menekankan pada proses desain secara keseluruhan, namun tidak ditujukan untuk melatih dan menilai keahlian digital, sehingga mata kuliah Pemodelan Digital 2 pada semester yang sama bisa disinergikan untuk dapat menilai keterampilan digital mahasiswa dengan membawa studi kasus yang diangkat di mata kuliah Studio Desain Produk 2.

Di dalam mata kuliah Studio Desain Produk 2 (semester 4), mahasiswa diminta untuk merancang set alat makan berupa piring, mangkok, gelas, sendok dan garpu. Secara umum proses fase perancangan sebagai berikut; diawali dengan pencarian data, analisa, sintesa, pembuatan konsep desain hingga fase purwarupa. Mahasiswa semester 4 di dalam kurikulum program studi secara simultan juga mendapatkan mata kuliah Pemodelan Digital 2 di mana di dalam proses pembelajarannya diajarkan material Pemodelan 3 Dimensi yang terintegrasi dengan mata kuliah Studio Desain Produk 2.

Tabel 2 Komponen evaluasi tiap kategori luaran

Luaran	Kategori Keahlian	Komponen Evaluasi
Sketsa ide	Konvensional (tangan)	Proporsi, teknik gambar, aspek informatif
Detail desain, gambar kerja, rendering	Digital	Proporsi / dimensi, detail, rendering
Prototyping komponen	Digital	Proporsi, ergonomi
Prototyping hasil akhir	Konvensional (tangan)	Kemampuan teknik finishing

(Sumber: *Dokumentasi Pribadi*, 2019)

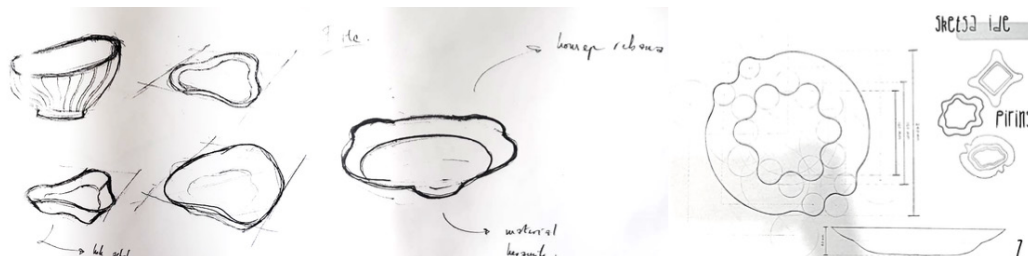
Di dalam mata kuliah Studio Desain Produk 2, ada 8 mahasiswa yang terlibat dalam proses ini. Waktu yang diberikan untuk membuat purwarupa sangat singkat sekitar 2-3 minggu hingga tenggat waktu berakhir. Dengan kurun yang singkat tersebut, jika purwarupa dikerjakan dengan tangan maka sasaran tidak akan tercapai baik dari penyelesaian dan juga kualitas model yang diharapkan. Di dalam proses perancangan produk, salah satu fase yang terpenting untuk memvalidasi ide hasil sketsa dengan membuat purwarupa. Di dalam studio, mahasiswa diminta untuk mewujudkan purwarupa 3 dimensi melalui proses digitalisasi berdasarkan 3d *modelling* yang dibuat melalui *software CAD Rhinoceros*. Hasil 3d digital *modelling* kemudian dilanjutkan ke proses purwarupa dengan 3D Printing menggunakan mesin cetak 3 dimensi *Makerbot Replicator 2*.

Di dalam studi ini, keahlian tangan akan dievaluasi dari hasil sketsa dan akan dilihat keterkaitan kualitas hasil sketsa ide dengan hasil dari proses digitalisasi baik 2 dimensi (CAD Modelling) maupun 3 dimensi (3D Printing) berdasarkan parameter kualitas dari aspek; proporsi benda, teknik, detail dan aspek ergonomi (tingkat kenyamanan dan antropometri) lihat tabel 2.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai hasil proses pembelajaran dan pembahasan diawali dengan memperlihatkan rangkaian proses yang telah dilakukan mahasiswa beserta evaluasinya. Pada gambar 1 diperlihatkan hasil sketsa tangan mahasiswa yang ditekankan untuk meningkatkan keterampilan atau keahlian tangan melalui sketsa. Seperti dijelaskan oleh Verstijnen (2001), bahwa di dalam proses sketsa ini lebih banyak menekankan untuk memicu kemampuan berpikir melalui restukturisasi ide-ide dalam format visual. Gambar yang memiliki proporsi dan informasi yang memadai diharapkan dapat lebih banyak membantu dalam proses selanjutnya.

Gambar 2 memperlihatkan ketika hasil sketsa ide tersebut diterapkan dalam proses pemodelan digital melalui mata kuliah Pemodelan Digital 2. Di mata kuliah ini capaian pembelajarannya lebih menekankan pada kemampuan mahasiswa untuk mampu membuat objek 3 dimensi dengan *software* CAD dengan lebih akurat. Dari hasil *rendering* pada gambar 2 di bawah terlihat bahwa sudah mahasiswa mampu menerjemahkan secara akurat. Proporsi objek sesuai dengan apa yang telah dibentuk melalui tahapan sketsa (sintesa). Di dalam proses 3D *CAD Modelling*, mahasiswa dapat memfokuskan pada proses penajaman detail objek. Dapat dikatakan bahwa pada prinsipnya fase ini sudah bisa dianggap membangun purwarupa digital. Proses iterasi dari sketsa dan *CAD Modelling* terus dilakukan untuk merealisasikan ide-ide menuju objek 3 dimensinya. Mahasiswa juga dituntut untuk bisa mengejar proporsi benda dan dimensi yang tepat sesuai sketsa. Hal ini juga termasuk dikaitkan dengan aspek ergonomi yang terkait dengan antropometri dan kenyamanan. Walaupun fase ini memiliki luaran digital, namun pada prinsipnya masih bersinggungan dengan proses motorik melalui sketsa.

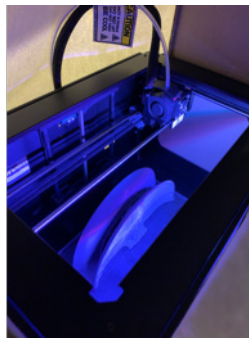


Gambar 1. Hasil Sketsa Ide Produk
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019)



Gambar 2. Rendering Produk dengan perangkat lunak Rhinoceros
kiri: karya Antoni, kanan: karya Cindy F.
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019)

Gambar 3 menunjukkan proses 3D Printing, di mana dalam proses ini digunakan 2 buah mesin *Makerbot Replicator 2*, dengan menggunakan filamen jenis PLA (*Polylactic Acid*). PLA sendiri adalah jenis *polymer thermoplastic* yang merupakan turunan dari material biomasa dan lebih ramah lingkungan. Karakteristik material ini memang bukan untuk objek permanen dan hanya digunakan untuk keperluan pembuatan prototipe. Kendala dari proses ini lebih banyak disebabkan oleh keterbatasan mesin itu sendiri yang tidak bisa membuat objek utuh dengan dimensi lebih dari 20 cm persegi, sehingga untuk objek yang besar harus dipecah lagi menjadi beberapa bagian komponen terpisah yang nantinya akan dirakit kemudian. Pembuatan komponen terpisah ini mengharuskan mahasiswa melakukan evaluasi dan pemodelan ulang di *software CAD*. Dalam tahapan pembuatan komponen ini mahasiswa dituntut untuk memahami lagi tentang karakteristik objek yang mereka buat berdasarkan ide dasarnya sehingga harus mengacu kembali kepada data CAD. Dalam tahapan ini perlu ada penyesuaian dari aspek teknis yang akhirnya harus berkompromi dengan ide awal, namun dari hasil pengamatan dosen, ide awal dari proses sketsa yang baik, tidak banyak menemui kendala di dalam proses pembuatan model 3 dimensi ini.



Gambar 3. Proses 3D Printing dengan Makerbot Replicator 2
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019)

Jelas sekali terlihat bahwa di dalam fase ini, kemampuan digital berperan sangat dominan, namun solusi digital tersebut bisa terjawab jika mahasiswa mampu mengambil keputusan berdasarkan purwarupa digital 2 dimensi yang telah mereka buat sebelumnya yang juga mengacu dari sketsa awal. Sehingga di dalam prosesnya tidak memerlukan waktu lama dalam melakukan perbaikan. Permasalahan berikutnya adalah kembali pada alat kerja yang dipengaruhi oleh suhu ruangan dan lamanya proses pencetakan. Di mana satu objek besar bisa memerlukan waktu 5 hingga 7 jam. Di sini mahasiswa harus bisa membuat perencanaan kerja yang baik, karena masih terdapat proses *trial and error* untuk mendapatkan penyetelan yang tepat.

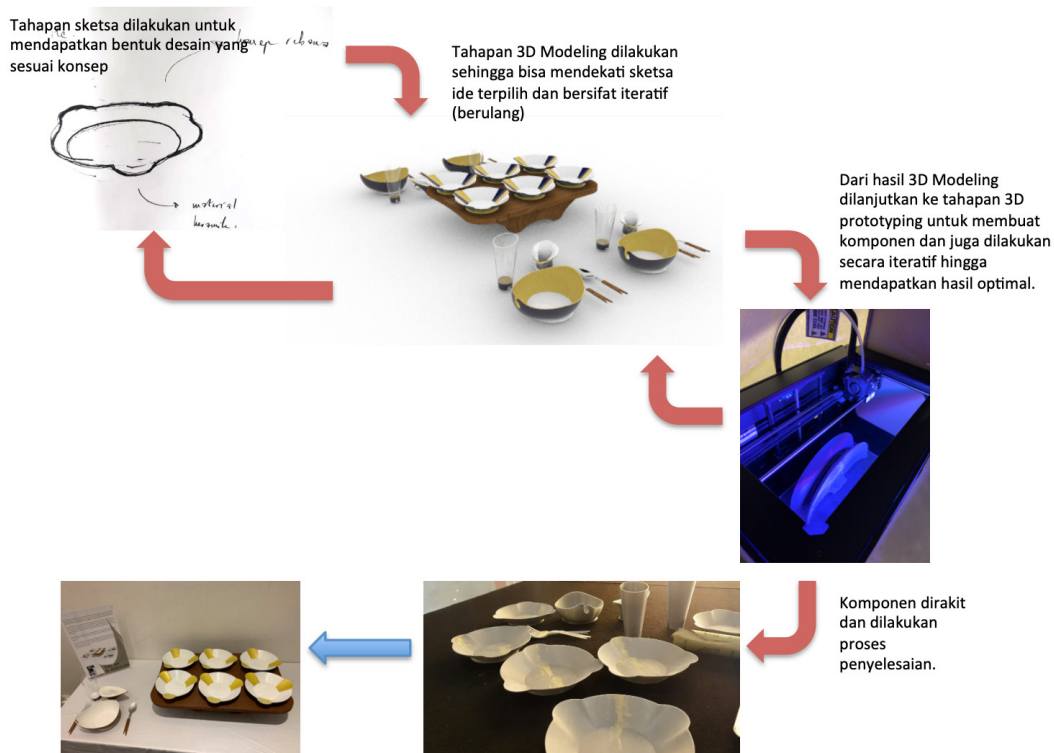
Di gambar 4 adalah hasil luaran 3D Printing dari komponen yang sudah dilakukan perakitan dan penghalusan permukaan objek dengan kertas penghalus (amplas). Hasil luaran 3D Printing dengan material PLA tidak memiliki permukaan yang halus karena proses pencetakan menggunakan metode pemanasan material yang dilelehkan dan akan menghasilkan tekstur yang agak kasar.



Gambar 4. Hasil 3D Printing yang sudah dirakit sebelum finishing,
kiri: karya mahasiswa Antoni, kanan; karya mahasiswa Cindy Fransiska
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019)



Gambar 5. Produk akhir setelah finishing
kiri: karya mahasiswa Antoni, kanan; karya mahasiswa Cindy Fransiska
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019)



Gambar 6. Rangkaian proses iteratif
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019)

Gambar 6 secara garis besar menjelaskan rangkaian proses desain lebih menekankan pada proses iteratif (berulang), khususnya pada sintesa hingga 3D *prototyping*. Proses tersebut harus berulang karena sifatnya yang lebih condong kepada proses uji coba. Dengan proses uji coba tersebut diharapkan mahasiswa bisa lebih banyak belajar dari pengalaman dan mendapatkan hasil yang lebih optimal. Proses uji coba berulang memang memerlukan waktu lebih panjang, namun diharapkan pada fase setelah 3D *prototyping* dapat menekan tingkat kesalahan seminimal mungkin. Selain itu, pendekatan keahlian tangan harus mendapat perhatian lebih dikarenakan hal itulah yang menjadi dasar dari proses-proses berikutnya.

Selanjutnya dari tabel 2 hingga 4 adalah rata-rata hasil penilaian dosen terhadap hasil mahasiswa yang dibagi sesuai tahapannya; sketsa, 3D CAD Modelling dan *Prototyping* (termasuk proses *finishing*). Secara umum tidak ada mahasiswa yang memiliki nilai buruk atau buruk sekali.

Tabel 3 Hasil Evaluasi Sketsa

Skala 1-5 (1: buruk sekali – 5: bagus sekali)

no	Mahasiswa	Proporsi	Teknik gambar	Gambar informatif	Score akhir
1.	Antoni	5	4	5	14
2.	Audrey	5	5	4	14
3.	Chrisilia	3	3	4	10
4.	Cindy F	4	5	5	14
5.	Cindy Tj	3	5	5	13
6.	Evelyn	3	3	4	10
7.	Joan	4	4	3	11
8.	Jovian	3	3	3	9

(Sumber: *Dokumentasi Pribadi*, 2019)

Dari tabel hasil evaluasi (Tabel 2 sd 4) bisa dilihat bahwa ada keterkaitan antara sketsa, CAD Modelling dan 3D Printing. Kemampuan visual yang dibangun melalui sketsa tangan bisa memberi pengaruh yang besar terhadap hasil produk akhir yang berkualitas. Kemampuan visual melalui sketsa ini tetap harus menjadi landasan awal dalam proses digitalisasi. Mahasiswa yang sedikit berusaha di fase sketsa memiliki nilai yang lebih rendah dibandingkan mahasiswa yang memberikan banyak usaha di dalam fase sketsa ini.

Dari hasil evaluasi tahapan sketsa ini, (tabel 2) setiap sketsa dievaluasi dari aspek proporsi gambar, teknik gambar dan gambar yang informatif. Di tahapan ini proporsi gambar lebih ditekankan karena akan menjadi modal dasar sebagai acuan untuk fase CAD Modelling. Gambar 1 menunjukkan hasil sketsa milik mahasiswa Antoni yang memiliki nilai proporsi baik sekali. Dalam makalah ini hasil tugas mahasiswa Antoni dijadikan parameter untuk melihat apakah hasil sketsa yang baik dapat menjadi landasan berpikir 3 dimensi. Sebagai catatan, sketsa dilakukan secara konvensional yaitu tetap menggunakan kertas dan pena/pensil, bukan dengan tablet digital. Fase sketsa adalah bagian dari tahapan sintesa, di mana dalam proses berpikir ini, ide-ide harus divisualisasikan dalam sketsa.

Fase sketsa yang melibatkan motorik sebagai bagian dari proses kognitif yang mampu meningkatkan kreativitas menjadi bagian yang penting dan tidak bisa dipisahkan dalam proses secara keseluruhan. Proses sketsa menggunakan memori baik jangka panjang (*long term memory*) maupun *working memory* atau memori jangka pendek secara bersamaan. Proporsi gambar menjadi penekanan besar dalam prosesnya. Tidak banyak mahasiswa yang mampu membuat proporsi gambar produk yang masuk kategori bagus sekali.

Tabel 4 Hasil Evaluasi 3D CAD Modelling
Skala 1-5 (1: buruk sekali – 5: bagus sekali)

no	Mahasiswa	Proporsi gambar	Detail	Rendering	Score akhir
1.	Antoni	5	5	5	15
2.	Audrey	5	4	4	13
3.	Chrisilia	3	3	4	10
4.	Cindy F	4	5	5	14
5.	Cindy Tj	4	5	5	14
6.	Evelyn	3	3	3	9
7.	Joan	4	4	3	11
8.	Jovian	3	3	3	9

(Sumber: *Dokumentasi Pribadi*, 2019)

Proses iteratif selanjutnya dilakukan secara *vice-versa* antara sketsa dan 3D CAD Modelling, di mana mahasiswa diminta untuk melakukan proses tahap digitalisasi. Di dalam pelaksanaannya, fase CAD Modelling memerlukan waktu 3 kali pertemuan di dalam lab komputer yang dipantau oleh tim dosen pengampu dua mata kuliah; yaitu mata kuliah pemodelan digital dan mata kuliah Studio Desain Produk 2.

Menurut Kamran dan Saxena (2016), 3D Printing harus diawali dengan data CAD Modelling yang akurat, karena data CAD tersebut nantinya akan dikonversi menjadi pola triangulasi supaya algoritma tersebut bisa dibaca bagian per bagian (*layer by layer*) di dalam mesin 3D *printer*. Data CAD yang tidak akurat akan berdampak pada hasil model 3 dimensi dari 3D Printing yang dihasilkan tidak optimal. Di dalam proses pembelajaran ini, dosen memantau proses pemodelan digital di lab komputer di mana mahasiswa harus bisa menerjemahkan sketsa ide ke dalam model CAD 3 dimensi. Masih ada sedikit kendala dari sisi kemampuan CAD mahasiswa yang bisa mempengaruhi hasil akhir, di mana di dalam studi ini belum dilakukan, namun secara umum tidak terlalu berpengaruh besar, sehingga aspek ini diabaikan. Namun paling tidak pemahaman dari fase sketsa menuju CAD Modelling bisa diperoleh manfaatnya bagi mahasiswa.

Tabel 5 Hasil Evaluasi 3D Printing
Skala 1-5 (1: buruk sekali – 5: bagus sekali)

no	Mahasiswa	Proporsi benda	Kenyamanan	Finishing	Score akhir
1.	Antoni	5	5	5	15
2.	Audrey	5	5	4	14
3.	Chrisilia	3	3	4	10
4.	Cindy F	4	5	5	14
5.	Cindy Tj	4	5	5	15
6.	Evelyn	3	3	3	9
7.	Joan	4	4	3	11
8.	Jovian	3	3	3	9

(Sumber: *Dokumentasi Pribadi*, 2019)

Seperti yang terlihat pada gambar 1 sampai dengan 3 di mana keterkaitan hasil akhir secara visual tidak akan jauh berbeda semenjak fase sketsa. Sketsa yang baik bukan hanya baik secara visual, tapi harus bisa memberikan informasi yang jelas dan proporsi yang benar. Mengapa sketsa menjadi hal yang sangat penting dalam mengawali proses digital ini? Hal ini mungkin sangat terkait dengan proses kreatif, di mana Hayes (1990) menjelaskan bahwa proses kreatif banyak diperlukan di dalam proses pemecahan masalah dan selanjutnya dikatakan bahwa dengan dihadapkan pada permasalahan, maka orang lebih mampu untuk menemukan ide-ide atau solusi kreatif. Hal ini juga sejalan dengan apa yang dijelaskan oleh Verstijnen (2001) yang kurang lebih menekankan pemahaman yang sama mengenai proses kognitif yang melibatkan memori manusia sangat terkait dengan struktur berpikir melalui pembuatan sketsa.

Selanjutnya juga dijelaskan oleh Chen (2007) di dalam studinya *How to Improve Creativity*, di mana hasil eksperimennya menjelaskan tentang penggabungan metode konvensional dan media digital dapat membantu meningkatkan berpikir kreatif dan aktifitas kognitif dan selanjutnya hal ini sangat membantu di dalam fase sketsa di dalam desain konsep. Di dalam studi ini memang sengaja dihilangkan fase pembuatan model 3D dengan tangan di tahapan awal, namun untuk produk dengan kompleksitas yang lebih tinggi sejatinya masih diperlukan fase purwarupa 3 dimensi awal secara cepat dengan teknik tangan untuk mendapatkan hasil yang lebih optimal. Namun jika terdapat isu dengan waktu, maka perlu dicari cara melalui sketsa ide yang komprehensif di mana bisa memberikan hasil optimal di dalam fase CAD Modelling. Namun demikian, luaran 3D Printing juga memiliki keterbatasan, khususnya dengan alat yang dipakai di dalam studi ini yaitu Makerbot 2, di mana dimensi yang dihasilkan tidak bisa terlalu besar. Sehingga masih terdapat penyelesaian proses akhir (*finishing*) yang masih perlu dikerjakan dengan tangan, yaitu proses assembling (perakitan komponen) dan penghalusan.

Secara garis besar, aspek kognitif dan motorik sudah diterapkan di seluruh fase proses, namun dengan tingkatan yang berbeda. Di tabel 5 berikut dapat dijelaskan

analisa secara kualitatif pada aspek kognitif dan motorik di tiap fase berdasarkan hasil yang dibuat oleh keseluruhan mahasiswa.

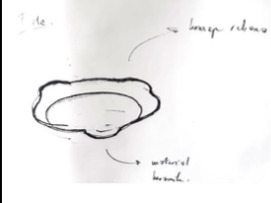
Tabel 5 Analisis Fase Desain

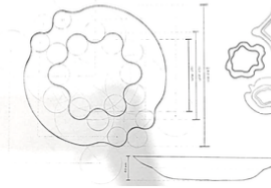
Fase Proses Desain	Luaran	Kategori	Kognitif	Motorik
Sintesa	Sketsa	Konvensional	✓ ✓ ✓	✓ ✓ ✓
Detail desain	Detail desain, gambar kerja, rendering	Digital	✓ ✓ ✓	✓
3D Modeling	Prototyping komponen	Digital	✓ ✓	✓
Finisihing	Prototyping hasil akhir	Konvensional	✓	✓ ✓ ✓

(Sumber: *Dokumentasi Pribadi*, 2019)

Tabel 5 juga menunjukkan peran dua kemampuan kognitif dan motorik terhadap keahlian tangan dan digital diperlukan secara bersamaan dalam rangka menghasilkan produk akhir yang berkualitas. Kemampuan kognitif dan motorik yang tinggi sangat dibutuhkan dalam fase sintesa karena luaran sketsa harus menjadi pijakan awal untuk proses pemodelan digital dan purwarupa selanjutnya. Mahasiswa harus mampu memanifestasikan pemikiran awal yang dituangkan sketsa sebagai bagian dari proses menstukturisasi ide-ide seperti yang dikatakan oleh Verstihnen (2001). Fase CAD Modelling memerlukan kemampuan kognisi yang cukup tinggi karena melibatkan kemampuan penguasaan *software* serta proses kreatif secara bersamaan. Selanjutnya di fase 3D Printing, kemampuan motorik dan kognitif tidak terlalu besar, atau dapat dikatakan sangat minim, karena di proses ini sifatnya hanya memantau proses pencetakan. Jika pencetakan gagal maka harus diulang dari awal. Kendala di proses ini lebih banyak terkait dengan waktu pengerjaan dan proses otomatisasi ini sangat tergantung dengan kehandalan sistem yang digunakan. Semakin bagus alatnya, maka kinerjanya semakin tinggi. Yang terakhir adalah fase *finishing*, di mana keterlibatan motorik sangat tinggi mengingat hasil 3D Printing masih harus diselesaikan secara manual dengan tangan.

Tabel 5 Analisis Fase Desain

Hasil Sketsa	Hasil 3D CAD Modelling	Hasil 3D Printing
		
Sketsa ini lebih bebas dan memiliki proporsi baik dan informasi yang memadai.	Hasil 3D CAD Modelling sesuai dengan proporsi sketsa dan mahasiswa cukup mudah menerjemahkan hasil sketsa ke model digital.	Hasil 3D Printing dan <i>finishing</i> produk cukup baik dan cukup sesuai dengan sketsa awal.

		
Sketsa sangat terstruktur dan informatif.	Hasil 3D CAD Modelling cukup baik, mahasiswa cukup mampu menerjemahkan hasil sketsa namun tidak terlalu akurat karena proses iterasi yang kurang.	Proporsi benda sedikit berbeda dengan proporsi pada sketsa karena mahasiswa kurang melakukan proses iterasi di fase sketsa dan 3D CAD Modelling.

(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019)

Mahasiswa pada dasarnya mampu mengikuti proses yang diminta oleh dosen, dan capaian pembelajaran di tiap mata kuliah Studio Desain Produk 2, yang meminta mahasiswa mampu mendesain produk dan menghasilkan prototipe produk berdasarkan proses desain yang diminta. Dan selanjutnya, pada mata kuliah Pemodelan Digital 2, yang memiliki capaian pembelajaran di mana mahasiswa harus mampu membuat 3D CAD Modelling kompleks dengan *surface modelling* dapat tercapai dengan baik. Terakhir, semua mahasiswa mampu menyelesaikan proses pembuatan purwarupa dengan bantuan 3D printer, walau hanya sebagian yang mampu menyelesaikan sesuai dengan kualitas yang diharapkan. Proses iteratif juga perlu diterapkan khususnya pada fase sketsa dan 3D CAD Modelling karena terkait dengan penentuan geometri bentuk dan pemecahan masalah. Semakin banyak iterasi yang dilakukan mahasiswa, maka tingkat kesalahan pada proses selanjutnya dapat dikurangi dan mampu mempercepat proses pembuatan prototipe.

KESIMPULAN DAN SARAN

Secara umum dapat disimpulkan, keahlian tangan yang dimulai dari proses sketsa masih sangat diperlukan dalam proses digitalisasi sehingga bisa mendapatkan hasil yang diharapkan. Keahlian digital termasuk *digital prototyping* merupakan metode yang tidak bisa tidak harus dikuasai oleh desainer produk dan harus diajarkan di perkuliahan.

Keahlian digital harus dibentuk melalui proses yang tidak tiba-tiba, tetapi tetap memerlukan kemampuan kognisi yang terjadi karena seiring dengan kemampuan motorik yang terlibat. Keahlian tangan tidak bisa dihilangkan dan tidak akan boleh hilang, justru keahlian tangan harus menjadi dasar dalam proses kreatif baik itu dalam bentuk sketsa dua dimensional maupun keahlian tangan dalam pemodelan tiga dimensional secara manual. Sketsa menjadi sangat vital di dalam rangkaian proses perancangan yang melibatkan proses digitalisasi.

Melalui hasil studi ini, diharapkan dapat memberikan masukan bagi para pengajar mata kuliah studio perancangan produk untuk tetap menekankan kedua aspek keahlian secara bersamaan. Perlu kiranya dicari metode pembelajaran yang lebih tepat dalam kaitannya dengan capaian pembelajaran yang berhubungan dengan peningkatan keahlian khusus mahasiswa desain produk di masa depan yang memiliki kemampuan digital tinggi dan keahlian tangan yang sepadan.

Tantangan di kemudian hari adalah teknologi digital yang semakin mudah dan murah di satu sisi akan memberi banyak kemudahan bagi mahasiswa, namun di satu sisi akan menurunkan keahlian tangan yang seharusnya menjadi dasar utama dalam proses kreatif. Studi lanjutan perlu dilakukan dengan objek-objek desain yang lebih kompleks dan tema tugas yang menuntut kemampuan motorik lebih tinggi. Pemahaman akan geometri dasar melalui mata kuliah dasar desain seperti nirmana datar dan nirmana ruang dapat memberikan keuntungan lebih. Mahasiswa perlu melatih terus kemampuan visual baik dua dimensi dan tiga dimensi dengan sketsa dan olah bentuk.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada program studi Desain Produk Universitas Agung Podomoro yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk bisa mempublikasikan karya ilmiah ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Busche, L. (2013). Hand Sketches – Things You Didn't Know Your Doodles Could Accomplish. *Smashingmagazine.com*
- Chen, Z. R. (2007). How to Improve Creativity. Di *Computer-Aided Architectural Design Futures (CAADFutures) 2007* (hal. 571-583). Springer, Dordrecht.
- Hayes, J. R. (1989). Cognitive processes in creativity. Di *Handbook of creativity* (hal. 135-145). Springer, Boston, MA.
- Kamran, M., & Saxena, A. (2016). A comprehensive study on 3D Printing technology. *MIT Int J Mech Eng*, 6(2), 63-69.
- Treadaway, C. (2007). Digital crafting and crafting the digital. *The Design Journal*, 10(2), 35-48.
- Verstijnen, I. H. (2001). Sketching, Analogies, and Creativity-on the Shared Research Interests of Psychologists and Designers. Di Gero, J. S. (Ed.). (2015). *Studying visual and spatial reasoning for design creativity*. New York, NY, USA: Springer.

ANALISIS SEMIOTIKA IKLAN '#ADAAQUA-MOMEN GAGAL FOKUS: ZONK'

SEMIOTICS ANALYSIS OF '#ADAAQUA- FAILED FOCUS MOMENT: ZONK'

Alfian Candra Ayuswantana¹, Diana Aqidatun Nisa², Lutfi Tri Atmaji³

^{1,2}Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Arsitektur dan Desain, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

³Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Teknik dan Desain, Institut Teknologi Kreatif Bina Nusantara Malang

e-mail: alfianayuswantana.dkv@upnjatim.ac.id¹, diananisa.dkv@upnjatim.ac.id², lutfi.atmaji@binus.edu³

Abstrak

Aqua sebagai pionir air kemasan senantiasa melakukan upaya untuk melanggengkan hegemoni sebagai air kemasan no. 1 di benak konsumen. Salah satu strategi desain marketing yang dilakukan adalah dengan memapar konsumen melalui iklan-iklan komersial. Dibandingkan dengan merek air mineral kemasan lainnya, merek Aqua lebih mendominasi layar iklan televisi Indonesia. Pada tahun 2018 Iklan-iklan aqua menggunakan strategi desain dengan tema #AdaAQUA, Menarik untuk dikaji lebih jauh strategi bangunan pesan pada iklan TVC #AdaAQUA untuk tetap menancapkan *image brand* pada konsumen. Penelusuran rangkaian bangunan pesan dianalisa dengan pendekatan semiotika Barthes maupun Pierce. Sebagai hasilnya Aqua mengangkat tema #AdaAQUA dalam rangka membangun *brand image*. Strategi mengeksploitasi ketakutan akan momen-momen runtuhnya kepercayaan diri didepan publik dalam diri dikarenakan kurangnya konsentrasi. Strategi diatas dikonstruksi melalui cara-cara simulasi sehingga tampak seperti nyata adanya.

Kata Kunci: Semiotika Visual, #AdaAqua, TVC

Abstract

Aqua as a pioneer of bottled water always makes efforts to perpetuate hegemony as bottled water no. 1 in the minds of consumers. One marketing design strategy undertaken is to expose consumers through commercial advertisements. Compared to other bottled mineral water brands, the Aqua brand dominates Indonesia's television advertisement screens. In 2018 Aqua advertisements used

a design strategy with the theme #AdaAQUA. It is interesting to study further the message building strategy in TVC #AdaAQUA advertisements to continue to embed brand image on consumers. Search for a series of message buildings was analyzed using Barthes and Pierce's semiotic approaches. As a result Aqua raised the theme #AdaAQUA in order to build a brand image with a strategy of exploiting the fear of moments of collapse of self-confidence in front of the public within a person due to a lack of concentration constructed through simulation methods so that it looked as if it were real.

Keywords: Visual Semiotic, #AdaAqua, TV Commercial

PENDAHULUAN

Merek dagang Aqua telah malang-melintang di keseharian masyarakat Indonesia terutama di masyarakat perkotaan sejak berpuluh tahun lamanya. Aqua merupakan merek air minum dalam kemasan (AMDK) pertama yang diproduksi dalam negeri pada tahun 1973. Seiring dengan berkembangnya perekonomian masyarakat perkotaan, keberadaan AMDK merupakan suatu kebutuhan yang sulit untuk tergantikan. Menurut penelusuran Tirto.id yang diterbitkan pada 25 oktober 2016, dari data Asosiasi Perusahaan Air Minum dalam Kemasan Indonesia (ASPADIN) dari kurang lebih 65 persennya bergantung pada keberadaan AMDK. Kini berbagai macam merek dagang AMDK beredar dimasyarakat, yang menarik ditengah persaingan ini keberadaan merek Aqua merajai pasar AMDK sebanyak 46% di JABODETABEK. Merek Aqua begitu kuat mengendap di benak masyarakat, merek Aqua bahkan telah bermetonimi menjadi sebuah kata ganti yang umum untuk mengistilahkan produk air minum dalam kemasan (AMDK).

Merek Aqua kini menjelma menjadi merek dagang AMDK terbesar di Indonesia bahkan menjangkau negara-negara sekitar. Pada tahun 2000 merek dagang Aqua diakuisisi oleh Danone, dengan dukungan pendanaan dari Danone, Aqua semakin gencar untuk menanamkan *image* produknya ditengah masyarakat melalui iklan-iklannya baik di televisi, koran, *billboard* dan lain-lain. Dibanding dengan merek AMDK lainnya, merek Aqua lebih mendominasi layar iklan televisi Indonesia. Menarik untuk dikaji lebih jauh bagaimana strategi desain komunikasi pesan pada iklan TVC #AdaAQUA dalam membangun *image brand* yang diinginkannya tersebut.

Iklan merupakan sebuah instrumen kekuatan pendorong distribusi sebuah produk (Frederick dalam William dkk, 2004), sedangkan menurut Albert Frey dalam bukunya yang berjudul *Advertising* iklan merupakan sebuah bujukan kepada masyarakat untuk membeli sebuah produk tertentu (William dkk, 2004). Strategi bujukan iklan tersebut menurutnya dapat dibagi menjadi beberapa golongan, yaitu dorongan untuk membeli satu jenis produk tertentu (Bujukan Primer), bujukan agar konsumen membeli sebuah merek tertentu (Bujukan sekunder), bujukan iklan untuk menggugah emosi konsumen untuk membeli sesuatu (bujukan emosional), maupun sebuah bujukan yang ditujukan agar konsumen mempertimbangkan untuk membeli sebuah produk tersebut (bujukan rasional). Menurut Barthes (2006 *terj*) setiap iklan adalah sebuah pesan, lebih jauh Tinarbuko (2009) menjelaskan iklan merupakan salah satu perwujudan kebudayaan massa iklan tidak hanya bertujuan untuk mempengaruhi calon konsumen dalam membeli barang dan jasa, iklan juga

mencoba menyampaikan pesan nilai tertentu yang secara terpendam terdapat didalamnya.

Menurut Williamson (2007 *terj*), Kita hanya dapat memahami pesan-pesan pada iklan dengan memahami bagaimana iklan tersebut bekerja. Pesan/muatan makna tersebut tersimpan pada rangkaian tanda yang ada di dalam sebuah iklan, senada yang dikemukakan Piliang (2010), iklan adalah sebuah permainan tanda. *Kodifikasi* merupakan strategi atau cara mengolah kode-kode dalam menyampaikan pesan, menggunakan kombinasi tanda-tanda (Piliang dalam Tinarbuko, 2009). Tanda-tanda tersebut dibentuk oleh satu kesatuan penanda-penanda dan petanda-petanda (Saussure dalam Barthes, 2006 *terj*), maka untuk memetakan bagaimana pemetaan pesan yang disampaikan dapat dilihat dari intensitas penanda-penanda yang ditampilkan dalam sebuah iklan. Setiap iklan dalam melakukan sebuah strategi bujukan senantiasa membutuhkan suatu instrumen di dalamnya untuk menyampaikan konsep pesan bujukannya. Menurut Piliang (2003) instrumen di dalam iklan tersebut berupa tanda-tanda yang jika dibuka lebih dalam terdiri atas rangkaian penanda-penanda — yang dapat dalam wujud gambar, foto, maupun ilustrasi — dan petanda atau makna yang memaknai petanda-petanda tersebut, penanda dan petanda tersebut digunakan untuk melukiskan realitas tertentu maupun untuk membangun sebuah realitas palsu.

PERMASALAHAN

Menarik untuk ditelisik lebih lanjut tentang cara-cara strategi pesan iklan Aqua untuk tetap menghegemoni target konsumennya. Analisa pada artikel ini ditujukan untuk membedah konstruksi rangkaian pesan pada iklan TVC Aqua dalam rangka menguak pesan-pesan tersembunyi dalam iklan tersebut. Iklan yang akan menjadi objek analisa adalah seri iklan terbaru #adaAQUA yang telah tayang awal tahun 2017 di sejumlah stasiun televisi Indonesia. Iklan yang berjudul '#AdaAQUA - Momen Gagal Fokus: ZONK' berdurasi 45 detik bernarasi tentang aktivitas seseorang yang berlatar pada penyambutan perwakilan tamu-tamu dari berbagai kebudayaan, yang dimana fokus utama dalam penceritaan adalah ketika orang tersebut menyambut tamu delegasi dari Jepang.

METODOLOGI

Analisa konstruksi pesan pada iklan dilakukan dengan metode analisa semiotika struktural Barthes maupun juga Pierce. Kedua teori analisa ini umum digunakan sebagai panduan untuk membedah kode-kode pesan dalam sebuah iklan. pada umumnya dua konsep teori semiotika saling melengkapi, semiotika struktural Saussure dan Roland Barthes mengacu pada konsep pemecahan kode pesan melalui tanda-tanda apa yang ditampilkan. Menurut Saussure (dalam Barthes, 2006 *terj*) tanda merupakan perkawinan antara penanda dan petanda, yang diibaratkan seperti selebar kertas, kesatuan antara bunyi dan konsep. Penanda-penanda adalah mewakili makna yang ada dibaliknya. Sementara teori Pierce berbicara mengenai semiotika berdasarkan sistem *triadic* yang terdiri atas intepretant, representament dan objek. Representament dan objek merupakan bentuk lain dari penanda, sementara intepretant adalah makna yang dibangun oleh seseorang yang menurut Barthes sama dengan istilah penanda.

Iklan ini dianalisis secara sinkronik dengan melihat elemen-elemen apa yang tersaji pada setiap adegan, namun untuk melihat keseluruhan pesan yang nampak analisis secara diakronik dilakukan dengan menganalisis gabungan-gabungan adegan —yang masing-masing dianalisis secara sinkronik— secara runut. Melalui semiotika kita dapat melihat pesan-pesan dari sudut pandang lain, sebuah sudut pandang baru yang tak nampak dan disembunyikan oleh pembuat iklan.

PEMBAHASAN



Gambar 1. Penanda yang membangun setting lokasi.
(Sumber : <https://www.youtube.com/watch?v=UHF4ngndSJl>).



Gambar 2. Gesture melayani tamu.
(Sumber : <https://www.youtube.com/watch?v=UHF4ngndSJl>).



Gambar 3. Sistem tanda yang membangun identitas EO dan tamu.
(Sumber : <https://www.youtube.com/watch>)



#AdaAQUA

Gambar 4. Brand dibangun untuk membangun metonimi baru.
(Sumber : <https://www.youtube.com/watch?v=UHF4ngndSJl>).

Iklan menggunakan model-model simulasi untuk mengeksplorasi ketakutan-ketakutan diri pada konsumen seperti yang dikemukakan oleh E.B White (dalam Danesi 2002). Iklan ini meminjam beberapa sistem tanda yang ada untuk membangun pesannya. Sistem tanda yang digunakan dapat dilihat dari pilihan-pilihan elemen yang ditampilkan oleh iklan. Pilihan-pilihan ini dapat dianalisis lebih detail dengan sistem analisis paradigmatis. Analisis paradigmatis memberikan lebih detail terhadap gambaran besar iklan, seperti jalinan paradigma yang ditunjukkan oleh iklan Aqua diatas. Iklan Aqua diatas memilih elemen-elemen yang ada pada dirinya untuk menggambarkan sistem tanda tertentu. Paradigma dari iklan di atas dapat dijelaskan sebagai berikut; dan seperti tampak pada gambar 7 dibawah ini;

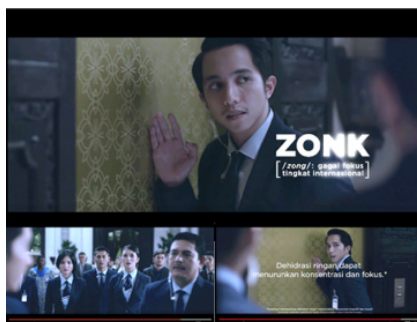
- Pilihan lokasi yang ada.
- Pilihan baju aktor yang dipilih
- Setting lokasi.
- Objek-objek yang ditampilkan.
- Teks yang disajikan oleh iklan.
- Audio/Aural.
- Sikap Tubuh

Sr1 - Interior - susunan ruang - tata letak - baliho - perabot ruang	Sd1 -Ruang perjamuan -Ruang pesta -Ruang konvensi -kebudayaan Internasional	Sr1 - Baju setelan jas - Name tag - Radio Komunikasi - Gestur melayani	Sd1 - Event Organizer acara konvensi. - Dunia kerja. - Profesionalisme. - Formalitas.	Sr1 - Baju bebas, sesuai culture. (Kimono, Dirndl) - Gestur santai.	Sd1 - Tamu Manca-Negara - Pesta - Formal-Casual.
TANDA RUANG		TANDA EO		TANDA TAMU	
Sr1 -Teks- Zonk [zong/: gagal fokus tingkat internasional]	Sd1 Kondisi memalukan karena runtuhnya self-esteem, nilai kecerdasan, nilai profesionalisme	Sr1 -Teks- Dehidrasi ringan dapat menurunkan konsentrasi dan gagal fokus.	Sd1 penyebab runtuhnya self-esteem, nilai kecerdasan nilai profesionalitas	Sr1 produk Aqua beserta brand.	Sd1 Produk air minum kemasan yang ditawarkan kepada penonton iklan.
TANDA ANCHOR		TANDA KAUSAL		TANDA PRODUK	

Gambar 5. Rangkaian tanda yang dimunculkan oleh iklan Aqua.

Gambar 7, Iklan menampilkan enam tanda utama dalam membangun pesan yang akan disampaikan. Tanda tersebut meliputi enam hal antara lain tanda ruang yang menjelaskan lokasi, tanda aktor utama yang terdiri dari *event organizer* (EO) dan tanda tamu undangan, tanda *anchor* yang dibangun untuk menekankan permasalahan yang dimunculkan, tanda kausal untuk menjelaskan bagaimana permasalahan terjadi dan tanda produk yang menjelaskan posisi *brand* /produk air dalam kemasan Aqua tersebut berada dalam iklan.

Iklan Aqua menampilkan isi pesan utama yang dapat dilihat pada momen-momen puncak dalam iklan tersebut. Momen puncak (klimaks), merupakan letak inti utama pesan berada. Klimaks mengindikasikan sebuah kondisi puncak konflik atau permasalahan yang ditampilkan. Dalam iklan Aqua ini momen puncak berada pada *scene* 'ZONK', yang nampak pada detik ke 36. Pada detik tersebut aktor utama, seorang laki-laki muda berada pada puncak permasalahan.



Gambar 6. Puncak konflik yang membangun pesan iklan.
 (Sumber : <https://www.youtube.com/watch?v=UHF4ngndSJI>).

Tampak pada potongan *scene* utama diatas, nampak bahwa terdapat penanda-
 penanda utama yang ditampilkan pada iklan tersebut, yaitu; penanda lokasi,
 penanda aktor, penanda gestur, penanda teks yang dimunculkan dan penada
 komposisi. Penanda lokasi yang menunjukan terdapat bidang emas dan berukir
 dikelilingi oleh bingkai kayu berukir berwarna coklat tua memberi makna bahwa
 bidang berwarna emas tersebut mengindikan sebuah pintu *lift* dari ruang gedung
 tempat lokasi acara tersebut diadakan. Penanda aktor yang diwakili oleh lelaki
 tampan dengan tampilan rapih dan memakai setelan jas dan radio komunikasi
 yang terselip di telinga menandakan bahwa dirinya adalah bagian dari anggota
event organizer acara tersebut. Penanda teks 'ZONK' dengan komposisi tertentu
 memberikan makna adegan tersebut memiliki makna yang berkait dengan teks
 tersebut yang tak bisa di pisahkan. Komposisi antara teks dan gambar tersebut
 dapat dimaknai bagaimana teks yang ditampilkan memiliki bangunan hubungan
 komunikasi bagaimana makna pesan yang akan disampaikan. Berbagai tanda
 yang muncul tersebut dapat dikatagorikan dalam gambar bagan dibawah ini.



Gambar 7. Makna Denotatif pada scene inti.

Pemaknaan denotatif diatas dapat ditarik lebih mendalam bagaimana pemaknaan dibalik pemilihan elemen-elemen paradigmatis tanda diatas, pengetahuan pemaknaan tersebut dapat diperoleh melalui analisis makna konotatif yang ada pada iklan.

Aktor ditampilkan dengan penampilan bersih dan rapi mengenakan setelan jas lengkap dengan dasi, dan alat radio komunikasi yang menempel pada telinga kanan sang aktor. Penampilan rapi, berjas dan berdasi lengkap dengan alat komunikasi memiliki makna tersirat bahwa sang aktor berada dalam dunia kerja yang sangat penting untuk menampilkan keutamaan kesempurnaan etos kerja (profesionalitas), modernitas, yang kesemuanya itu dianggap mencerminkan kualitas diri unggulan yang dapat diandalkan untuk menghadapi apapun tantangan dalam pekerjaan.

Tanda ruang dan momen acara digambarkan tidak lagi berskala nasional namun internasional, hal ini dapat ditunjukkan dari peserta acara yang datang dari berbagai macam negara. Lokasi acara yang ditampilkan disebut *ballroom* atau *convention hall* yang bernuansa mewah dan memiliki daya tampung tamu yang besar. Penggambaran *setting* lokasi ini dapat dimaknai sebagai sebuah momen acara yang maha penting yang tidak dapat dipandang sebelah mata untuk menjamin kesuksesan acaranya.

Tanda teks yang ditampilkan, 'ZONK' merupakan bukan bahasa baku melainkan bahasa gaul yang digunakan sehari-hari. Iklan menampilkan menampilkan teks 'ZONK' beserta pemaknaannya, teks tersebut menggunakan huruf sanserif yang modern dan di tata sedemikian rupa sehingga menyerupai kata kamus yang baku. Teks ditampilkan sedemikian rupa dapat memberi pemaknaan bahwa kata 'ZONK' ini sudah menjadi bagian dari golongan kata-kata penting yang harus diperhatikan, seperti kata-kata baku dalam kamus. Nilai penting tercermin bagaimana sebuah kata harus dicermati bagaimana cara pelafalannya dan apa maksud kata tersebut seperti yang sewajarnya ditampilkan dalam penulisan sebuah kamus baku. Penonton iklan diajak untuk memaknai seberapa penting momen seperti itu harus dihindari dengan penekanan kata 'ZONK' beserta tampilannya.

Teks yang ditampilkan dikomposisikan sedemikian rupa dengan momen gambar yang ditampilkan, ketika adegan teks 'ZONK' keluar, adegan yang berada sebagai latarnya sengaja di berhentikan menjadi selayaknya gambar diam. Kondisi demikian mengisyaratkan kepada penonton untuk mencermati relasi antara kejadian saat gambar berhenti dengan teks yang ditampilkan. Penekanan terjadi dalam momen diatas, menjadikan inti sebuah iklan terletak di dalam potongan *scene* tersebut. Komposisi tanda satu dan dua pada gambar 7 diatas menggambarkan penekanan tersebut, komposisi satu menggambarkan konsep *rule of third* dimana menurut Datta dkk dan Chen (dalam Amirshahi, 2014) bahwa, biasanya, objek yang diposisikan pada salah satu garis ketiga cenderung meregang ke arah titik pusat dan bahwa pengamat cenderung berfokus pada bagian tengah lukisan. Dalam iklan ini teks 'ZONK' berada di sepertiga kanan bawah bidang layar ditendesikan agar penonton melihat relasi antara teks tersebut dengan kejadian adegan yang diwakili oleh wajah aktor yang berada ditengah layar, dan relasi tersebut adalah relasi yang saling menjelaskan.

Gestur yang ditampilkan aktor dalam iklan adalah gestur yang sangat membingungkan, posisi sisi telapak tangan yang menempel pada pintu *lift*

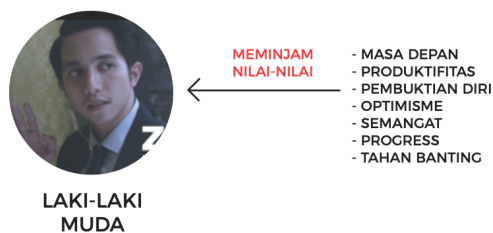
mengindikasikan ia berkomunikasi dengan sesuatu dibalik *lift* tersebut dan di lain sisi arah wajah, mata dan ekspresi mengindikasikan arah komunikasi yang sebaliknya. Ekspresi yang ditampilkan aktor tersebut penuh dengan pertanyaan, makna konotasi dari gestur-gestur tersebut adalah bahwa sang aktor berada dalam situasi ketidaksadaran akan tindakan yang telah dilakukannya dan bertanya-tanya apa yang telah ia lakukan benar ataukah salah.

Penjelasan diatas, mengindikasikan bahwa pembangunan makna tersirat atau konotatif iklan Aqua ditampilkan melalui elemen-elemen diatas yang berada dalam *scene* inti/klimaks, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada bagan dibawah ini.



Gambar 8. Bagan Pemaknaan Konotatif yang ditampilkan pada scene inti.

Perlu dianalisa bagaimana iklan Aqua ini memilih menggunakan aktor utama yang berciri usia muda dan seorang laki-laki sebagai penyampai pesannya. Iklan Aqua ini menceritakan kondisi seseorang yang penuh tantangan dan tekanan dalam dunia kerja terutama berkaitan dengan waktu ketika berhadapan dengan klien penting atau momen-momen genting. Iklan Aqua memilih seorang laki-laki muda, yang didalam iklan ini ditampilkan sebagai pegawai karir dalam jabatan menengah seorang karyawan, sosok pemilihan elemen paradigmatik aktor utama yaitu seorang laki-laki muda dapat dimaknai sebagai sebuah metafora tertentu (lihat gambar 9).

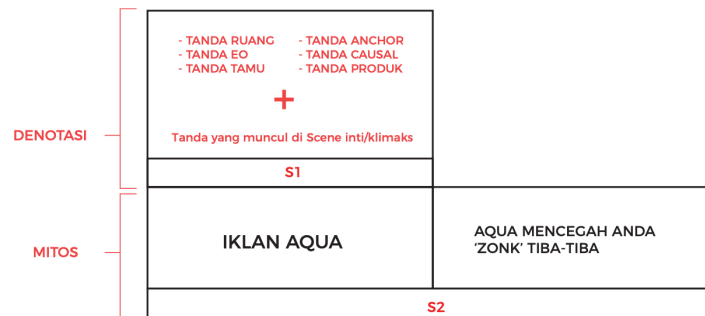


Gambar 9. Skema Metafora pada aktor utama.

Laki-laki muda dipilih untuk menampilkan peminjaman nilai-nilai yang berkaitan dengan profesionalitas dunia kerja, laki-laki muda dapat menggambarkan masa depan yang terus dibangun, dapat menggambarkan nilai produktifitas, menggambarkan proses pembuktian diri, optimisme, semangat, keinginan untuk

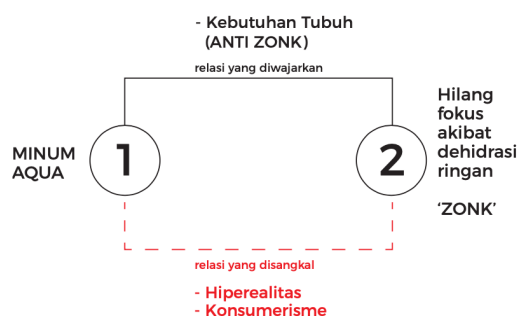
berkembang dan dapat menggambarkan kondisi yang paling prima seorang laki-laki yaitu sebuah kondisi tahan banting dalam menghadapi segala tantangan.

Dari kesemua pilihan elemen yang disajikan dalam iklan dapat diketahui bahwa iklan Aqua ini meminjam sistim tanda dari sistem tanda pembangunan nilai-nilai dalam dunia kerja, dan sistem tanda dari metabolisme tubuh manusia. Pemilihan elemen-elemen tanda dalam paradikma mengungkapkan keberadaan makna konotasi iklan tersebut menawarkan tentang nilai-nilai tertentu. Melalui penjelasan tentang tanda yang dimunculkan dalam iklan diatas, rangkaian penanda-penanda ini memberi pemaknaan denotasi tentang dunia kerja khususnya kerja yang bersifat berkaitan langsung dengan *klien*. Melalui rangkaian tanda yang ditampilkan, iklan Aqua mencoba membangun mitos tentang bagaimana seseorang menjadi 'ZONK' seketika ketika dirinya kekurangan cairan tubuh, atau dengan kata lain mengalami kehausan walaupun seringnya mungkin rasa haus tersebut. Ketakutan terhadap mitos yang dibangun oleh iklan menjadi makna utama yang dieksploitasinya. Hal tersebut dapat dilihat pada bagan gambar 10 berikut;



Gambar 10. Mitos yang dibangun dalam iklan Aqua.

Kondisi 'ZONK' ditampilkan dekat dengan kondisi tidak fokus yang berakibat kecerobohan dalam bertindak (kebodohan), iklan Aqua menaturalisasi relasi antara produk Aqua sebagai 'anti-zonk' yang dapat menjadi solusi dari keadaan yang datang tiba-tiba, tanpa disadari, dan sangat tidak diinginkan tersebut. Iklan Aqua menyembunyikan relasi berlebihan. Hal tersebut dapat dilihat pada bagan dibawah ini.



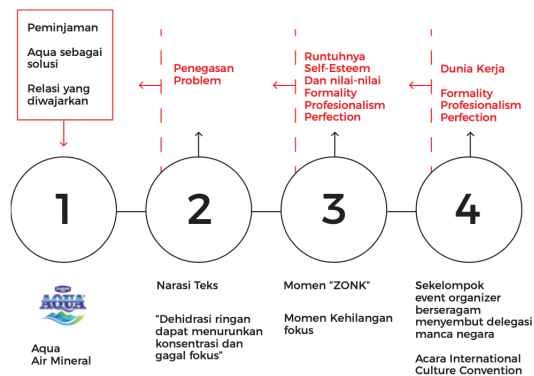
Gambar 11. Sistem mitos yang dibangun dalam iklan Aqua.

Nilai-nilai dunia kerja yang dimetonomikan dalam iklan dengan sudut pandang *Event Organizer* acara konvensi kebudayaan internasional ditampilkan dengan formalitas dunia kerja, profesionalisme dan kesempurnaan dalam setiap gerak

sesuai yang telah direncanakan. Nilai-nilai yang telah dibangun tersebut, kemudian diuji oleh kondisi-kondisi diluar perencanaan yang datang dengan tiba-tiba. Dalam kondisi panik dan penuh tekanan dalam menghadapi masalah, konsentrasi sangat dibutuhkan dan iklan menampilkan ketakutan tersebut dengan kegagalan fokus yang menyebabkan runtuhnya setiap nilai-nilai tersebut dikarenakan masalah yang ditampilkan sepele yaitu kekurangan cairan tubuh, yang ditampilkan kurang minum air mineral Aqua. Pemaknaan ketakutan-ketakutan terhadap nilai-nilai yang dibangun dalam dunia kerja tersebut terutama yang berkaitan dengan nilai harga diri (*self-esteem*), dieksploitasi oleh iklan Aqua dalam sudut pandang yang berlebihan.

Sistem tanda *self-image* dalam dunia kerja yang dimunculkan melalui nilai-nilai profesionalisme dan formalitas ditampilkan melalui simulasi keadaan dunia kerja kantor yang bersentuhan langsung dengan *image* seseorang terhadap kesuksesan karirnya. Aktor utama dalam iklan terlibat dalam dunia *event organizer* (EO) yang dipercaya untuk mengemban tugas dalam penyambutan delegasi Jepang pada acara konvensi kebudayaan internasional yang sangat penting. Simulasi iklan menggambarkan keberadaan aktor utama yang mengalami kegagalan membangun *self-image* yang positif dikarenakan ketidakmampuan dirinya dalam berkonsentrasi mencerna perintah atasannya. Menurut James (dalam Seligman, 1996) terdapat dua elemen yang berpengaruh dalam membangun *self-esteem* dalam diri kita, yaitu seberapa baik kita merasa baik tentang diri kita (*pretensions*) dan seberapa baik kita benar-benar melakukannya (*success*), jika salah satu tidak berimbang maka sistem *image* yang ada dalam diri kita akan runtuh di mata masyarakat sekitar kita.

Pembangunan nilai-nilai dalam dunia kerja juga sangat erat kaitannya dengan konsep kesempurnaan diri manusia. Menurut J. Stroeber dan K. Otto (2006), terdapat dua dimensi perfeksionisme yaitu perjuangan perfeksionis dan masalah kesempurnaan. Masalah kesempurnaan atau yang diistilahkan oleh Stroeber dengan keprihatinan perfeksionistik memiliki ekspektasi yang tinggi dalam hal berusaha dan perhatian. Ia menambahkan bahwa seseorang dengan perfeksionisme tinggi dan berhasil menekan tingkat permasalahan perfeksionis dalam dirinya dapat menunjukkan keberhasilan dalam harga diri (*self-esteem*), kebersetujuan, kesuksesan akademis dan kesuksesan interaksi sosial. Dalam iklan Aqua nilai-nilai yang ditampilkan lebih banyak membicarakan tentang masalah perfeksionis, keprihatinan perfeksionis, nilai-nilai negatif dalam perfeksionisme. Iklan mengeksploitasi ketakutan-ketakutan konsumen terhadap akibat dari harga diri yang runtuh, kecemasan, dan depresi dalam dunia sosial dengan menanamkan nilai-nilai tersebut kedalam simulakra iklan. Bagaimana proses penandaan yang menjelaskan hal tersebut dapat dijelaskan pada gambar 9.



Gambar 12. Bangunan proses pembangunan pesan pada iklan Aqua.

Sistem tanda lainnya adalah sistem metabolisme tubuh manusia, khususnya sistem hidrasi pada diri manusia. Iklan ini meminjam sistem tanda hidrasi metabolisme tubuh manusia guna menunjukkan sejauh mana efeknya jika manusia kekurangan cairan tubuh. Hal ini dapat dilihat dari pilihan penanda teks yang dimunculkan diakhir iklan.

Dari kedua sistem tanda ini iklan Aqua mencoba merumuskan pesan *brand* dengan mengeksploitasi ketakutan-ketakutan yang ada pada diri manusia dengan cara-cara halus, Bourdieu mengistilahkan sebagai kekerasan simbolik (dalam Fashri, 2014). Melalui cara-cara simulasi iklan diartikulasikan dalam rangka membangun efek pesan yang hipereal, yang halusinatif sehingga tampak nyata. (*Hyper-reality*) sebuah realitas semu (Piliang, 1998 hal 225) — pencampuradukkan realitas dan kesemuan *imajiner* dalam satu operasional yang sama — (Callinicos, 1990 hal 223). Hiperealitas adalah sebuah efek yang dihasilkan dari model simulasi (Piliang, 2003 hal 134).. Umberto Eco dalam Piliang (2003) mengemukakan bahwa model hiperealitas ada dua katagori, yaitu 1) model *wax museum* dimana halusinasi membaurkan realitas sejarah dan fantasi, 2) model *ghost town* dimana halusinasi diciptakan secara total tanpa ada lagi perbedaan yang nyata dan fantasi sehingga fantasi dirasakan layaknya kenyataan.

Iklan Aqua diatas, membangun makna-makna konotatif yang ada di benak konsumennya dengan menyentuh hal-hal yang dekat dan ditakutkan oleh konsumen tersebut. Jargon '#adaAQUA', dimana dinarasikan bahwa jika kita tidak meminum produk Aqua ini maka akan menyebabkan dalam kondisi tidak fokus yang menimbulkan kondisi 'ZONK' seketika dalam berperilaku yang ini digambarkan akan mengakibatkan rusaknya *image* orang tersebut di lingkungan sosialnya. Sebuah kondisi yang digambarkan sangat berlebihan, bagaimana sebuah produk sangat berpengaruh kepada diri kita sehingga membuat kita ketergantungan terhadapnya. Pesan pada iklan Aqua ini mengeksploitasi ketakutan akan runtuhnya *image* diri kita terhadap lingkungan sosial kita dengan menampilkan dampak akibat ketidak-fokusan pada diri seseorang. Realitas ini direka ulang dengan pencampuradukkan realitas dampak ketidak-fokusan dan kesemuan imajiner khasiat produk Aqua dalam satu operasional yang sama, sehingga menyebabkan calon konsumen tidak sadar telah terjerumus ke dalam sebuah kondisi hiperealitas.

Kondisi hipereal tersebut di dukung oleh upaya iklan dalam membangun mitos yang

disampaikan, pengiklan mencoba menciptakan mitos bagaimana seseorang dapat menjadi bodoh seketika ketika ia tidak meminum Aqua disaat-saat yang penting. Aqua menjadi mitos penjaga kecerdasan seseorang. Ketika kita lihat lebih dalam, mengenai kenapa mitos tersebut dimunculkan dan bagaimana hubungannya dengan konsep pentingnya kesempurnaan dalam menjaga *self-image* khususnya dalam dunia kerja, hal tersebut akan dapat terjawab ketika kita melihat nilai ideologi yang melatarbelakanginya. Mitos Aqua sebagai minuman anti-‘ZONK’ dan nilai-nilai *self-image* merupakan sebuah penanda ideologi tertentu.

Melalui mitos yang diciptakan iklan menawarkan nilai-nilai ideologisnya secara halus/tak terasa. Barthes (2006,hal 307-312) menjelaskan bahwa mitos mempunyai 2 unsur yakni Forma dan Konsep, fungsi mitos yang utama menurutnya adalah untuk menanamkan konsep yang dibawanya dengan penekanan dan menahan kita untuk kritis dan memperbincangkannya. Lanjutnya mitos adalah sebuah wicara yang dijustifikasikan secara berlebihan. Forma mitos dalam iklan Aqua ini adalah ‘kondisi haus —walau seringan mungkin— dapat menyebabkan ‘ZONK’ seketika’, dimana forma ini dapat merepresentasikan sebuah nilai-nilai ideologis tertentu. Melihat bagaimana mitos ditampilkan dengan kondisi hipereal yang berlebih-lebihan, yang mana menurut Baudrillard kondisi tersebut erat kaitannya dengan hubungan-hubungan produksi, komunikasi dan konsumsi masyarakat, yang bercirikan over-produksi, over-komunikasi, dan over-konsumsi (Piliang, 1999 hal 83).

Konotator-mitos	Ideologi
Sr AQUA MENCEGAH ANDA 'ZONK' TIBA-TIBA	Sd Konsumerisme
S3	

Gambar 11. Relasi Ideologi dan Mitos yang ditampilkan pada iklan Aqua.

Kondisi yang ditampilkan oleh iklan Aqua dimana penggambaran kondisi khasiat produk Aqua yang dilebih-lebihkan agar konsumen mau membeli Aqua guna menghindari mitos diatas di jelaskan oleh Baudrillard (2015, hal 121 terj), dengan istilah “*Pendidikan tambahan*”. Pendidikan tambahan terjadi ketika dimana masyarakat menciptakan kebutuhan-kebutuhan baru yang menjadi sebuah siklus daur ulang, bagaimana pemenuhan kebutuhan pakaian tidak akan pernah cukup dikarenakan sebuah tren pakaian tertentu tiap periodenya dan hal itu terjadi hampir disetiap objek-kebutuhan manusia termasuk, mobil, *gadget* , makanan dan lain sebagainya. Hal ini terjadi pada dasarnya manusia dilahirkan sebagai *Homoeconomicus* . Objek-objek baru pemenuhan kebutuhan manusia mulai bermunculan sebagai jawaban atas kebutuhan yang berlimpah-ruah. Dalam kondisi kelimpah-ruahan objek tersebut, iklan memainkan perannya dalam mempersuasi calon konsumennya, termasuk dalam iklan Aqua ini.

SIMPULAN & REKOMENDASI

Melalui ilmu semiotika kita dapat membuka pengetahuan tentang bagaimana strategi desain pesan pada iklan yang lebih dalam dengan melihat dan

menganalisis tanda-tanda yang dimunculkan oleh iklan. Iklan Aqua menyampaikan pesan KONSUMERISME dengan cara-cara yang halus dan tidak terasa melalui rangkaian penandaan yang ditampilkannya. Strategi mengeksploitasi ketakutan pada diri konsumen menjadi modal utama iklan ini bekerja, dikonstruksi dengan bantuan cara-cara simulasi untuk meyakinkan seolah-olah nyata adanya. Iklan tvc Aqua ini menampilkan citra Aqua sebagai produk yang layak bahkan wajib dikonsumsi masyarakat dengan mengkomunikasikan mitos pada iklan. Mitos tentang Aqua sebagai produk yang menghindarkan masyarakat terhadap kondisi 'ZONK' dibangun dengan mengkonstruksikan dua sistem penandaan yang berbeda, yaitu antara sistem tanda metabolisme hidrasi tubuh dan sistem tanda tentang self-image seseorang. Kedua sistem tersebut direkonstruksikan melalui simulasi-simulasi kejadian yang dekat dengan kehidupan target pasarnya, diolah sedemikian rupa dengan teknik TVC yang nampak terlihat nyata dan mengaburkan realitas sehingga iklan tersebut nampak nyata dan penonton iklan tersebut terjebak dalam sebuah kondisi hipereal. Melalui kondisi hipereal tersebut realitas di distorsikan, sehingga pesan yang dibawa iklan nampak nyata dan natural. Iklan mengeksploitasi ketakutan-ketakutan manusia, memberi jawaban sempurna akan ketakutan-ketakutan tersebut dengan menyisipkan pesan KONSUMERISME untuk membeli produknya.

DAFTAR PUSTAKA

- Amirshahi, S. A., Redies, C., Denzler, J., & Hayn-Leichsenring, G. U. (2014). *Evaluating the Rule of Thirds in Photographs and Paintings*. *Art & Perception*, 2(1-2), 163-182. doi:10.1163/22134913-00002024
- Barthes, Roland. (2006). *Membedah Mitos-Mitos Budaya Massa: Semiotika atau Sosiologi Tanda, Simbol, dan Representasi*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Baudrillard, Jean. (2015). *Masyarakat Konsumsi*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Callinicos, Alex. (2008). *Menolak Posmodernisme*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Danesi, Marcel. (2002). *Understanding Media Semiotics*. New York: Arnold.
- Fashri, Fauzi. (2014). *Pierre Bourdieu: Menyingkap Kuasa Simbol*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Piliang, Yasraf. (1999). *Hiper-realitas Kebudayaan*. Yogyakarta: LKiS.
- _____. (1999). *Sebuah Dunia Yang Dilipat*. Yogyakarta: Jalasutra.
- _____. (2003). *Hipersemiotika: Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna*. Yogyakarta: Jalasutra.
- _____. (2004). *Dunia Yang Berlari: Mencari Tuhan-Tuhan Digital*. Jakarta: Grasindo.
- Rivers, William, Jay Jensen, and Theodore Peterson. (2004). *Media Massa & Masyarakat Modern*. Edisi Kedua. Jakarta: Prenada Media.
- Tinarbuko, Sumbo. (2009). *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Thwaites, Tony., Davis Lloyd, and Mules Warwick. (2011). *Introducing Cultural and Media Studies: Sebuah Pendekatan Semiotik*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Stoeber, J., & Otto, K. (2006). *Positive conceptions of perfectionism: Approaches, evidence, challenges*. *Personality and Social Psychology Review*, 10, 295-319.
- Williamson, Judith. (2007). *Decoding Advertisements: Membedah Ideologi dan Makna Dalam Periklanan*. Yogyakarta: Jalasutra.

ANALISIS APLIKASI DESAIN *STREET SIGNAGE* PADA FASILITAS PUBLIK DI KOTA BANDUNG

ANALYSIS OF STREET SIGNAGE DESIGN APPLICATION IN PUBLIC FACILITIES IN BANDUNG

Budi Setiawan

Interior Design Department, School of Design, Bina Nusantara University

e-mail: bsetiawan@binus.edu

Abstrak

Sebagai salah satu Kota Desain UNESCO, Bandung berkomitmen untuk mengembangkan fasilitas-fasilitas publiknya yang berbasis desain dan kreativitas. Selain penyelenggaraan acara-acara yang berhubungan dengan ekonomi dan wirausaha kreatif, pembangunan fasilitas sosial dan fasilitas umum berupa pembenahan taman-taman kota, penataan trotoar dan fasilitas lainnya juga berkembang pesat. Tema street signage diambil sebagai bahan penelitian didasarkan keberadaan sebagai salah satu perangkat utama ruang publik dan fasilitas kota yang menjadi faktor indikator penting akan kualitas ruang publik kotanya. Oleh karena itu perlu adanya analisa mengenai aplikasi street signage yang tepat dan terpadu sesuai dengan kapasitas kota sebagai kota desain dunia. Penelitian ini akan membahas keberadaan street signage di titik-titik strategis Bandung yang menjadi pusat pengembangan kreativitas kota Bandung dalam konteksnya sebagai *City of Design*. Metode penelitian yang diambil adalah *Visual Environment Research* dengan melakukan studi lapangan, observasi, dan studi literatur. Diharapkan penelitian ini memberikan kontribusi terhadap strategi desain maupun inovasi sosial terhadap kota-kota lain di Indonesia.

Kata Kunci: *Creative City, Street Signage, Kreativitas, Desain*

Abstract

As one of UNESCO Design City, Bandung is committed to develop its design-based public facilities and creativity, including revamping of city parks, arrangement of sidewalks and other public facilities. Street signage theme is taken as research material, based by existence as one of the main tools in public space and facilities, which become an important indicator public space quality of the city. Therefore it is necessary to have an appropriate analysis of the street signage application and

integrated in accordance with its capacity as a world design city. This research will examine the existence of street signage at Bandung strategic points in its context as City of Design. The research method is taken from Visual Environment Research to conduct a field study, observation, and literature study. It is expected that this research can contribute to the design strategy and social innovation for other cities in Indonesia.

Keywords: *Creative City, Street Signage, Creativity, Design*

PENDAHULUAN

Perkembangan Bandung dalam bidang ekonomi kreatif dan desain sangat pesat dalam kurun waktu 10 tahun terakhir, ditandai dengan intensi pemerintah yang sangat kuat untuk mewujudkan Bandung sebagai kota kreatif yang dapat menjadi contoh kota-kota lain di Indonesia yang tentunya juga akan menjadi kemajuan bagi keseluruhan perkembangan Indonesia. Intensi ini ditunjukkan dengan berdirinya forum-forum pendukung ekonomi kreatif seperti *Bandung Creative City Forum* yang mewadahi komunitas-komunitas kreatif dan aktif mengembangkan strategi *branding* juga kegiatan yang bersifat kreatif baik berupa *event* dan acara komunitas, maupun bersifat fisik berupa pembangunan fasilitas umum berbasis kreatif dan desain.

Pencanangan Bandung sebagai Kota Desain (*City of Design*) oleh UNESCO pada tahun 2015 menjadi awal keberhasilan usaha kreatif yang telah dirintis sebelumnya baik oleh organisasi terkait yang didukung oleh pemerintah yang kemudian dilanjutkan dengan aktif oleh pemerintahan kini.

Sebagai salah satu Kota Desain UNESCO, Bandung berkomitmen untuk mengembangkan fasilitas-fasilitas publiknya yang berbasis desain dan kreativitas. Selain penyelenggaraan acara-acara berhubungan dengan ekonomi dan wirausaha kreatif, pembangunan fasilitas sosial dan fasilitas umum berupa pembenahan taman-taman kota, penataan trotoar dan fasilitas lainnya juga berkembang pesat. Titik-titik strategis untuk pengembangan desain kota ditandai oleh pembuatan *Bandung Creative Hub* yang nantinya akan tersebar di sekitar 30 titik yang akan menjadi *Simpul Space*, berupa ruang publik untuk mewadahi kegiatan bersifat kreatif warga dan komunitas yang dilengkapi oleh fasilitas publik yang memadai.

Tema *Street signage* diambil sebagai bahan penelitian didasarkan oleh keberadaan sebagai salah satu perangkat utama dalam ruang publik dan fasilitas kota yang menjadi faktor indikator penting akan kualitas ruang publik kota baik dalam segi estetis dan fungsinya (Stefania et al., 2010). Oleh karena itu perlu adanya analisa mengenai aplikasi *street signage* yang tepat dan terpadu sesuai dengan kapasitas kota sebagai kota desain dunia. Penelitian ini akan menganalisis keberadaan *street signage* di titik-titik strategis Bandung yang menjadi pusat pengembangan kreativitas kota Bandung dalam konteksnya sebagai *City of Design*. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi masukan awal untuk pembentukan sebuah *guidelines* atau pedoman bagi kota-kota lain di Indonesia untuk menciptakan kota-kota yang ramah desain dan nyaman bagi penggunaanya.

KAJIAN TEORI

Creative City

Istilah *creative city* atau kota kreatif bukanlah istilah baru dalam ilmu urban *planning*. Konsep kota kreatif ini muncul sebagai alternatif solusi terhadap permasalahan urban dari segi desain dan kreativitas yang sedang dihadapi oleh kota-kota besar di dunia pada saat menghadapi perubahan global akibat krisis ekonomi yang pada saat itu melanda kota-kota besar di Eropa. Perubahan mendasar adalah peralihan pemikiran mengenai bagaimana industri bekerja. Industri lama dari area abad 19 dan 20 berpegang erat pada materialis, *mass industry*, keilmuan dan teknologi, sedangkan budaya industri baru diawal abad 21 bergerak ke arah keilmuan melalui kreativitas dan inovasi. Berdasar inilah perlu ditanamkan pemikiran berbasis kreativitas ke segala bidang perkotaan. Tantangannya adalah bukan mengganti seluruh ideologi pemikiran ke arah itu namun bagaimana menggabungkan pemikiran baru dengan yang sudah ada menjadi sebuah paradigma baru dalam penataan kota (Charles, 2008). Beberapa tahapan penting yang perlu dilakukan sebuah kota untuk menjadi kota kreatif adalah:

- ***Removing Obstacles To Creativity***
Sebelum mulai membangun lingkungan binaan yang kreatif, penggagas perlu mengidentifikasi hambatan-hambatan yang ada berupa birokrasi, pemikiran jangka pendek oleh politisi kota pada umumnya, dominasi kekuasaan pembangunan fasilitas publik oleh satu organisasi, dan sistem baku yang ditetapkan oleh pelaku kebijakan kota yang tidak fleksibel dan hanya terpaku pada teknologi dan pemikiran satu arah. Hambatan-hambatan tersebut sangat penting untuk dihapuskan mengingat langkah pertama untuk mengubah lingkungan adalah mengubah *mindset*.
- ***Laying The Foundations For A Creative Milieu***
Setelah hambatan disingkirkan, perlu menyiapkan pondasi pemikiran yang kuat untuk membangun lingkungan baru yang berbasis kreativitas. Ada beberapa langkah yang dapat dijadikan pedoman untuk mengembangkan lingkungan binaan yang berbasis kreatif dan inovasi antara lain:
 - *Reshaping the city*
 - *Presenting urban comestics and theatrical illusions*
 - *The marriage of old and new*
 - *Creating genius loci*

Street Signage

Sebagai bagian dari area publik kota, keberadaan *street furniture* tidak dapat dilepaskan dari tahapan perancangan kota. *Street furniture* dengan keberadaannya secara fisik dalam lingkungan binaan kota menjadi bagian dari estetika kota dan berhubungan secara langsung dengan manusia penggunaanya (Harvey, 1992). Terminologi *street furniture* menurut *Online Oxford Dictionaries: Object placed or fixed in the street for public use, such as postboxes, roadsigns and benches*. *Street*

furniture mencakup elemen fisik dalam *landscape* perkotaan seperti: kotak telepon umum, lampu taman dan jalan, kursi taman, boks tanaman, rambu lalu lintas, penunjuk jalan, kamera CCTV, pembatas jalan, dinding pembatas bangunan, *railings*, *signage*, taman, *fountains*, halte bis, patung, dan monumen. Dalam kontribusinya terhadap pembentukan identitas kota, kualitas dan pengaturan letak *street furniture* dalam ruang publik kota menjadi penanda kualitas ruang urban kota (Mathew, 2010).

Pada penelitian ini akan difokuskan pada salah satu elemen fisik *street furniture* yaitu *signage*. Penempatan *street signage* yang tepat dapat membawa penggunaannya untuk menikmati ruang publik yang berkualitas dan nyaman. *Street signage* pun harus didesain untuk memenuhi kebutuhan seluruh penggunaannya, termasuk anak-anak, kaum disabilitas, dan manula (Elizabeth & Lynne, 2006). Beberapa kriteria yang perlu diperhatikan dalam merancang *street signage* yang berkualitas (Gokcen, 2013):

- **Penempatan Street Signage**
Penempatan *street signage* harus berdasarkan fungsinya, dan berhubungan dengan karakter area dimana objek berada. Objek harus tersebar merata pada area tersebut sesuai dengan fungsi masing-masing.
- **Desain Berdasarkan Keamanan**
Konstruksi yang digunakan harus menggunakan material yang aman dan didesain untuk mencegah cedera bagi penggunaannya dengan menghindari sudut-sudut tajam dan baut yang menonjol. Konstruksi biasanya ditanam ke lantai atau tanah menggunakan *anchor bolts*. Tipe *street signage* dan peletakkannya harus mempertimbangkan jarak pandang dan visibilitas, pencahayaan dan kemudahan diakses untuk seluruh penggunaannya.
- **Material dan Warna yang Digunakan**
Material yang tahan cuaca dan durabilitas yang kuat menjadi kriteria utama dalam pembuatan objek *street signage*. Desain yang ideal adalah yang mempertimbangkan kekuatan, bentuk yang sederhana, material lokal, dan warna netral seperti hitam, abu-abu, nuansa natural dengan aksen warna cerah. Material yang paling sering digunakan adalah besi baja dan kayu, dimana variasi penggunaan material berkembang ke batu, semen dan beton, plastik daur ulang dan material lain dengan durabilitas tinggi terhadap cuaca dan vandalisme karena peletakkannya di area *outdoor* dan dapat diakses luas oleh umum.

Bandung sebagai Proyek Percontohan Kota Kreatif di Asia Pasifik

Pada tahun 2008 dalam pertemuan internasional yang diselenggarakan oleh *British Council*, kota Bandung mendapat penghargaan sebagai proyek percontohan kota kreatif di wilayah Asia Pasifik. Penunjukan ini didasarkan kepada potensi industri kreatif kota Bandung yang berkembang pesat selama 10 tahun terakhir. Kota Bandung yang mayoritas warganya merupakan kalangan muda berusia dibawah 40 tahun dengan banyaknya institusi pendidikan tinggi yang berkualitas menempatkan kota ini menjadi kota dengan potensi industri kreatif yang besar

(Dana, 1990). Ridwan Kamil, walikota Bandung yang pada saat itu adalah salah satu tokoh kreatif sebelumnya mengajukan kota Bandung untuk menjadi kandidat dalam acara internasional tersebut berdasarkan fakta-fakta diatas. Penunjukan ini merupakan titik awal dari perkembangan kota Bandung sebagai salah satu kota desain dan kreatif yang konsisten dalam mengembangkan kedua potensi tersebut dalam segala aspek kotanya. Ridwan Kamil pun menjadi salah satu penggagas proyek Bandung *Creative City* yang menebarkan semangat kreativitas ke seluruh kalangan, baik anak mudanya maupun pemerintah kota nya untuk mendukung dari segi kebijakan dan pemetaan desain kawasan kota. Langkah besar selanjutnya adalah kolaborasi antara pemerintah Kota Bandung, *British Council*, *Forum Event Bandung* dan *Bandung Creative City Forum* yang baru dibentuk pada saat itu sebagai wadah untuk menampung aspirasi lintas komunitas kreatif di Bandung. Kerjasama ini menghasilkan program-program kreatif seperti Gelar Festival pada tahun 2008 dan 2009, berupa rangkaian kegiatan festival kota yang bertujuan untuk menonjolkan berbagai potensi ekonomi kreatif yang berkembang di kota Bandung, dimana program-program ini semakin menonjolkan identitas kota Bandung sebagai kota yang penuh semangat kreativitas dan desain (Ridwan, 2008).

METODOLOGI

Penelitian ini menganalisa variabel-variabel yang berhubungan dengan kriteria Bandung sebagai salah satu kota desain dunia. Data primer akan dikumpulkan menggunakan metode kualitatif dan data sekunder akan dikumpulkan melalui penelitian-penelitian terdahulu, buku, artikel dan lain-lain. Adapun langkah-langkah pengumpulan data yang akan dilakukan adalah sebagai berikut:

- Pengumpulan data sekunder dari buku, jurnal, artikel dan acuan lain yang berhubungan dengan bidang ilmu urban dan *street signage*.
- Pengumpulan data primer tahap pertama, yaitu wawancara dengan pihak-pihak otoritas pemerintah Kota Bandung yang berhubungan dengan kebijakan terkait kreativitas dan pemetaan desain *street signage* pada area publik di Bandung. Data-data kualitatif mengenai kebijakan-kebijakan tersebut dikumpulkan melalui wawancara semi *structured* dan pengumpulan literatur pada instansi terkait.
- Dari hasil pengumpulan data primer tahap pertama, diharapkan akan mendapat gambaran mengenai titik-titik strategis pengembangan kreativitas dan desain pada area publik kota sehingga tim peneliti dapat mulai melakukan pengumpulan data primer tahap kedua, yaitu survey terhadap titik-titik strategis yang dianggap dapat mewakili identitas Bandung sebagai UNESCO's *City of Design*.

Penelitian ini menggunakan metode *Visual Environment Research* (Henry, 1991), dimana metode ini merupakan metode riset dan perencanaan yang menekankan pada aspek-aspek visual pada lingkungan publik kota. Dalam pemetaan kriteria dan karakteristik kota desain akan dianalisa faktor-faktor apa saja yang menjadi penentu dan bagaimana pengaplikasian desain pada *street signage* yang ada pada area publik kota, studi kasus yaitu Bandung. Penelitian ini dilakukan dengan

studi lapangan dan observasi di tiga area yaitu jalan, ruang komunal, dan taman dikarenakan ketiga area ini merupakan area strategis yang membutuhkan informasi yang komunikatif bagi penggunaannya. Lokasi yang dipilih adalah jalan Asia Afrika, ruang komunal Alun – Alun Cicendo, dan Taman Lansia yang merupakan pusat keramaian dan lokasi strategis di Kota Bandung. Untuk studi literatur dilakukan pengumpulan data – data terkait terhadap aplikasi *street signage* pada fasilitas publik di Kota Bandung.

Dari hasil analisa data, peneliti akan memetakan kriteria sebuah kota desain yang nantinya akan diaplikasikan menjadi sebuah pedoman sederhana mengenai karakteristik kota desain dan kriteria apa saja yang dapat menjadi panutan untuk diaplikasikan ke kota lain di Indonesia sebagai *pilot project*.

PEMBAHASAN

Street Signage Pada Jalan Kota Bandung

Analisis penelitian ini difokuskan pada salah satu elemen *street furniture* yaitu *signage* di fasilitas umum dan akan dianalisis berdasarkan kriteria dan lokasinya. Fasilitas *signage* menjadi elemen penting dalam ruang publik (David, 2009), dirancang tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi dan informasi tetapi juga sebagai pendukung keindahan kota Bandung. Penelitian ini akan menganalisis fasilitas *signage* di tiga lokasi yang juga dikategorikan dalam tiga aspek untuk mendefinisikan unsur-unsurnya dalam hal desain, penempatan, serta material dan warna.

Jalan

Penelitian ini memilih jalan Asia Afrika dikarenakan pada jalan tersebut memiliki nilai sejarah dan termasuk jalan tersibuk dan ikonik di kota Bandung.



Gambar 1 Desain Street Signage di Jalan Asia Afrika, Bandung
(Sumber: Setiawan, 2019)

a. Desain

1. Berdasarkan Faktor Estetika

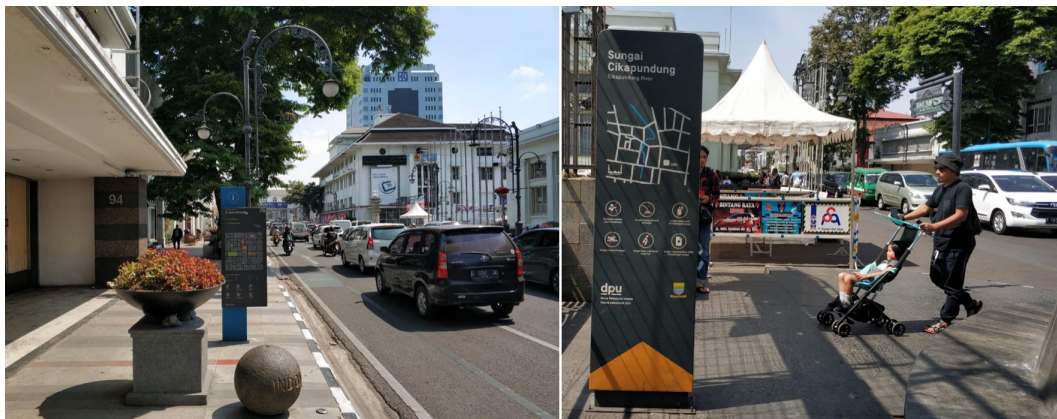
Dari sisi estetika, desain *signage* ini memiliki bentuk yang sederhana dengan menggunakan bentuk geometris. Terdapat dua buah desain *signage* dimana salah satu *signage* memiliki bentuk saling tumpang tindih yang menunjukkan arah jalan dan objek wisata di sekitar area. *Signage* lainnya menunjukkan jalur sungai dan objek wisata di sekitar area tersebut. Selain itu ada kesamaan dari kedua *signage* tersebut, masing-masing memuat aturan dan regulasi yang berlaku di area sekitar Jalan Asia Afrika, Bandung.

2. Desain Berdasarkan Faktor Keamanan

Kriteria ini sangat penting untuk sebuah fasilitas publik. Desain *signage* dirancang dengan ukuran dan proporsi yang sesuai dengan tinggi pejalan kaki (seluruh usia, kalangan dan penyandang disabilitas) serta terletak di jalur trotoar sehingga pengguna dapat mengakses *signage* dengan mudah.

b. Penempatan *Street Signage*

Lokasi dari *signage* tersebut berada jalan protokol di pusat kota Bandung yakni di Jalan Asia Afrika. Pengunjung pada area ini sangat ramai karena selain terletak di jalan utama, juga dekat dengan Alun-Alun Bandung. *Signage* ini memiliki posisi yang sangat strategis yang mudah dijangkau oleh pengguna dalam mencari informasi yang dibutuhkan secara tertulis.



Gambar 2 Lokasi Penempatan *Street Signage* di Jalan Asia Afrika, Bandung
(Sumber: Setiawan, 2019)

c. Warna dan Material

Signage terbuat dari rangka besi yang dilapis dengan ACP yang banyak digunakan sebagai material *outdoor*. Material ini digunakan dengan pertimbangan tahan cuaca dan memiliki durabilitas yang kuat. Sedangkan untuk media informasinya menggunakan teknik grafir laser dan finishing cat. Untuk warna yang digunakan menggunakan warna netral seperti hitam atau abu-abu tua dengan aksen tulisan warna cerah dengan mempertimbangkan jarak pandang dan visibilitas, pencahayaan serta kemudahan dalam melihat/membaca gambar/tulisan regulasi yang tertera pada *signage*.

Ruang Komunal

Penelitian ini memilih Alun-Alun Cicendo, yang telah menjadi salah satu ciri khas Bandung dan ruang komunal kota. Banyak kegiatan acara kreatif dan seni diadakan di daerah ini sebagai wujud perhatian pemerintah untuk memperindah ruang komunal ini.



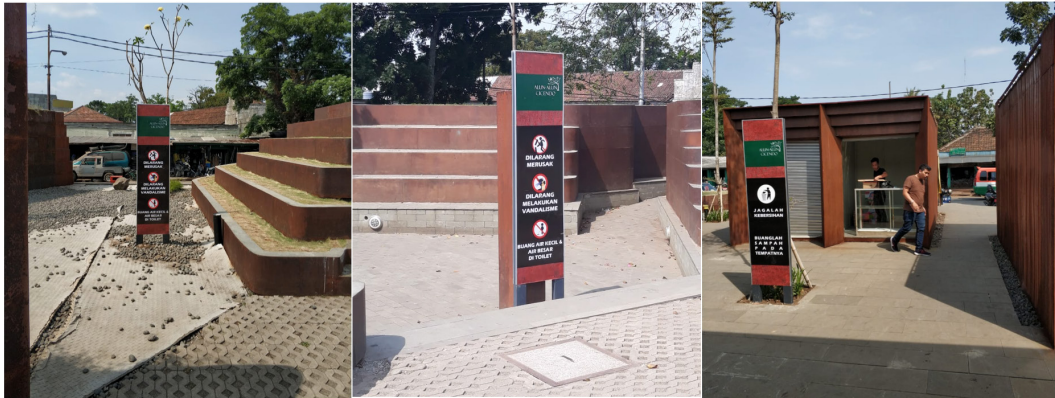
Gambar 3 Desain *Street Signage* di Alun-Alun Cicendo, Bandung
(Sumber: Setiawan, 2019)

a. Desain

1. Berdasarkan Faktor Estetika
Dari sisi estetika, desain *signage* ini memiliki desain yang sederhana. Terdapat dua buah desain *signage* yang memiliki desain yang saling menyerupai. Dimana desain *signage* tersebut berisikan nama lokasi dan masing-masing memuat aturan dan regulasi yang berlaku di area Alun-Alun Cicendo tersebut.
2. Desain Berdasarkan Faktor Keamanan
Kriteria ini sangat penting untuk sebuah fasilitas publik. Desain *signage* dirancang dengan ukuran dan proporsi yang sesuai dengan tinggi pejalan kaki (seluruh usia, kalangan dan penyandang disabilitas) serta terletak di jalur trotoar sehingga pengguna dapat mengakses *signage* dengan mudah.

b. Penempatan *Street Signage*

Signage terletak di dalam area Alun-Alun Cicendo yang memiliki luasan yang cukup besar. Umumnya, pengunjung sangat ramai pada pagi dan sore hari karena Alun-Alun Cicendo merupakan area terbuka ruang publik sehingga cukup panas pada siang hari. *Signage* ini memiliki posisi yang sangat strategis yang mudah dijangkau oleh pengguna dalam mencari informasi yang dibutuhkan secara tertulis.



Gambar 4 Lokasi Penempatan *Street Signage* di Alun-Alun Cicendo, Bandung
(Sumber: Setiawan, 2019)

c. Warna dan Material

Signage terbuat dari rangka besi yang dilapis dengan ACP yang banyak digunakan sebagai material *outdoor*. Material ini dipilih dengan pertimbangan tahan cuaca dan memiliki durabilitas yang kuat. Sedangkan untuk media informasinya menggunakan sticker printing dengan menggunakan warna hitam, coklat dan hijau sebagai *background* dan aksentulisan warna putih sebagai pertimbangan jarak pandang dan visibilitas, pencahayaan serta kemudahan dalam melihat/membaca gambar/tulisan regulasi yang tertera pada *signage*.

Taman Umum

Penelitian ini memilih Taman Lansia sebagai objek penelitian utama untuk kategori ini karena ukurannya yang cukup besar dan dapat dianggap sebagai taman umum karena memiliki banyak fasilitas lain seperti toilet, mushola, dan area bermain anak-anak.



Gambar 5 Desain *Street Signage* di Taman Lansia, Bandung
(Sumber: Setiawan, 2019)

a. Desain

1. Berdasarkan Faktor Estetika

Dari sisi estetika, desain *signage* ini memiliki desain yang sederhana. Dimana terdapat kesamaan dari desain *signage* ini yang berisikan

informasi akan fasilitas taman dan himbauan/ajakan kepada pengunjung taman untuk menjaga kelestarian Taman Lansia.

2. Desain Berdasarkan Faktor Keamanan

Kriteria ini sangat penting untuk sebuah fasilitas publik terutama sebuah taman yang banyak dikunjungi oleh pengunjung berusia lanjut. Desain *signage* dirancang dengan ukuran dan proporsi yang sesuai dengan tinggi pejalan kaki (seluruh usia, kalangan dan penyandang disabilitas) serta terletak di jalur trotoar sehingga pengguna dapat mengakses *signage* dengan mudah.

b. Penempatan *Street Signage*

Signage terletak di dalam area Taman Lansia yang memiliki luasan yang cukup besar. Umumnya, pengunjung sangat ramai pada pagi dan sore hari karena Taman Lansia merupakan area terbuka ruang publik sehingga cukup panas pada siang hari. Namun karena pada area ini banyak terdapat penghijauan yang baik, tidak menutup kemungkinan juga pengunjung datang pada siang hari. *Signage* ini memiliki posisi yang sangat strategis yang mudah dijangkau oleh pengguna dalam mencari informasi yang dibutuhkan secara tertulis.

c. Warna dan Material

Signage terbuat dari rangka besi *hollow* dan plat besi yang dilapis *cat outdoor*. Material ini dipilih dengan pertimbangan tahan cuaca dan memiliki durabilitas yang kuat. Sedangkan untuk media informasinya menggunakan material plat besi yang dilapisi *sticker printing outdoor* dengan menggunakan sebagian besar *background* warna hitam dengan tulisan warna kuning ataupun *background* warna kuning dengan tulisan hitam sebagai pertimbangan kontras warna untuk memberikan kenyamanan jarak pandang dan visibilitas, pencahayaan serta kemudahan dalam melihat/membaca gambar/tulisan regulasi yang tertera pada *signage*.

SIMPULAN & REKOMENDASI

Perkembangan Bandung dalam bidang ekonomi kreatif dan desain sangat pesat dalam kurun waktu 10 tahun terakhir, ditandai dengan intensi pemerintah yang sangat kuat untuk mewujudkan Bandung sebagai kota kreatif yang dapat menjadi contoh kota-kota lain di Indonesia yang tentunya juga akan menjadi kemajuan bagi keseluruhan perkembangan Indonesia. Salah satunya ditandai dengan pembangunan fasilitas sosial dan fasilitas umum berupa pembenahan taman-taman kota, penataan trotoar dan fasilitas lainnya yang juga berkembang pesat.

Tema *street signage* diambil sebagai bahan penelitian didasarkan oleh keberadaan sebagai salah satu perangkat utama dalam ruang publik dan fasilitas kota yang menjadi faktor indikator penting akan kualitas ruang publik kotanya. Oleh karena itu perlu adanya analisa mengenai aplikasi *street signage* yang tepat dan terpadu sesuai dengan kapasitas kota sebagai kota desain dunia. Dari analisis di atas dapat dilihat bahwa meskipun Bandung memiliki berbagai tema taman, ikon jalanan dan ruang komunal, mereka memiliki desain tematik sendiri mengikuti tema lokasinya, tetapi sebagian besar masih cukup umum dan belum adanya

penyeragaman dengan sentuhan yang *modern*. Kecenderungan ini menunjukkan bahwa dari desain furnitur jalanan harus bijaksana karena harus memperhatikan dan menunjukkan desain yang menyatukan tema lokasinya. Beberapa lokasi sudah memiliki desain yang cukup baik tetapi belum terimplementasi secara desain keseluruhan dari lokasi tersebut.

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap strategi desain maupun inovasi sosial dan dapat menjadi masukan awal untuk pembentukan sebuah *guidelines* atau pedoman bagi kota-kota lain di Indonesia untuk menciptakan kota-kota yang ramah desain dan nyaman bagi penggunaanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Charles, L. (2008). *The Creative City – A Toolkit for Urban Innovators*, 2nd edition. United Kingdom: Routledge.
- Dana, DW. (1990). *Ciri Perancangan Kota Bandung*. Jakarta: Gramedia.
- David, G. (2009). *The Wayfinding Handbook: Information Design for Public Places*. New York: Princeton Architectural Press.
- Elizabeth, B. and Lynne, M. (2006). *Inclusive Urban Design: Streets For Life*. United Kingdom: Routledge.
- Gokcen, FY. (2013). Street Furniture and Amenities : Designing the User-Oriented Urban Landscape. *IN Tech Open Journal*.
- Harvey, MR. (1992). *Pedestrian Mall, Streetscapes & Urban Space*. New York: John Wiley & Sons Inc.
- Henry, S. (1991). *Visual Research Methods in Design*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Mathew, C., Steve, T., Tim, H., and Taner, OC. (2010). *Public Places - Urban Spaces*. United Kingdom: Elsevier Ltd.
- Ridwan, K. (2008). *Memimpikan Bandung menjadi Kota Dunia*. <https://ridwankamil.wordpress.com/2008/10/02/memimpikan-bandung-menjadi-kota-dunia/>
- Stefania, B., Luca, MV., Laurel, A., and John, F.S. (2010). Symbiotic Postures of Commercial Advertising and Street Art. *Journal of Advertising*, 113-126.

STUDI DESAIN HALTE BUS DAN PERILAKU MASYARAKAT URBAN DI WILAYAH DKI JAKARTA (STUDI KASUS: HALTE PALMERAH, HALTE ISTORA MANDIRI, HALTE FX-SUDIRMAN)

STUDY OF SHELTER BUS DESIGN AND URBAN COMMUNITY BEHAVIOUR IN DKI JAKARTA (CASE STUDY : PALMERAH SHELTER BUS, ISTORA MANDIRI SHELTER BUS, FX-SUDIRMAN SHELTER BUS

Amarena Nediari

Program Studi Desain Interior, School of Design, Bina Nusantara University

e-mail: anediari@binus.edu

Abstrak

Keberadaan halte bus di ibu kota DKI Jakarta telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat urban yang berfungsi memenuhi kebutuhan akan ruang tunggu di jalan raya. Halte menjadi titik pertemuan bagi pengguna serta penyedia jasa transportasi umum baik yang konvensional seperti *busway*, *feeder busway*, taksi juga transportasi umum berbasis online seperti ojek *online* dan taksi *online*. Halte bus di wilayah DKI Jakarta belum memiliki standarisasi desain. Hal ini memberikan peluang bagi pemerintah DKI Jakarta untuk dapat menata kembali keberadaan dan fungsi halte sebagai fasilitas umum. Saat ini halte bus dimanfaatkan oleh berbagai pihak untuk berbagai kepentingan. Perilaku pengguna halte bus berdampak terhadap lingkungan di sekitar halte yang menjadi tidak teratur, tidak tertib terutama pada waktu tertentu seperti jam masuk kerja dan jam pulang kerja. Hal yang menarik untuk dipelajari lebih lanjut adalah bagaimana perilaku pengguna memanfaatkan halte tidak hanya sebagai tempat menunggu, namun juga

sebagai media bertransaksi untuk kepentingan individu. Pengumpulan data dilakukan melalui pengamatan terhadap pengguna halte, mengunjungi lokasi halte serta mendokumentasikan aktifitas di halte bus dan sekitarnya dilanjutkan dengan analisa dan kesimpulan merupakan metode penelitian yang dilakukan. Artikel ini diharapkan dapat memberikan referensi akan desain halte bus agar memiliki fungsi sebagaimana mestinya dalam memenuhi kebutuhan masyarakat urban di wilayah DKI Jakarta.

Kata Kunci: Halte bus, masyarakat urban, desain, perilaku

Abstract

The existence of shelter bus in the capital city of DKI Jakarta has become part of the lives of urban communities to meet the need for waiting rooms on the road. Shelter bus become a meeting point for users and providers of both conventional public transportation services such as busways, busway feeders, taxis as well as online-based public transportation such as online motorcycle taxis and online taxis. Shelter bus in DKI Jakarta area do not yet have design standards. This provides an opportunity for the DKI Jakarta government to be able to reorganize the existence and function of bus stops as public facilities. Nowadays, shelter bus are used by various parties for various purposes. The urban community behavior as the users has an impact on the environment around shelter bus that become irregular, disorderly, especially at certain times such before office and after office hours. Furthermore it is an interesting thing to learn how is the user's behavior utilizes the bus stop not only as a place to wait, but also as a medium for transactions for individual interests. Data collection is carried out through observation of the users of shelter bus, visiting shelter bus locations and documenting activities at shelter bus and the surrounding areas followed by analysis and conclusions as a research method. This article is expected to provide a reference for shelter bus design so that it has the proper function to meet the needs of urban communities and improve the quality of environment in DKI Jakarta area.

Keywords: shelter bus, urban society, design, behavior

PENDAHULUAN

Perkembangan moda transportasi umum di DKI Jakarta, memberikan beberapa alternatif bagi pengguna jasa transportasi umum dalam mencapai tujuan. Beragam moda transportasi yang sudah tersedia di wilayah DKI Jakarta seperti transjakarta yang dikelola oleh PT. Transportasi Jakarta, Kereta Rel Listrik (KRL) komuter yang dikelola oleh PT KAI Indonesia, serta Moda Raya Transportasi (MRT) Jakarta yang dikelola oleh PT. MRT Jakarta telah dimanfaatkan dengan baik oleh masyarakat urban. Hal ini juga didukung oleh perkembangan aplikasi *online* yang juga merambah di bidang penyedia jasa transportasi umum berupa ojek *online* untuk

jarak dekat maupun taksi *online* untuk kenyamanan pengguna dengan jarak jauh maupun dekat. Banyaknya kemudahan dalam mengakses transportasi umum, memberikan kesempatan bagi pihak Pemerintah DKI Jakarta untuk dapat menata kembali keberadaan fasilitas umum yang mendukung moda transportasi umum salah satunya yaitu halte bus. Upaya dalam melakukan penataan kembali halte bus di wilayah DKI Jakarta, baru terlihat di wilayah jalan protokol DKI Jakarta yaitu di sepanjang Jl. Jend. Sudirman, Jakarta Pusat.

Pengertian halte dalam kamus besar bahasa Indonesia adalah perhentian kereta api, trem, atau bus (biasanya mempunyai ruang tunggu yang beratap, tetapi lebih kecil daripada stasiun) (KBBI, 2019). Halte bus merupakan tempat untuk menunggu berupa ruang dengan luasan tertentu dan memiliki penutup di atasnya sehingga pengguna terlindungi dari hujan maupun sinar matahari. Keberadaan ruang pelindung di jalan raya sangatlah dibutuhkan di wilayah DKI Jakarta, mengingat cuaca di negara tropis memiliki dua musim yang ekstrim yaitu musim kemarau dan musim penghujan. Pengguna halte bus pada umumnya adalah para pengguna jasa transportasi umum seperti bus, angkutan kota (*angkot*), ojek dan taksi.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik, 2019 jumlah penduduk di wilayah DKI Jakarta adalah 10.6 juta jiwa dengan jumlah penduduk usia produktif yaitu usia 15-64 tahun mencapai 7.5 juta jiwa (Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta, 2019). DKI Jakarta merupakan kawasan perkotaan (urban) dengan kegiatan utama bukanlah pertanian dan mata pencaharian bagi masyarakat ini adalah di bidang perdagangan dan industri. Masyarakat urban merupakan sasaran utama dari beragam aplikasi berbasis *online*. Di era digital ini, penyedia jasa transportasi berbasis *online* banyak memberikan keuntungan bagi masyarakat urban yang mengutamakan waktu dalam berbagai hal. Tersedianya jasa transportasi berbasis *online* memberikan banyak kemudahan bagi masyarakat urban dalam mencapai tujuan, dan keberadaan halte bus masih dimanfaatkan oleh para ojek *online* ataupun taksi *online* sebagai titik pertemuan antara pemesan dan pengendaranya. Pengamatan terhadap suatu perilaku dapat membantu arsitek/desainer untuk mengerti preferensi pengguna karena secara tidak langsung preferensi terlihat dari perilaku. Dalam hal ini apabila kemampuan pengguna meningkat maka penggunaan lingkungan menjadi semakin luas (Laurence, 2004). Masyarakat urban memiliki ciri-ciri berikut memiliki kehidupan keagamaan yang kurang, dapat mengurus diri tanpa bergantung dengan orang lain, rasional, interaksi yang dilakukan berdasarkan kepentingan pribadi. Aspek transportasi turut mempengaruhi perkembangan kota yang tercermin dari bentukan fisik perkotaan yang mengemban fungsi tertentu, hal ini untuk mendukung mobilitas dari masyarakat urban yang lebih dinamis daripada masyarakat pedesaan. (Jamaludin. Nasrullah, 2017)

Desain halte bus memiliki perkembangan yang cukup menarik untuk diteliti. Dijumpainya beragam desain halte bus di wilayah DKI Jakarta memperlihatkan bahwa DKI Jakarta belum memiliki standar desain yang baku untuk diterapkan di jalan raya. Keberadaan halte bus adalah sebagai fasilitas umum yang disediakan bagi masyarakat urban, dan tentu saja sebagai pengguna yang melakukan aktifitas di fasilitas tersebut, pengguna menjadi pertimbangan utama dalam melakukan perancangan, dalam hal ini perancangan sebuah halte bus. Memiliki perilaku yang mengutamakan kepentingan pribadi, hal ini sangat terlihat saat dijumpai halte

dimanfaatkan secara individu oleh pengguna untuk kepentingan pribadi/perorangan untuk menjual dagangan, mengamen, juga mengemis sehingga tampilan halte terlihat kumuh dan berantakan. Sementara halte lainnya dapat dijumpai bersih, dan teratur. Oleh karena itu, dibutuhkan sebuah penelitian terhadap perilaku pengguna halte, agar halte tidak dimanfaatkan untuk kepentingan pribadi yang tentu saja hal ini akan mengganggu aktifitas yang terjadi di lingkungan halte bus sehingga hal ini dapat memberikan masukan positif terkait dengan standar desain halte yang perlu dilakukan di wilayah DKI Jakarta.

Pengguna halte bus terdiri dari beragam kalangan meliputi pegawai perkantoran / pertokoan, pelajar / mahasiswa, pedagang, profesional juga ibu rumah tangga yang menggunakan kendaraan umum sebagai moda transportasinya. Dalam pengamatan yang dilakukan kelompok usia pengguna transportasi yang melakukan transit di halte paling muda adalah usia 11 tahun sampai dengan kisaran 75 tahun. Analisa dilakukan terhadap tiga lokasi halte bus yaitu halte bus Istora Mandiri, halte bus Palmerah dan halte bus FX-Sudirman. Ketiga halte tersebut dipilih sebagai studi kasus dengan alasan 1). Lokasi halte berdekatan, namun memiliki desain yang berbeda, 2). Halte sebagai tempat transisi dari MRT – Metro Trans untuk halte bus Istora mandiri, transisi KRL-Metro Trans pada halte bus Palmerah, dan transisi Metro Trans-bus bandara di halte FX-Sudirman, 3). Halte juga menjadi meeting point bagi pengguna halte dengan ojek / taksi *online* yang siap mengantar pengguna langsung ke tempat tujuan, 4). Lokasi halte bus berada di pusat kota DKI Jakarta, dimana fasilitas publik mendapatkan perhatian khusus dalam perancangannya misalnya pedestrian, jembatan penyeberangan, desain *signage*, juga termasuk halte bus.

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memiliki dampak positif yang dapat memberikan masukan dalam upaya meningkatkan kualitas lingkungan, khususnya di wilayah DKI Jakarta. Penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi terhadap strategi desain maupun inovasi sosial terhadap penyelenggaraan fasilitas publik yaitu halte bus di wilayah DKI Jakarta khususnya serta di kota-kota besar lain di Indonesia.

KAJIAN TEORI

Tinjauan Desain

Pengertian desain menurut Bruce Archer dalam Sachari, adalah salah satu bentuk kebutuhan badani dan rohani manusia yang dijabarkan melalui pelbagai bidang pengalaman, keahlian dan pengetahuannya yang mencerminkan perhatian pada apresiasi dan adaptasi terhadap sekelilingnya. Tinjauan desain merupakan perluasan dari kritik desain yang mengupas desain dari pelbagai fenomena baik karya, hal yang melatarbelakangi, situasi sosial, program pembangunan, tokoh, pemikiran hingga pendidikannya. (Sachari, Pengantar Tinjauan Desain, 2000).

Halte Bus

Dalam pedoman teknis perkerayaan tempat perhentian kendaraan penumpang umum, halte adalah tempat perhentian kendaraan penumpang umum untuk menurunkan dan/atau menaikkan penumpang yang dilengkapi dengan bangunan (Departement Perhubungan, 2008). Pedoman teknis ini juga mengatur tentang

kelengkapan standar dari sebuah halte bus yaitu memiliki :1). Identitas halte berupa nama dan/atau nomor, 2). Rambu petunjuk, 3). Papan informasi trayek, 4). Lampu penerangan dan 5). Tempat duduk. Untuk fasilitas tambahan yang diizinkan pada sebuah halte adalah : a). Telepon umum, b). Tempat sampah c). Pagar, d). Papan iklan/pengumuman. Hal ini telah diatur oleh Direktorat Jenderal Perhubungan darat dalam Keputusan Direktorat Jenderal Perhubungan Darat No. 271/HK.105/DRJD/96 pada tahun 16 April 1996.

Perilaku Masyarakat Urban

Terdapat beberapa ciri masyarakat urban/kota menurut Soerjono Soekanto dalam Gonibala, 2018 namun yang terkait dengan fokus penelitian desain halte dan perilaku masyarakat urban diantaranya adalah orang kota memiliki gaya hidup yang mewah, biasa melakukan sesuatu sendiri atau mandiri, memiliki keterampilan khusus, memiliki peluang pekerjaan yang besar, memiliki pola pikir rasional, mengutamakan faktor waktu, dan mudah menerima pengaruh dari luar.

Dalam penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yang membahas ruang publik dan kualitas ruang kota menyampaikan bahwa pada perancangan desain perkotaan (*urban design plan*) menitikberatkan pada aspek bentuk fisik spasial yaitu visual dan fungsional. (Darmawan, 2005).

METODOLOGI

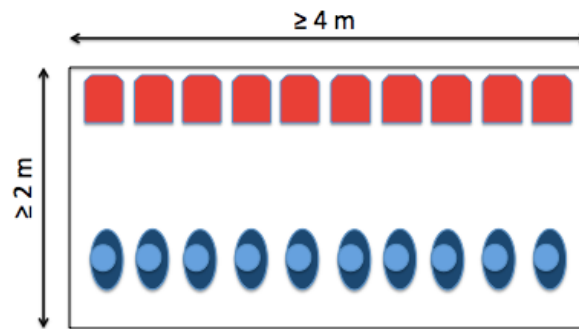
Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yang dilakukan melalui pengumpulan data, analisis dan diinterpretasikan (Anggito, 2018). Desain halte bus yang berbeda dengan lokasi yang berada di wilayah pusat DKI Jakarta menjadi latar belakang pemilihan ke-3 halte sebagai studi kasus. Lokasi halte yang memiliki akses langsung ke moda transportasi masyarakat urban DKI Jakarta seperti MRT, KRL serta metro trans, menampilkan bahwa ketiga halte digunakan oleh masyarakat urban, dimana perilaku pengguna turut mempengaruhi kondisi halte bus. Perilaku merupakan aktifitas secara fisik yang dilakukan oleh individu yang secara berulang, sehingga hal ini dapat mempengaruhi fasilitas yang perlu disediakan ataupun ditiadakan dalam perancangan sebuah halte bus. Pada teori *urban design plan* aspek visual dan fungsional merupakan faktor yang perlu diperhatikan dalam perancangan sebuah fasilitas publik. Pengumpulan data dilakukan melalui pengamatan terhadap objek penelitian, yaitu halte bus dan aktifitas yang dilakukan pengguna selama di halte bus, pendokumentasian di lokasi halte bus, selain itu pengumpulan data literatur juga dilakukan melalui jurnal lainnya, buku, dan referensi tertulis yang relevan dengan topik penelitian. Bagaimana aspek visual, aspek fungsional halte bus serta perilaku pengguna halte bus akan ditinjau pada halte bus yang dipilih sebagai studi kasus. Diharapkan hasil penelitian dapat memberikan rekomendasi mengenai kedua aspek diatas sehingga dapat dihasilkan sebuah perancangan halte bus yang dapat memenuhi kebutuhan dari perilaku masyarakat urban di wilayah DKI Jakarta.

PEMBAHASAN

Desain Halte Bus

Halte bus di wilayah DKI Jakarta belum memiliki standar dalam hal desain, selain itu kelengkapan standar fasilitas halte bus belum semua terpenuhi dengan baik.

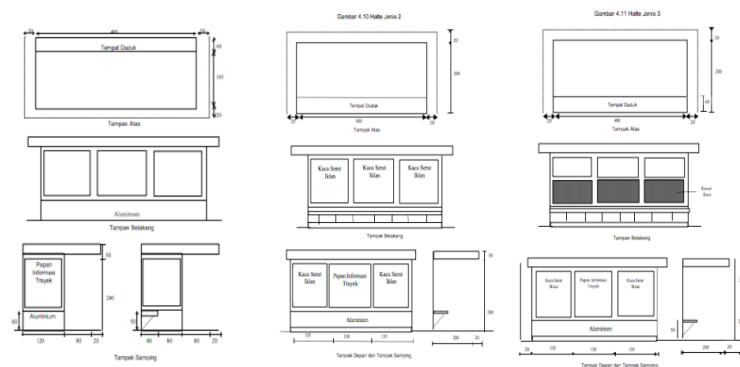
Ditinjau dari aspek fisik bangunan halte bus merupakan sebuah ruang tunggu semi terbuka dilengkapi pembatas ruang (partisi), dudukan tanpa sandaran, atap penutup untuk melindungi dari paparan sinar matahari ataupun air hujan. Halte bus biasanya berada di belakang trotoar dengan kisaran ukuran $\geq 2\text{ m} \times \geq 4\text{ m}$. Halte bus dirancang untuk dapat menampung penumpang angkutan umum 20 orang per halte pada kondisi biasa yaitu dimana penumpang dapat menunggu dengan nyaman.



Gambar 1. Tata letak kursi dan kapasitas halte bus berdasarkan standar rancang bangun.
(Sumber : Nediari, 2019)

Gambar di atas merupakan gambar ulang dari standar rancang bangun yang diatur dalam pedoman teknis (Departement Perhubungan, 2008). Kondisi ini merupakan kondisi ideal daya tampung sebuah halte bus dimana tidak terdapat penumpukan penumpang bus ataupun kendaraan umum lainnya dan halte bus hanya berfungsi tunggal sebagai tempat penumpang naik ataupun turun dari kendaraan umum. Aktivitas yang dipenuhi dari tata letak di atas adalah aktivitas menunggu dengan fasilitas sarana duduk serta ruang yang cukup untuk berdiri. Namun belum disebutkan aktivitas membaca informasi rute jalan yang tentu juga membutuhkan ruang gerak. Dalam hal kapasitas halte bus masih relevan dengan kondisi saat ini, sementara untuk desain halte bus, sudah banyak pergerakan ataupun perubahan secara desain, material serta finishing. Walaupun di satu sisi standarisasi fasilitas dasar dari sebuah halte bus masih sama, yaitu identitas halte, rambu penunjuk, lampu penerangan, informasi trayek serta tempat duduk.

Pedoman teknis juga mengatur tiga tipe desain halte bus yang dapat diaplikasikan secara umum di Indonesia. Masing-masing halte memiliki perbedaan dan terlihat pada gambar di bawah ini. Pada gambar di bawah ini ditampilkan bahwa ketiga tipe desain memiliki ukuran yang sama yaitu $\geq 2\text{ m} \times \geq 4\text{ m}$. Tampak atas memiliki desain yang sama, tampak depan mulai terlihat perbedaan detail dinding partisi halte khususnya pada material, dan tampak samping juga memiliki perbedaan detail pada dinding partisi penyangga halte.



Gambar 2. Desain Halte bus 1, 2 dan 3 yang ditentukan dalam pedoman teknis
(Sumber : Dept. Perhubungan, 2008)

Berdasarkan gambar di atas, perbedaan mendasar pada desain halte bus 1 dengan desain halte lainnya adalah peletakan dinding partisi pada sisi samping halte, sementara pada kedua desain lainnya tidak ada. Pada desain halte 2 dinding partisi bagian belakang diperuntukkan sebagai media informasi trayek bus dan kaca serat iklan. Sementara untuk desain halte bus 3, menggunakan material kawat kasa pada sebagian dinding belakang, dan tampak belakang halte akan terlihat informasi trayek bus berikut kaca serat iklan. Tinggiudukan adalah 50 cm dari permukaan dengan lebar dudukan adalah 40 cm.

Dalam kunjungan lapangan terhadap beberapa lokasi halte bus, desain di atas sudah tidak dijumpai di wilayah DKI Jakarta. Sementara dalam pengumpulan data yang dilakukan terhadap pedoman teknis rancang bangun halte, belum terdapat peraturan terbaru terkait standar halte bus, namun beragam desain halte dijumpai di jalan raya di wilayah DKI Jakarta, hal ini mengakibatkan desain halte belum memiliki panduan yang diaplikasikan sebagai standarisasi halte di wilayah DKI Jakarta.

Dari gambar di atas, dapat diketahui bahwa fasilitas halte bus memenuhi aktifitas pengguna dalam saat menunggu di dalam halte berupa fasilitas duduk serta ruang yang cukup untuk berdiri. Dimana halte bus diperuntukkan hanya untuk kegiatan tersebut. Ketinggian dan lebar dudukan pada fasilitas duduk merupakan standar minimum ukuran ergonomis manusia dalam beraktifitas duduk. Dimana sebagai tempat transit, pengguna tidak duduk lama, karena akan segera beranjak untuk mencapai tujuan lainnya. Bahkan seringkali pengguna tidak menggunakan fasilitas duduk dalam menunggu, tapi lebih memilih untuk berdiri saja.

Dengan standar telah ditentukan di atas dapat dilihat bahwa halte sebagai tempat transit adalah tempat untuk menunggu moda transportasi pilihan dalam mencapai tujuan.

Perilaku Pengguna Halte Bus

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dilihat dari intensitas keramaian pengguna halte terbagi menjadi dua kategori yaitu : 1). Halte aktif dan 2). Halte pasif (Kurniawan, 2011). Halte aktif adalah halte dengan tingkat

kepadatan tinggi, yaitu selalu ramai dan dipadati oleh pengguna sementara halte pasif merupakan halte yang hanya padat di waktu tertentu yaitu di waktu saat jam berangkat dan pulang kantor ataupun halte yang ramai pada waktu libur tiba yang dipadati oleh pengguna halte yang ingin jalan-jalan dengan menggunakan jasa transportasi umum. Ketiga halte terpilih sebagai studi kasus telah mewakili kedua jenis halte ini, dengan begitu dapat diamati lebih lanjut perilaku pengguna yang terjadi pada kedua jenis halte.

Profil dari pengguna halte bus adalah masyarakat urban di wilayah DKI Jakarta terdiri atas kelompok pria dan wanita, usia 11-75 tahun (untuk bayi dan balita, masih didampingi oleh orang dewasa dalam menggunakan halte) dengan kelas ekonomi bawah sampai dengan menengah atas, dan memiliki beragam profesi yang berbeda yaitu diantaranya pegawai perkantoran/pertokoan, pelajar/mahasiswa, pedagang, profesional sampai dengan ibu rumah tangga. Selain transit, juga dijumpai pengguna halte yang melakukan kegiatan lainnya baik untuk kepentingan pribadi maupun kepentingan kelompok/golongan.

Aktifitas yang dilakukan untuk kepentingan pribadi yang tampak di lapangan diantaranya menjual makanan, minuman, masker, aksesoris rambut dan sebagainya. Kegiatan ini dilakukan dengan memarkir gerobak di depan halte, menggelar lapak/meja dagangan, ataupun media jual yang digendong oleh pedagang. Sementara untuk aktifitas kepentingan golongan yang terjadi di halte adalah transaksi *top-up* kartu langganan bus yang dilakukan oleh pegawai metro trans yang berlangsung dari jam 6.30 – 10.00 pagi setiap harinya. Aktifitas ini membutuhkan fasilitas kursi, meja dan instalasi listrik untuk mesin EDC (*electronic data capture*).

Dengan beragamnya aktifitas yang dilakukan di halte bus, pihak Pemerintah Provinsi DKI Jakarta perlu meninjau kembali, kegiatan yang diizinkan untuk diselenggarakan dalam sebuah halte bus. Hal ini perlu dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dari masyarakat urban di wilayah DKI Jakarta.

Halte Bus Pasar Pal Merah

Halte bus Pasar Pal Merah berada di jalan Gelora, Tanahabang, Jakarta Pusat dan tidak dekat dengan lokasi Pasar Pal Merah. Halte termasuk dalam kategori halte aktif berada sekitar 200 meter dari tangga penyeberangan, sehingga intensitas manusia berlalu lalang di wilayah ini sangat tinggi. Halte menjadi ruang singgah bagi para penumpang Kereta Rel Listrik (KRL) *Commuter Line* yang turun ataupun naik di Stasiun Pal Merah. Lingkungan sekitar halte adalah perkantoran Sudirman, Pertokoan Senayan, pasar Palmerah, Perkantoran Slipi, perumahan Permata Hijau dan Kemanggisan, dan lingkungan kampus Binus University. Lokasi ini sangat strategis sebagai tempat transit penumpang yang masih melanjutkan perjalanan ke Jakarta Barat, dan Jakarta Pusat. Rute KRL adalah jalur Tanah Abang – Rangkas Bitung yang melayani area selatan kota Jakarta.



Gambar 3. Kondisi Halte Pasar Pal Merah
(Sumber: Nediari, 2019)

Aspek Visual

Halte memiliki dua buah tiang penyangga atap dengan bentuk atap melengkung ke belakang. Pada bagian depan halte tampak inspirasi ragam hias Betawi berupa gigi balang yang berbaris rapi. Gigi balang memiliki bentuk geometris segitiga berjajar yang menyerupai gigi belalang yang melambangkan bahwa hidup harus selalu jujur, rajin, ulet dan sabar (Muslimah, S, 2017). Identitas lokal kota Jakarta yang ditampilkan dalam ragam hias Betawi, dominasi warna hijau pada bangunan halte, memperkuat kesan lokal Betawi yang melambangkan kesuburan. Di bagian atas halte terdapat penunjuk nama halte, sehingga masyarakat mengetahui dengan jelas lokasi halte sebelum melanjutkan ke tempat berikutnya.

Aspek Fungsional

Halte memiliki fasilitas dudukan yang mengelilingi lingkaran tiang penyangga. Posisi kursi yang memusat, merugikan bagi pengguna yang duduk di sisi bagian belakang, sehingga tidak dapat melihat kendaraan yang datang dan memperlambat respon pengguna untuk bersiap naik. Hal ini dapat berakibat pada penumpukan pengguna halte yang berdiri karena fasilitas duduk yang tersedia tidak mengakomodir kapasitas di halte.

Halte tidak memiliki informasi mengenai rute dan nomor bus, sehingga bagi pengguna yang belum pernah transit di stasiun pal merah, hal ini akan menyulitkan, karena tidak ada informasi yang berfungsi sebagai penunjuk arah bagi penumpang.

Perilaku Pengguna

Di halte Palmerah, dijumpai pedagang yang memarkir gerobaknya di sekitar halte, membuka lapak dagangannya berupa meja, ataupun digelar di area sekitar halte. Keberadaan pedagang makanan, minuman, dan asongan ini terus bertahan karena perilaku masyarakat urban yang konsumtif menjadikan pengguna halte sebagai target dari pedagang liar ini.

Selain pedagang, dijumpai petugas dari metro trans yang hadir mulai jam

06.30 untuk melakukan transaksi *top up* uang elektronik seperti kartu *fazz card*, *e-money* serta *tap cash* yang memberikan kemudahan bagi pengguna. Aktivitas ini membutuhkan sarana meja dan kursi bagi petugas serta *outlet* listrik.

Halte bus pasar Pal Merah melayani penumpang saat transit dari dan menuju Stasiun Palmerah yang menggunakan KRL. Biasanya penumpang masih melanjutkan perjalanan dengan moda transportasi lainnya, yaitu Metro Trans, Jakarta, Bus umum, termasuk ojek/ taksi online. Kisaran pengguna halte ini adalah usia 11-19 tahun adalah pelajar, 20-24 tahun sebagai mahasiswa / pegawai perkantoran/ pertokoan, 25-50 tahun profesional/pedagang. Mengamati dari tingginya jumlah pengguna, halte bus ini termasuk halte aktif. Meskipun halte ini memiliki tingkat kepadatan di waktu-waktu tertentu, namun di waktu lainnya, halte tidak pernah terlihat kosong.

Keberadaan pedangan makanan dan minuman serta ketidakdisiplinan pengguna halte dalam membuang sampah membuat kondisi halte menjadi kotor, berbau tidak sedap dan tidak terawat. Beragam penaja makanan, *tissue*, minuman di sekitar halte, bahkan sampai *mangkal* di depan halte tentu mempersulit pengguna halte bus yang akan naik ataupun turun bus, dan tentu saja membuat bus tidak dapat berhenti tepat di depan halte. Secara tidak langsung hal ini dapat menimbulkan kemacetan lalu lintas yang berdampak pada antrian bus.

Sekitar 100 m dari halte, terdapat jembatan penyeberangan yang menghubungkan stasiun KRL Pal Merah dengan halte Pal Merah, di bawah jembatan pengendara ojek liar menunggu penumpang yang sangat mengganggu keberadaannya. Halte bus yang juga berfungsi sebagai *meeting point* bagi jasa transportasi berbasis *online* juga memberikan dampak kepadatan di satu titik yang menghambat laju kendaraan umum lainnya.

Faktor keamanan dan kenyamanan bagi pengguna jasa transportasi umum belum terpenuhi di halte Pasar Pal Merah. Hal ini merupakan akibat dari perilaku masyarakat urban yang memanfaatkan halte bus menjadi sebuah ruang komersil demi kepentingan pribadi semata, mulai dari pengendara ojek liar, juga perilaku konsumsi dari para masyarakat urban yang singgah di halte. Halte bus ini memiliki fungsi tidak hanya sebagai ruang tunggu/transit bagi penggunaanya tapi juga dimanfaatkan oleh pihak yang sangat menyadari adanya peluang dalam memanfaatkan perilaku masyarakat urban gemar melakukan konsumsi akan hal yang bukan primer dalam memenuhi kebutuhannya. Walaupun kebutuhan yang dikonsumsi tidak untuk keperluan status ataupun gengsi. Tersedianya beragam jenis makanan untuk sarapan, memberikan kemudahan dalam hal efisiensi waktu dan biaya bagi pengguna untuk membeli sarapan dalam perjalanan menuju kantor. Simbiosis mutualisme ini menjadi sebuah lingkaran tidak terputus, dan dibutuhkan peraturan yang tegas untuk mengembalikan halte agar dapat berfungsi kembali sebagai mana mestinya, yaitu sebagai ruang tunggu bagi pengguna jasa transportasi umum.

Namun di lain sisi terjadinya kerumunan yang terjadi di halte bus, dapat menimbulkan perasaan aman bagi pengguna halte, walaupun tidak saling mengenal, kondisi kerumunan orang dapat memberikan perasaan tidak sendiri meskipun harus selalu tetap dalam kondisi waspada. Kerumunan inipun dapat dimanfaatkan oleh pihak tertentu di saat kurang waspada dan lengah terhadap

kondisi yang ada yaitu menjadi sasaran kejahatan pencopet. Sehingga ramai atau tidak ramainya sebuah halte bus, tetap membutuhkan keberadaan petugas yang dapat mengawasi keamanan dan ketertiban di lingkungan halte.

Halte Bus Istora Mandiri

Halte bus Istora Mandiri berada di jalan Jenderal Sudirman, Jakarta Pusat. Posisi dari halte ini berada dekat dengan pintu gerbang Gelora Bung Karno (GBK) dan menjadi ruang tunggu bagi pengguna moda transportasi Moda Raya Transportasi (MRT) yang transit di Stasiun Istora Mandiri, bus kota, *feeder* transjakarta, ojek dan taksi *online*. Halte di sini termasuk dalam kategori halte pasif. Dimana halte baru ramai ketika terdapat *event* besar yang diselenggarakan di wilayah GBK, dimanfaatkan sebagai *meeting point* masyarakat sebelum masuk ataupun setelah selesai dari GBK. Hal ini juga dilatarbelakangi dengan luas GBK yang mencapai 100 hektar, membuat area ini berdiri sendiri sehingga tidak menjadi tujuan transit oleh para penumpang transportasi umum. Bangunan perkantoran terpusat di seberang jalan yaitu wilayah sekitar Bursa Efek Jakarta (BEJ), sisi kiri terdapat jembatan Semanggi dan sebelah kanan bangunan komersial FX – Sudirman.

Aspek Visual

Halte bus memiliki desain yang a-simetris berupa atap yang menyambung dengan dinding penyangga halte dengan posisi kemiringan sekitar 60°. Informasi rute dan no kendaraan umum tampak pada sisi kiri halte bus. Adanya perbedaan ketinggian antara halte dan pedestrian berfungsi untuk memberikan kemudahan bagi penumpang untuk naik ke dalam bus, selain itu membuat area halte lebih terjaga kebersihannya. Ornamen gigi balang berupa segitia berbaris tampak terlihat pada motif pedestrian. Posisi halte berada di depan pedestrian, sehingga pengguna masuk dari arah belakang untuk menuju ke halte. Hal ini memberikan identitas Betawi tanpa harus menampilkan secara berlebihan pada *listplang*. Penataan tanaman hias di sekitar halte, dilakukan untuk menjaga area halte tidak meluas dan mengganggu wilayah di sekitarnya.



Gambar 5. Suasana halte bus Istora mandiri di malam hari
(Sumber: <https://www.alinea.id/art/jakarta-art-week-jadikan-jakarta-bagai-kanvas-b1Xlk9mKT>)

Desain dari halte bus Istora Mandiri sudah modern. Dinding pemisah sebagai elemen pembentuk ruang yang tidak masif, dinding penyangga atap yang asimetris

memberikan kesan dinamis. Hal ini didukung pencahayaan yang sudah terencana dengan baik, serta material dan finishing yang menyesuaikan dengan gemerlapnya ibu kota DKI Jakarta. Aspek aksesibilitas bagi pengguna kursi roda juga sudah disediakan berupa ruang yang tersedia dengan *signage* kursi roda di atasnya.

Aspek Fungsi

Faktor desain yang *simple* modern dengan pencahayaan yang baik pada halte, membuat pengguna merasa aman menunggu di halte tersebut. Jakarta yang identik dengan keramaian dan penduduk yang padat, ternyata bagi sebagian orang menjadi terasa tidak nyaman saat berada di ruang yang sepi dan tanpa penghuni, namun pencahayaan yang baik pada halte cukup memberikan kenyamanan bagi pengguna halte untuk menunggu di halte bus ini. Pada halte bus tidak dijumpai pagar pembatas antara bangunan halte dengan jalan raya, namun masih terdapat jarak berupa pedestrian antara halte dengan jalan raya.

Perilaku Pengguna

Pengguna halte adalah penumpang MRT yang akan melanjutkan perjalanannya menuju perkantoran di wilayah Sudirman, Gatot Subroto dan Grogol, dan untuk berolahraga ataupun menghadiri event yang diselenggarakan di area Gelora Bung Karno (GBK). Pada halte bus Istora Mandiri tidak dijumpai orang berjualan di gerobak, ataupun pedagan asongan di halte ini, namun dalam kunjungan ke lokasi di pagi hari sempat dijumpai ibu penjual pecel yang membawa gendongan menjajakan jualannya dari jam 06.30-07.00 WIB. Hal ini disadarinya karena semakin siang sudah banyak petugas yang mengawasi ketertiban dan kebersihan di sekitar halte. Dijumpainya satu orang pedagang merupakan sebuah perilaku masyarakat urban yang mengutamakan kepentingan sendiri dengan memanfaatkan kesempatan yang ada tanpa mempedulikan aturan dan kesadaran untuk mengikuti tata tertib yang berlaku di lingkungan halte, selain itu pedagang sudah mengetahui perilaku masyarakat urban yang konsumtif sehingga berani mengambil resiko bahwa pasti pengguna halte akan membeli dagangannya.

Halte Bus FX-Sudirman

Halte bus FX-Sudirman, berada di jalan Pintu Satu Senayan, Gelora, Tanahabang tepatnya berada di depan bangunan komersial FX di sudut area Gelora Bung Karno (GBK). Lokasi halte ini tidak memiliki akses langsung baik dari stasiun KRL ataupun stasiun MRT, sehingga halte ini tidak menjadi tempat transit bagi para pengguna moda transportasi KRL, MRT ataupun bus transjakarta. Halte ini digunakan sebagai ruang tunggu bagi para pengguna *feeder* transjakarta seperti *trans* BSD, *trans* Bintaro, kendaraan antar kota *Day Trans* Jakarta-Bandung yang berangkat 1-2 jam sekali, serta bus Damri menuju Bandara Soekarno-Hatta yang berangkat 30 menit sekali berdasarkan jadwal yang tertera pada papan informasi rute kendaraan. Halte bus termasuk pada kategori halte pasif, dimana halte hanya ramai pada waktu-waktu tertentu, namun tingkat penggunaannya juga tidak sampai berkerumun di area halte dan sekitarnya. kesadaran akan ketertiban dan kebersihan, dan menggunakan halte bus sebagai ruang tunggu sebagaimana mestinya

Aspek Visual

Lokasi halte yang berada dekat dengan bangunan komersial dan berada di jalan protokol, secara tidak langsung telah menyeleksi pengguna halte dengan identitas FX-shelter ini. Pada gambar di bawah ini dapat terlihat desain halte bus FX-Sudirman, memiliki dinding masif pada bagian belakang, serta dinding dengan jendela di kedua sisinya. Fasilitas duduk tanpa sandaran tersedia 10 tempat duduk dengan posisi yang cukup nyaman karena pada beberapa posisi pengguna bisa bersandar ke dinding halte. Bangunan halte terlihat lebih masif jika dibandingkan dengan desain halte lainnya. Penutup halte berupa material yang transparan sehingga pencayahaan alami masuk ke dalam bagian dalam halte. Desain berupa ruang dengan bingkai jendela berwarna hitam ini menciptakan ruang tunggu yang cukup nyaman bagi pengguna. Penerapan dinding pada ketiga sisi cukup meredam kebisingan yang timbul dari hilir mudiknya kendaraan di depan halte. Sesekali tampak ojek *online* menggunakan halte sebagai *meeting point* dengan pengguna jasa ojek, sementara untuk taksi *online* memanfaatkan lobi FX sebagai *meeting point* dengan pengguna jasa. Untuk pemilihan dinding ini juga memiliki kekurangan, karena ketiga sisi yang tertutup membuat pengguna halte kadang tidak menyadari bus yang sudah datang.



Gambar 6. Suasana halte bus FX-Sudirman yang sepi dan bersih
(Sumber : Nediari, 2019)

Pada gambar di atas dapat terlihat desain halte bus FX-Sudirman, memiliki dinding masif pada bagian belakang, serta dinding dengan jendela di kedua sisinya. Fasilitas duduk tanpa sandaran tersedia 10 tempat duduk dengan posisi yang cukup nyaman karena pada beberapa posisi pengguna bisa bersandar ke dinding halte. Bangunan halte terlihat lebih masif jika dibandingkan dengan desain halte lainnya. Penutup halte berupa material yang transparan sehingga pencayahaan alami masuk ke dalam bagian dalam halte. Desain berupa ruang dengan bingkai jendela berwarna hitam ini menciptakan ruang tunggu yang cukup nyaman bagi pengguna. Tidak dijumpai pagar pada halte ini, karena letak halte masih memiliki jarak dengan jalan raya. Tidak terdapat elemen dekoratif Betawi sebagai identitas lokal yang ditampilkan, karena halte diselenggarakan oleh pihak bangunan mal.

Aspek Fungsi

Informasi mengenai identitas halte berbeda dengan identitas halte lainnya, yang umumnya memiliki standar yang sama sebagai informasi dalam rambu lalu lintas. Format identitas halte memiliki ciri yang sama dengan bangunan komersial FX-Sudirman, sehingga menjadi rancu apakah keberadaan halte bus FX sudah mengacu pada syarat dan ketentuan yang berlaku pada standar rancang bangun dari Departement Perhubungan Darat atau memang dibangun secara mandiri oleh pihak FX-Sudirman.

Pada lingkungan di sekitar halte terdapat banyak tanaman hijau serta pohon, yang membuat area ini tampak asri dan teduh meskipun berada di pinggir jalan raya. Ketinggian halte berada 2 level dari ketinggian kendaraan sehingga memisahkan antara halte dengan pedestrian. Halte ini berada di belakang pedestrian, namun karena halte ini tidak terlalu ramai hal ini tidak mengganggu pengguna halte saat sedang menunggu bus.

Gambar di bawah ini menampilkan desain tempat duduk yang terletak di halte, berupa dudukan permanen yang dapat menampung 12-15 orang.

Peletakan informasi yang berada pada di dinding belakang dirasa kurang tepat, karena hal ini tidak efektif, dimana jika seluruh penumpang duduk, informasi ini akan tertutup oleh badan pengguna, sehingga tidak ada orang yang dapat mengakses informasi dengan baik jika halte penuh dengan pengguna. Pemilihan warna yang terang, cukup menarik perhatian, namun adanya perbedaan ketinggian antara dudukan depan yang memuat 3 orang dan dudukan belakang hanya 2 orang belum diketahui maksud dan tujuannya.



Gambar 7. Sarana duduk serta papan informasi pada halte
(Sumber : Nediari, 2019)

Perilaku Pengguna

Jarang dijumpai adanya penumpukan penumpang pada halte ini, kecuali pada waktu pulang kantor, sehingga halte masuk dalam kategori halte pasif. Tidak

dijumpai pedagang penjual makanan/asoongan apapun di sekitar wilayah halte, walaupun tidak terdapat petugas khusus yang mengawasi area halte, terdapat petugas keamanan di area FX-Sudirman yang memantau dari kejauhan yang mengatur alur keluar masuknya kendaraan pribadi maupun taksi di area bangunan komersial FX.

Memiliki fungsi sebagai halte bus bandara, halte ini membutuhkan area yang cukup bagi pengguna halte yang akan membawa koper. Area tunggu adalah berupa halte, bukan stasiun yang tampak pada stasiun Dukuh Atas.

Dari studi yang dilakukan pada ketiga halte di atas, berikut adalah data perbandingan ditinjau dari standar kelengkapan yang mempengaruhi aspek visual pada masing-masing halte. Data standar kelengkapan halte meliputi fasilitas yang disediakan pada desain sebuah halte bus.

Tabel 1. Standar kelengkapan halte (Sumber : Nediari, 2019)

Standar kelengkapan halte	Halte Pasar Pal Merah	Halte Istora Mandiri	Halte FX-Sudirman
Identitas halte	√	√	√
Rambu petunjuk	–	√	–
Papan informasi trayek	–	√	√
Lampu Penerangan	√	√	√
Tempat duduk	√	√	√
Telepon umum	–	–	–
Tempat sampah	√	√	–
Pagar	–	–	–
Papan Iklan	–	√	√

Dari data diatas, standar kelengkapan di setiap halte adalah identitas halte, tempat duduk dan lampu penerangan. Sementara komponen yang sudah menghilang dari perancangan halte yang ada di DKI Jakarta adalah telepon umum dan pagar yang merupakan fasilitas lain yang bisa ditambahkan pada fasilitas halte bus.

Dalam melakukan sebuah tahap perancangan , aspek perilaku akan memberikan informasi berupa data aktifitas yang dilakukan oleh pengguna. Dimana aktifitas pengguna merupakan faktor utama dalam memenuhi aspek fungsi, sementara untuk aspek visual dipenuhi dengan menempatkan standar kelengkapan dalam perancangan dengan menerapkan prinsip-prinsip desain. Hasil pengamatan yang dilakukan terhadap ke-3 halte terkait aspek visual, aspek fungsi dan aspek perilaku adalah :

1. Ornamen Betawi yang ditampilkan sebagai unsur dekoratif pada kedua halte (halte Palmerah, dan halte Istora mandiri) merupakan sebuah penegasan bahwa desain fasilitas umum di Jakarta, masih membutuhkan ornamen lokal sebagai elemen dekoratif yang menampilkan identitas lokalnya.

2. Dalam hal aspek visual desain halte yang berbeda antara halte yang satu dengan yang lainnya dilatar belakangi dengan tidak memiliki kategori desain yang sama.
3. Aspek fungsional adalah aktifitas *top up* uang elektronik (*e-money*, *flazz card*, *tap cash*) dibutuhkan oleh pengguna halte. Aktifitas ini melibatkan 2 pengguna yaitu pihak penyedia *top-up* dan pihak pengguna halte, dimana fasilitas yang dibutuhkan adalah meja, kursi, mesin EDC serta instalasi listrik. Dalam hal ini pemenuhan aspek fungsi pada halte bus perlu mendapatkan pertimbangan untuk ditambahkan.
4. Kelengkapan halte yang tidak dijumpai lagi pada ketiga halte seperti pagar dan telepon umum, perlu ditinjau kembali akan keberadaan dan fungsinya pada sebuah halte. Dimana keberadaan pagar adalah untuk mendukung keselamatan pengguna, sementara untuk fasilitas telepon umum dapat dialihkan menjadi sebuah *outlet* listrik untuk fasilitas *charge* baterai *handphone*.

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Simpulan

Studi yang dilakukan terhadap kelengkapan standar dari sebuah halte bus memberikan simpulan yang menarik terkait aspek visual, aspek fungsi yang dipengaruhi oleh aspek perilaku pengguna halte

1. Halte perlu menampilkan identitas lokal wilayah setempat yang diolah sebagai elemen dekoratif. Hal ini perlu dilakukan untuk memperkaya desain halte bus sekaligus memperkenalkan ragam hias suatu wilayah kepada masyarakat pengguna halte bus.
2. Kondisi 3 halte yang memiliki 3 desain yang berbeda membutuhkan pengaturan dan penertiban dari pihak Pemerintah. Hal ini dilakukan agar halte bus khususnya di wilayah DKI Jakarta memiliki standar bentuk dan desain yang sama sebagai upaya memenuhi standar kelengkapan yang memenuhi aspek visual, aspek fungsional serta perilaku pengguna halte.
3. Bertambahnya aktifitas yang terjadi di halte membutuhkan tambahan fasilitas sebagai upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat urban yang terus berkembang mengikuti zaman.
4. Standar kelengkapan yang tidak lagi dijumpai pada kondisi halte bus saat ini, memberikan kesempatan bagi pihak Pemerintah provinsi DKI Jakarta untuk dapat meninjau kembali kebutuhan akan fasilitas yang di awal menjadi standar kelengkapan namun saat ini sudah tidak dibutuhkan. Misalkan untuk fasilitas telepon umum yang sudah tidak dibutuhkan diganti menjadi fasilitas *outlet* listrik yang dapat dimanfaatkan bersama untuk mengisi daya baterai (*charging*) telepon seluler.

Hasil penelitian yang telah dilakukan di atas juga dapat memberikan kontribusi terhadap strategi desain maupun inovasi sosial terhadap penyelenggaraan fasilitas publik yaitu halte bus di wilayah DKI Jakarta khususnya serta di kota-kota besar lain di Indonesia.

Rekomendasi

1. Adanya kegiatan *top-up* uang elektronik di sebuah halte bus memberikan peluang baru untuk dapat dikembangkan menjadi sebuah fasilitas mesin tiket otomatis yang dapat dioperasikan secara mandiri oleh pengguna halte. Sehingga hal ini memberikan kemudahan bagi para pengguna halte bus.
2. Keberadaan pedagang liar yang berjualan di area halte, dapat ditertibkan ataupun diwadahi dalam sebuah ruang komersial sederhana dengan desain yang menempel ataupun berdampingan dengan desain halte bus.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggito, A. S. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif* (Vol. 1). Sukabumi, Jawa Barat, Indonesia : Jejak Publisher .
- Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta . (2019, Maret 5). *Kependudukan* . Diambil kembali dari Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta : <https://jakarta.bps.go.id/subject/12/kependudukan.html>
- Darmawan, E. (2005). Ruang Publik dan Kualitas Ruang Kota . *Seminar Nasional PESAT 2005*. Jakarta : Universitas Gunadarma .
- Departement Perhubungan. (2008, July). *Pedoman Teknis Perekayasaan Tempat Perhentian Kendaraan Penumpang Umum*. (EdhyJohn, Produser, & Attribution Non Commercial) Dipetik August 25, 2019, dari SCRIBD: <https://www.scribd.com/doc/74879620/PEDOMAN-TEKNIS-PEREKAYASANAAN-TEMPAT-PERHENTIAN-KENDARAAN-PENUMPANG-UMUM-HALTE>
- Gonibala, R. &. (2018). *Strategi Dakwah Masyarakat Minoritas Muslim Minahasa*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Jamaludin. Nasrullah, A. (2017). *Sosiologi Perkotaan, Memahami Masyarakat Kota dan Problematikanya*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- KBBI. (2019). *Kamus versi online/daring*. Dipetik August 22, 2019, dari <https://kbbi.web.id/halte>
- Kurniawan, A. &. (2011, February). Desain Halte untuk Masyarakat Urban (Studi Kasus : Daerah Jakarta dan Sekitarnya) . *Inosains, UEU Journal* , 1, 13-23.
- Laurence, J. M. (2004). *Arsitektur dan Perilaku Manusia*. Jakarta Pusat: Grasindo.
- Muslimah, S. (2017, February 27). *Makna Gigi Balang Sepanjang di Jalan Tendea : Kejujuran hingga Kesabaran*. (W. Prasetyo, Penyunting) Dipetik August 28, 2019, dari Kumparan: <https://kumparan.com/@kumparannews/makna-gigi-balang-di-jalan-tendea-kejujuran-hingga-kesabaran>
- Sachari, A. &. (2000). *Pengantar Tinjauan Desain* (Vol. 1). Bandung, Jawa Barat, Indonesia: ITB.

PENINGKATAN KUALITAS RUANG PENGHUBUNG ANTAR TAMAN KOTA DENGAN MEMBANGUN INTERAKSI SOSIAL

GENERATING SOCIAL INTERACTION THROUGH IMPROVING QUALITY OF CONNECTING SPACES BETWEEN CITY PARKS

Alvar Mensana¹, Felia Srinaga^{2*}, Angie Halim³

^{1,2,3}Program Studi Arsitektur, Fakultas Desain, Universitas Pelita Harapan

e-mail: alvar.mensana@uph.edu¹, felia.srinaga@uph.edu², angieling034@yahoo.com³

Abstrak

Ruang publik berupa taman kota di Jakarta masih belum secara optimal digunakan sebagai ruang interaksi dan sosialisasi warga. Beberapa pemanfaatan taman kota yang berdekatan memiliki potensi untuk saling berkontribusi dalam meningkatkan interaksi sosial. Untuk itu peningkatan kualitas ruang penghubung antar taman sebagai ruang interaksi sosial dan pengembangan ruang publik kota perlu ditingkatkan. Taman kota yang menjadi fokus pada penelitian ini adalah Taman Menteng dan Taman Suropati pada kawasan Menteng Jakarta Pusat. Kedua taman ini memiliki fungsi yang berbeda akan tetapi letaknya yang berdekatan berpotensi untuk saling berinteraksi melalui ruang penghubung antara kedua taman. Permasalahan dalam penelitian ini adalah koridor penghubung kedua taman ini tidak hidup/tidak *permeable*, bahkan cenderung sepi, sehingga membuat tidak adanya *expanded public space* yaitu pengembangan koridor ruang publik diantara kedua taman tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menggali potensi dari ruang publik di antara kedua taman tersebut guna mengembangkannya menjadi ruang penghubung yang dapat meningkatkan interaksi sosial dan kualitas taman kota yang baik. Untuk mencapai tujuan tersebut, penelitian ini mengajukan dua buah pertanyaan penelitian, yaitu: 1) Apa kriteria untuk membuat ruang penghubung/

koridor yang *permeable*, 2) Bagaimana penerapan kriteria tersebut dalam perancangan ruang penghubung taman kota yang dapat meningkatkan interaksi sosial. Metode penelitian ini menggunakan kajian literatur guna mengetahui kriteria kualitas dari taman kota yang baik, ruang jalan, dan aktivitas dalam ruang publik yang mendukung interaksi sosial. Observasi dan analisis deskriptif di lapangan dilakukan untuk menemukan aktivitas keseharian yang berpotensi untuk dikembangkan sebagai pengisi ruang penghubung taman dalam meningkatkan interaksi sosial diantara kedua taman. Hasil dari penelitian ini merupakan sebuah konsep dan rancangan arsitektural pada ruang jalan penghubung antara dua taman berbeda fungsi yang mampu mempromosikan terjadinya interaksi sosial.

Kata Kunci: Ruang publik, Taman kota, Interaksi sosial, Ruang jalan

Abstract

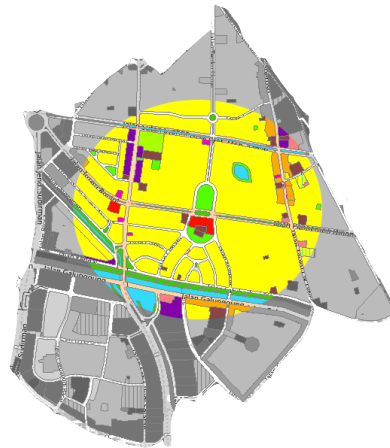
City parks as public space in Jakarta is not being used ideally as a space for interaction and social activities among its citizens. Some city parks, that are located close together, have a potential to contribute to each other programmatically and functionally, for increasing social interactions in their daily use. The city parks that becomes the focus for this paper are Taman Menteng and Taman Suropati, both are located at the area of Menteng in Central Jakarta. While these two parks have different functions independently, the neighboring residential street that connects both parks have the potential to become a place for social activities and interactions. This study aims to explore the potential of a public space between these two parks in order to develop connector space that engage interactions between parks. For this purpose, this study proposes two research questions, namely: 1). What are the criteria for making permeable connecting spaces / corridors, 2). How are the application of these criteria in designing urban park connecting spaces that can increase social interaction. This research method uses literature review to determine the quality and criteria of an ideal city parks, road spaces, and activities in public spaces that support social interaction. Observation and descriptive field analysis were conducted to find the everyday activities that have potential to be developed based on quality criteria from the literature study – to produce a connecting space that increases social interaction between the two. The results of this study are a concept of architectural design model. The neighboring residential street acts as connecting spaces, between the two separate city parks, would be able to promote and improve the generation of social interactions.

Keywords: Public space, City park, Social interaction, Street space.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kota Jakarta memiliki ruang publik yang terbatas sehingga Jakarta belum menjadi sebuah kota yang mampu memberikan kebahagiaan bagi warganya serta bukan merupakan destinasi wisata yang baik (Widya, 2016). Ruang publik di Jakarta tidak saja terbatas secara jumlah melainkan juga memiliki kualitas permeabilitas yang masih rendah. Hal ini dapat diamati dari tidak terkoneksi ruang-ruang publik bahkan antar dua ruang publik yang sangat berdekatan. Isu permeabilitas dan konektivitas antar ruang publik di Jakarta cenderung sangat sensitif terhadap pemanfaatan ruang secara informal. Ruang publik yang sedianya mendukung terjadinya interaksi sosial antar warga pada akhirnya tidak berfungsi sebagaimana yang diharapkan. Kondisi pemanfaatan ruang yang tidak sesuai dengan fungsinya dapat diamati di banyak ruang kota yang tidak didesain secara baik. Kasus ruang penghubung antara dua ruang publik kota yang tidak terancang baik dapat diamati pada dua taman kota dengan tema/aktivitas utama berbeda yang terdapat di Kecamatan Menteng Jakarta.



Gambar 1. Zonasi kawasan Taman Menteng dan Taman Suropati
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Dua Taman kota di Kecamatan Menteng yang menjadi objek penelitian, merupakan taman dengan perbedaan aktivitas utama. Taman Menteng merupakan taman yang bila diamati cenderung lebih mendukung aktivitas olah fisik, sedangkan Taman Surapati lebih banyak digunakan untuk aktivitas masyarakat dalam berkesenian. Kedua taman ini hanya berjarak 500-800m antar taman, dan dapat ditempuh dengan 5-10 menit berjalan kaki. Daerah Menteng sendiri merupakan daerah yang secara sistem terancang dalam jaringan Ruang Terbuka Hijau (RTH) dengan fungsi masing-masing yang berbeda-beda (Antar & Joga, 2008). Taman Menteng dan Taman Suropati dirancang menjadi dua taman dengan fungsi yang berbeda. Taman Suropati sebagai taman kota, sementara Taman Menteng (yang dulunya merupakan Stadium Menteng) menjadi taman dengan lapangan olahraga. Dengan fungsinya yang berbeda, kedua taman ini dilengkapi fasilitas yang berbeda. Bila Taman Menteng dilengkapi dengan tempat parkir dan lapangan olahraga, maka Taman Suropati dilengkapi dengan *plaza* kecil dan tempat khusus sebagai wadah pagelaran musik dan pertunjukkan. Kedekatan jarak tempuh dan pertimbangan

bahwa kedua taman ini berada dalam satu sistem jaringan Ruang Terbuka Hijau berpeluang untuk saling dihubungkan sehingga secara terintegrasi mampu menjadi ruang rekreasi dan sosial yang lebih lengkap, sekaligus memperluas keberadaan ruang publik sebagai ruang interaksi sosial di kota Jakarta.

Penelitian dilakukan pada objek yang sama dengan fokus ruang yang terbentuk diantara kedua taman. Ruang yang terbentuk tersebut menjadi ruang penghubung antara kedua taman yang berbeda aktivitas. Perancangan ruang di antara taman ini bertujuan menurunkan kesenjangan perbedaan jenis aktivitas serta perbedaan waktu penggunaan yang terjadi pada kedua taman. Selain itu, peningkatan interaksi sosial dapat terjadi dengan meningkatkan kualitas ruang penghubung kedua taman ini. Dengan kualitas ruang penghubung yang baik, pengunjung dari dan ke kedua taman tersebut akan meningkat dengan melalui koridor jalan yang hidup/*permeable*. Penelitian ini berfokus pada jalur alternatif penghubung dengan jarak terpendek antara kedua taman, yang ditemukan melalui pemetaan permeabilitas di antara kedua taman tersebut. Permeabilitas merupakan salah satu kualitas lingkungan yang bersifat *responsive* atau tanggap. Kualitas permeabilitas ini terbentuk ketika ada banyak alternatif rute yang dapat dipilih oleh warga dalam mencapai suatu tempat (Bentley, 1985).



Gambar 2. Permeabilitas jalan pada ruang diantara Taman Menteng dan Taman Suropati.
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Dengan meninjau permeabilitas yang terdapat pada area kedua taman tersebut, ditemukan ruang jalan dengan potensi sebagai penghubung antar kedua taman berupa, yaitu Jalan Kertosono dan Jalan Besuki. Jalan sebagai elemen penghubung merupakan juga ruang kota yang memungkinkan untuk dirancang sebagai ruang terbuka kota atau *urban open space* dalam arti ruang terbuka untuk publik yang dirancang dan dibangun untuk aktivitas dan kesenangan/rekreasi (Francis, 2003; Carmona, 2012).

Merancang sebuah ruang penghubung sebagai bagian dari ruang kota bertujuan mengintegrasikan dua ruang kota dengan aktivitas berbeda sebagaimana yang terdapat di Taman Surapati dan Taman Menteng. Kualitas permeabilitas visual akan dibutuhkan untuk menghubungkan antar kedua taman, sehingga pengamat/pengunjung dengan mudah menemukan bahwa ada dua taman yang saling berhubungan. Lebih dari itu, penelitian ini berusaha meninjau kembali peluang dari

ruang pasif yang tercipta di antara Taman Menteng dan Taman Suropati melalui konteks aktivitas dari pedestrian mengingat pengunjung kedua taman lebih banyak adalah pejalan kaki. Ruang penghubung diharapkan dapat menjadi perpanjangan/ perluasan ruang publik dari kedua taman sehingga mampu menjadi ruang positif yang mendukung terjadinya lebih banyak interaksi sosial.

Permasalahan Penelitian

Jalan sebagai sebuah elemen pembentuk kota tidak hanya berfungsi sebagai sirkulasi saja namun juga merupakan suatu ruang sosial yang lebih dari sekedar wadah pergerakan (Mehta 2013). Sebagai ruang untuk interaksi sosial, jalan yang memiliki unsur rekreatif/bermain dalam sebuah kota, akan menciptakan daya tarik yang positif yang memberikan berbagai macam pilihan bagi masyarakat untuk berinteraksi ketika berjalan melaluinya. Dengan demikian ruang jalan dapat menjadi ruang publik kota dengan fungsi bertemu dan bertukar ‘cerita’, dimana ‘bermain’ setara dengan kultur *urban* bagi terciptanya interaksi (Lefaivre and Döll, Atelier voor Bouwkunst 2007). Merancang sebuah ruang jalan dengan menciptakan ruang “bermain” yang memberikan wadah bagi interaksi sosial akan meningkatkan kualitas ruang penghubung menjadi ruang interaksi sosial bagi masyarakat. Dalam penelitian ini, ruang penghubung yang dimaksud adalah merupakan jalan yang digunakan sebagai perluasan ruang kota yang menghubungkan Taman Menteng dan Taman Suropati. Jalan penghubung ini perlu dirancang *permeable*, sehingga arus pengunjung dari kedua taman tersebut dapat meningkat dengan penggunaan kedua taman secara maksimal. Untuk meningkatkan kualitas ruang penghubung dan arus pengunjung dari kedua taman kota ini, penelitian ini mengajukan dua pertanyaan penelitian, yaitu: 1). Apa kriteria untuk membuat ruang penghubung/ koridor yang *permeable*, dan 2). Bagaimana penerapan kriteria tersebut dalam perancangan ruang penghubung taman kota yang dapat meningkatkan interaksi sosial. Penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan suatu konsep/model ruang jalan penghubung antar taman kota dengan aktivitas berbeda yang mampu mendukung interaksi sosial penggunaannya.

KAJIAN TEORI

Aktivitas ruang luar dalam sebuah ruang publik dapat dikategorikan atas tiga kategori yaitu *necessary activities*, *optional activities*, dan *social activities* (Gehl, 2011).

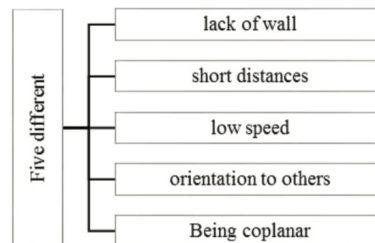
Tabel 1 Aktivitas dalam Ruang Publik. (Sumber: Gehl, 2011)

KATEGORI AKTIVITAS	KETERANGAN
<i>Necessary activities</i>	Aktivitas yang wajib untuk dilakukan, merupakan kegiatan sehari-hari yang menjadi rutinitas dalam kondisi apapun. Contohnya aktivitas pergi ke sekolah, pergi ke tempat ibadah, maupun menunggu orang.
<i>Optional activities</i>	Aktivitas yang dapat dilakukan jika keadaan cuaca mendukung dan adanya keadaan (tempat atau orang) yang mengundang. Ketika keadaan tidak mendukung, aktivitas ini boleh untuk tidak dilakukan.
<i>Social activities</i>	Aktivitas social atau berinteraksi dengan orang yang ada di ruang publik. Aktivitas ini dapat dilakukan oleh masyarakat dalam berbagai kalangan usia dan asal (<i>origin</i>).

Dilihat dari pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa *necessary activities* merupakan aktivitas paling dasar dengan kebutuhan dasar beraktivitas seperti pengerasan, peneduh, atau pencahayaan yang cukup. *Optional activities* hingga

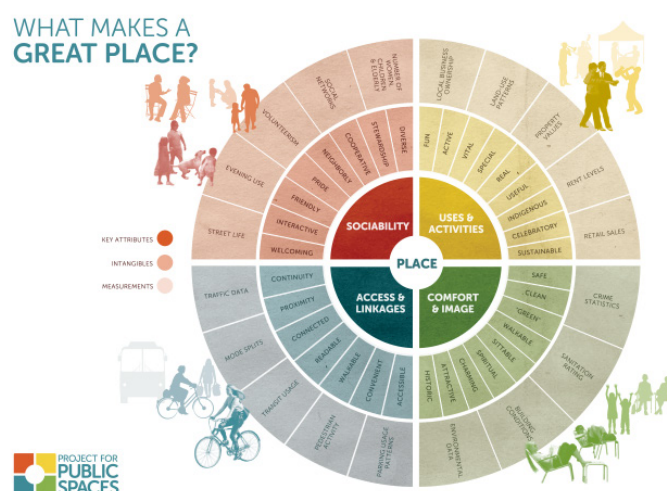
social activities membutuhkan fasilitas yang lebih khusus mengingat aktivitas yang sifatnya lebih kompleks dan beragam. Sebuah ruang yang mampu mewadahi *social activities* harus mampu menarik perhatian dan mengakomodasi kebutuhan mereka seperti aktivitas bermain, aktivitas sosial, dan berinteraksi sehingga akan meningkatkan peluang sebuah ruang menjadi aktif. Ruang yang mendukung *social activities* juga harus lebih inklusif terhadap semua kalangan baik usia, jenis kelamin, pekerjaan, kelas sosial, dan ras, sehingga dengan menampung beragam aktivitas, ruang publik juga akan menyatukan masyarakat penggunanya (Mamaghani, 2009; Carmona, 2003, 2012; Low, 2017).

Lima hal yang dapat dilakukan oleh perancang untuk meningkatkan hubungan *social* antar individu dapat dilihat pada Gambar 3. Prinsip dalam perancangan yang memungkinkan terjadinya interaksi *social* selalu berupaya mengurangi batas, jarak dan kecepatan, serta berupaya untuk memungkinkan adanya pertemuan dengan bentuk yang memperhatikan orientasi satu dengan yang lainnya.



Gambar 3. Lima hal yang membuat perancang dapat meningkatkan hubungan antar individu.
Sumber: (Mamaghani, 2009)

Selain aspek aktivitas, terdapat empat kualitas fisik yang membuat suatu tempat menjadi sukses. Kualitas tersebut adalah tempat dengan aksesibilitas baik, pengunjung dapat melakukan aktivitas di tempat tersebut, nyaman, memiliki citra yang baik, serta mendukung pengguna untuk melakukan aktivitas *social* (Project for Public Space 2008). Keempat kualitas fisik tersebut dapat diamati pada Gambar 4.



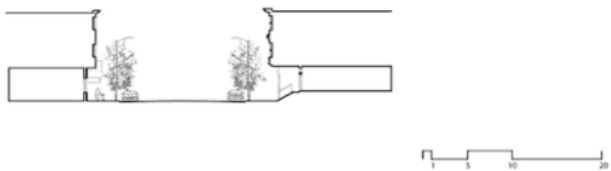
Gambar 4. Diagram kualitas dari suatu tempat yang sukses.
(Sumber: Project for Public Spaces, 2008)

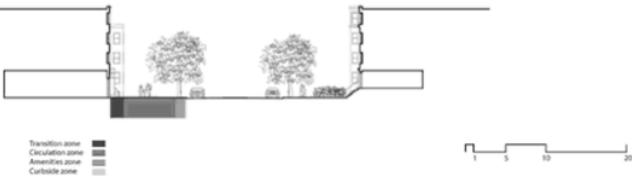
Ruang merupakan tempat praktikal, yang akan dikenali sebagai sebuah ‘tempat’ atau ‘place’ bila ruang tersebut menjadi sebuah destinasi. Sebuah tempat akan tercipta bila terdapat program aktivitas yang diinjeksikan ataupun objek yang diletakkan kedalamnya (Low, 2017). Sebuah ruang jalan juga sudah dapat dikategorikan sebagai tempat ketika tidak hanya difungsikan sebagai wadah kendaraan saja, tetapi juga menjadi wadah dari aktivitas pedestrian. Pada jalan terdapat program aktivitas yang formal maupun informal seperti pedagang kaki lima yang menjadikan jalan sebagai sebuah tempat.

Jalan sebagai sebuah ruang dan tempat yang membangun sebuah komunitas yang baik harus ramah dan mengundang orang untuk datang dan kembali lagi oleh karena adanya kesan pengalaman yang baik (*Project for Public Space 2008*). Jalan bukan difokuskan untuk pengendara motor melainkan bagi pedestrian untuk mengembalikan kehadiran komunitas publik. Jalan dapat dikatakan sebagai suatu tempat yang nyaman dan menyenangkan bila bersifat holistik, yaitu, sebagai sebagai lingkungan yang khas dengan banyak elemen berbeda yang saling terkait hingga mencerminkan karakter, kebutuhan, dan aspirasi komunitas tertentu (*Project for Public Space 2008*). *Sociable street* didefinisikan sebagai jalan yang dibuka untuk umum, dengan kehadiran pengguna jalan sepanjang hari maupun minggu untuk terlibat baik secara individu atau dalam kelompok dan dalam berbagai perilaku social aktif atau pasif yang didominasi aktivitas tetap (Mehta 2013). Sebuah *sociable street* merupakan jalan diperuntukkan segala kalangan yang digunakan untuk mengakomodasi aktivitas yang mereka lakukan tiap hari bahkan tiap tahun serta dengan tujuan untuk bersosialisasi. Untuk menciptakan jalan yang sukses sebagai suatu tempat, bukan hanya program saja yang harus diinjeksikan. Namun, harus terjadinya interaksi sosial pada tempat tersebut sehingga ruang akan menjadi sebuah tempat yang sukses.

Kualitas yang baik dari sebuah ruang jalan didukung oleh elemen pembentuk ruang jalan itu sendiri. Kualitas dari ruang jalan akan tercipta bila elemen pembentuk jalan ini terpenuhi. Terdapat tempat elemen pembentuk ruang jalan yang berperan mendukung kualitas ruang jalan, uraian dari keempat elemen tersebut dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2 Elemen Pembentuk Ruang Jalan. (Sumber: Diolah Penulis dari Mantho 2015, 72–92)

ELEMEN	FUNGSI	PARAMETER
Roadway	Menyediakan tempat pergerakan bagi kendaraan bermotor.	Lebar dari <i>roadway</i> menentukan <i>volume</i> jalan.
		Permukaan dari <i>roadway</i> memunculkan persepsi pada jalan tersebut (<i>materialitas</i>).
		

<i>Sidewalk</i>	Mengakomodasi aktivitas pedestrian/pejalan kaki. 	Pembagian menjadi 4 zona: Zona transisi, zona sirkulasi, zona <i>amenities</i>, dan zona <i>curbside</i>.
<i>Street Furniture & Landscape</i>	Mendukung penggunaan dari jalan.	Pepohonan menjadi elemen yang membentuk <i>edges</i> dan <i>enclosure</i> atau batasan <i>permeable</i>. Pencahayaan menciptakan kenyamanan visual dan rasa aman. Tempat duduk membuat publik memiliki keinginan untuk tinggal lebih lama.
<i>Street Wall</i>	Membentuk <i>edges</i> dari ruang jalan. 	Ketinggian dari <i>street wall</i> menciptakan <i>enclosure</i> yang baik. Konsistensi dan koherensi <i>street wall</i> dengan sekelilingnya. Hubungan antara <i>interior</i> bangunan dengan eksterior ruang jalan. Secara fisik dan visual permeabel. Skala dan proporsi dari fasad. <i>Roofscape</i>, <i>roofline</i> yang konsisten menciptakan <i>volume</i> yang stabil dan pembacaan planar dari langit, menguatkan kualitas seperti ruang pada jalan.

Keempat elemen pembentuk kualitas ruang jalan ini perlu dipenuhi untuk agar sebuah ruang jalan tidak hanya menjadi wadah pergerakan saja, tetapi juga mampu berperan sebagai ruang publik yang *permeable* dan menjadi tempat tujuan atau destinasi. Sebagai contoh, relasi antara lebar roadway, sidewalk dan tinggi ruang side walk akan menciptakan *enclosure* ruang jalan yang baik. Ruang jalan dengan segala atributnya kemudian akan berkembang sesuai fungsinya menjadi sebuah *sociable street* yang juga menghubungkan antar ruang publik.

Tempat dengan interaksi dan aktivitas yang baik menciptakan kualitas sosiabilitas dan menghidupkan tempat tersebut sebagai ruang publik kota yang *permeable* dan *livable*. Salah satu ruang publik kota yang cukup banyak adalah taman kota. Taman kota dengan aktivitas terbatas cenderung tidak mempromosi terjadinya interaksi sosial. Oleh karena itu, jalan yang menghubungkan antara dua taman dengan fungsi berbeda tersebut dapat membantu dalam menghubungkan kedua taman dengan fungsi meningkatkan aktivitas yang beragam dan mempromosikan interaksi sosial yang lebih baik. Berdasarkan kajian literature tentang elemen dan kualitas ruang jalan (Project for Public Space, 2008; Mehta, 2013; Mamaghani, 2009; Carmona, 2003; Low, 2017)), disimpulkan serangkaian kriteria dan

sub-kriteria pada tabel 3 yang kemudian dapat digunakan sebagai pedoman perancangan ruang penghubung antara Taman Menteng dan Taman Suropati dengan aktivitasnya masing-masing.

Tabel 3 Kriteria dan Sub-kriteria menciptakan sebuah ruang publik/ruang penghubung dengan interaksi sosial yang baik.

KRITERIA	SUB-KRITERIA	FOKUS PENERAPAN PADA RANCANGAN	ELEMEN DESAIN
Sosiabilitas	Aktivitas beragam & bercampur	PROGRAM	Peletakan zonasi dan jenis aktivitas
	Beragam Kelompok (Usia, pekerjaan, dll)		
Guna dan Aktivitas	Kebutuhan		
	Pilihan		
	Sosial		
Akses, Tautan dan Kenyamanan serta <i>Image</i>	<i>No Wall</i>	RANCANGAN JALAN yang <i>permeable</i>	<i>Roadway</i>
	<i>Short Distance</i>		<i>Sidewalk</i>
	<i>Low Speeds</i>		<i>Street Wall</i>
	<i>One Level</i>		<i>Street Furniture & Landscape</i>
	<i>Orientation toward others</i>		

METODOLOGI

Penelitian ini dilakukan dengan mengolah data primer hasil observasi lapangan dan data sekunder berupa kajian literatur yang dianalisis secara kualitatif. Data primer yang diperoleh berdasarkan observasi lapangan di Taman Menteng dan Taman Suropati yang terletak di Kecamatan Menteng. Kedua taman ini dipilih untuk penelitian ini dikarenakan fungsi serta aktivitas yang terjadi di dalam kedua taman ini memiliki karakteristik yang berbeda. Taman Menteng lebih mengakomodasi aktivitas fisik seperti olahraga dan lebih aktif saat pagi hari. Sementara itu, Taman Suropati lebih menyediakan lahan untuk seniman.

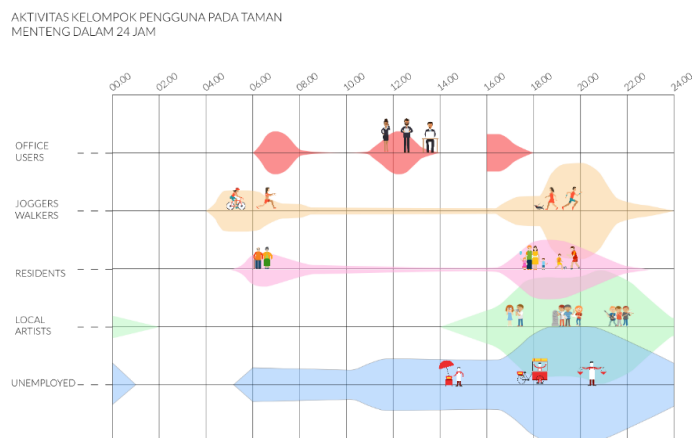
Fokus observasi dilakukan pada jalan antara kedua taman tersebut, yaitu pada Jalan Besuki - Jalan Kertosono dengan panjang 500 m. Observasi pada kedua jalan ini dilakukan untuk melihat apakah jalan tersebut sesuai untuk menjadi sebuah ruang penghubung serta melakukan pengukuran untuk proses merancang. Kajian literatur yang berkaitan dengan ruang publik, ruang jalan, aktivitas publik, dan interaksi social bertujuan menemukan kriteria kualitas dan elemen dari ruang publik (Gehl, 2013). Hasil observasi lapangan merupakan data deskriptif yang kemudian dianalisis berdasarkan hasil kajian literatur. Interpretasi dari hasil analisis kemudian menemukan sebuah konsep/model rancangan ruang penghubung antar kedua taman. Proses zonasi diawali dengan menyusun seluruh program aktivitas antara yang terdapat dari kedua taman. Program tersebut kemudian dikembangkan, lalu dizonasikan pada konteks lokasi. Proses perancangan selanjutnya dilakukan dengan mengikuti kriteria dan sub-kriteria yang diperoleh melalui analisis kualitatif.

PEMBAHASAN

Konsep/model perancangan didasarkan pada penerapan tiga kriteria utama yang diperoleh dari studi literatur (sosiabilitas; kegunaan dan aktivitas; akses, tautan dan kenyamanan serta *image* jalan yang hidup) ke dalam dua tahapan perancangan, yaitu: 1) Penyusunan program dengan mengamati dan menganalisis aktivitas yang dapat meningkatkan sosiabilitas dan permeabilitas ruang kota penghubung

dua taman. Kegunaan dan aktivitas yang dari kedua taman tersebut juga menjadi bahan analisis untuk menentukan program yang sesuai dalam meningkatkan interaksi sosial,2) Perancangan jalan yang *permeable* dan *livable*/hidup dengan memperhatikan akses jalan, tautan/*linkage* yang ada, kenyamanan jalan dengan memberikan *Street Furniture & Landscape/streetscape* yang baik, serta penampilan jalan yang *livable* dengan penempatan program ruang yang tepat. Permeabilitas antara Taman Menteng dan Taman Suropati ini meliputi tiga pilihan rute. Dari ketiga rute alternatif tersebut, terdapat satu rute tercepat yang dapat dilalui oleh pedestrian yaitu dengan melalui Jalan Besuki dan Jalan Kertosono. Berdasarkan pengamatan, terjadi beragam aktivitas pedestrian di sepanjang dua jalan ini, Beragam aktivitas ini dimungkinkan karena adanya perpanjangan dari aktivitas yang terjadi di kedua Taman, khususnya Taman Menteng. Keduataman yang berdekatan ini memiliki dua fungsi utama yang berbeda. Fungsi utama ini ditentukan oleh aktivitas yang terjadi serta fasilitas yang disediakan pada taman.

Taman Menteng menjadi taman kota yang menyediakan fasilitas berolahraga lengkap, yaitu tiga lapangan multifungsi untuk mengakomodasi kegiatan bermain bola basket, futsal, dan bola voli. Taman Menteng juga menyediakan tempat bermain anak, tempat parkir, serta tempat untuk bersantai dan bersosialisasi. Taman ini juga sering menjadi tempat diadakannya acara yang lebih besar, seperti acara yoga dan acara olahraga lainnya. Tidak hanya itu saja, aktivitas informal seperti pedagang kaki lima sering ditemukan di taman ini. Berbagai aktivitas pada Taman Menteng dapat dilihat pada Gambar 5 dan Tabel 4.

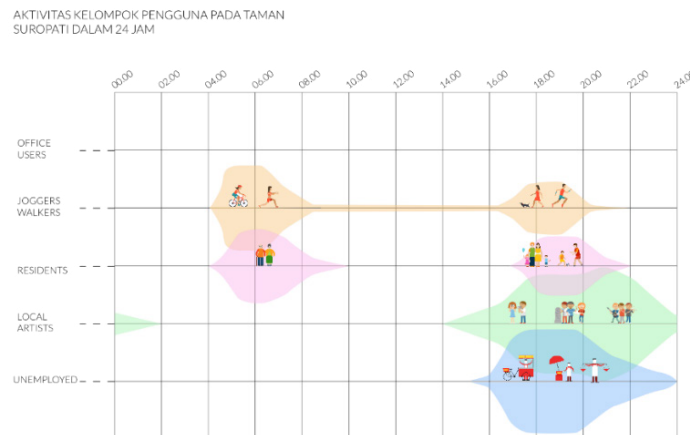


Gambar 5. Aktivitas kelompok pengguna pada Taman Menteng.
(Sumber: Hasil observasi)

Tabel 4 Aktivitas dan fasilitas pada Taman Menteng (Sumber: Hasil observasi)

AKTIVITAS	FASILITAS
1. Bersosialisasi	Perabot Taman
2. Berolahraga	Jogging Track Lapangan: - Voli - Futsal - Basket - BuluTangkis Gym kecil
3. Anti-sosial	Tempat Parkir
4. Ekologikal	Taman, Tumbuh-tumbuhan
5. Rekreasi	Lapanganterbuka, Taman Bermain

Taman Suropati sebagai taman dan ruang public kota menyediakan tempat bagi seniman Indonesia, baik seniman musik maupun seniman lukis. Pengunjung kemudian berekreasi dengan menikmati karya dari seniman Indonesia ini. Taman ini lebih sering menampung dan mengembangkan kesenian Indonesia. Aktivitas pada Taman Suropati dapat dilihat pada Gambar 6 dan Tabel 5.



Gambar 6. Aktivitas kelompok pengguna pada Taman Suropati.
 (Sumber: Hasil observasi)

Tabel 5 Aktivitas dan fasilitas pada Taman Suropati (Sumber: Hasil observasi).

AKTIVITAS	FASILITAS
1. Bersosialisasi	Perabot Taman
2. Berolahraga	<i>Jogging Track</i>
3. Anti-sosial	-
4. Ekologikal	Taman, Tumbuh-tumbuhan
5. Rekreasi	Pendopo dan taman bermain

Berdasarkan pengamatan pada aktivitas yang terjadi di kedua taman, aktivitas pada Taman Menteng cenderung terjadi pada pagi hingga siang hari, sementara aktivitas pada Taman Suropati sifatnya lebih beragam dan terjadi saat sore hingga malam hari. Kondisi ini menyebabkan kesenjangan waktu beraktivitas yang menimbulkan pemikiran untuk memanfaatkan perbedaan waktu aktivitas kedua taman tersebut dengan mengupayakan keseimbangan waktu aktivitas dengan perlakuan desain pada ruang diantara kedua taman sebagai penghubungnya. Adanya penghubung yang lebih terintegrasi dengan kedua taman akan berdampak pada kepadatan aktivitas yang terjadi pada taman dalam waktu tertentu. Bila diperhatikan pada gambar 7 dan 8, presentase penggunaan kedua taman dan jalan penghubungnya lebih dimanfaatkan oleh pedagang kaki lima. Tidak hanya itu saja, aktivitas berolahraga yang cenderung dilakukan di Taman Menteng, serta aktivitas kesenian pada Taman Suropati menciptakan keterbatasan aktivitas.



Gambar 7. Dokumentasi aktivitas yang terjadi di Taman menteng dan Taman Suropati.
 (Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 8. Waktu penggunaan Taman Menteng dan Taman Suropati
 (Sumber: Hasil observasi)

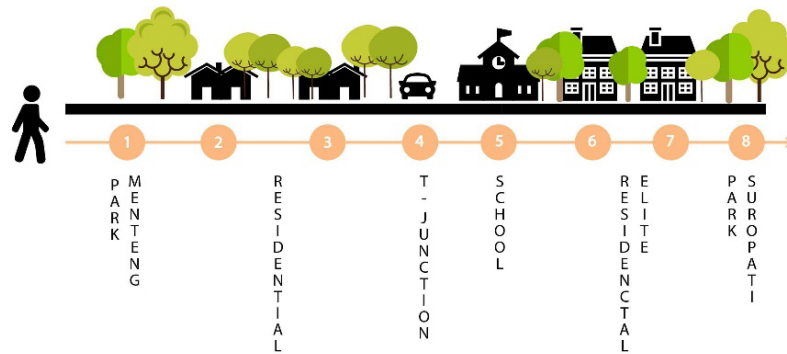


Gambar 9. Presentase penggunaan ruang publik.
 (Sumber: Hasil observasi)

Untuk menciptakan kondisi aktivitas yang seimbang dan merata, maka Jalan Kertosono dan Besuki menciptakan sebuah peluang (gambar 9). Jalan ini juga banyak digunakan oleh pedestrian untuk beraktivitas. Dengan melalui jalan ini,

pengalaman yang dilalui oleh pedestrian dari satu taman menuju ke taman lainnya menjadi metode untuk menciptakan memori tentang tempat tersebut. Memori yang tercipta akan membawa orang untuk kembali mengunjungi tempat tersebut. Urutan pengalaman yang dilalui oleh pedestrian dari Taman Menteng menuju Taman Suropati dapat dilihat pada diagram berikut (gambar 10).

SEQUENCE



Gambar 10. Pengalaman yang dilalui pejalan kaki dari Taman Menteng menuju Taman Suropati.
(Sumber: Dokumentasi Pribadi.)

Proses Perancangan

Penerapan perancangan jalan yang *permeable* dan *livable*/hidup dimulai dengan memperhatikan akses jalan, tautan/*linkage* yang ada, kenyamanan jalan dengan memberikan *Street Furniture & Landscape/streetscape* yang baik, serta penampilan jalan yang *livable* dengan penempatan program ruang yang tepat. Pengalaman pejalan kaki ketika melewati Jalan Besuki dan Jalan Kertosono akan diubah dengan menciptakan daya tarik dari jalan dari kedua taman, sehingga dapat menarik pengunjung untuk melakukan *cross visit* antar taman. Pengalaman ruang akan diciptakan dengan membagi jalan sesuai dengan program-program dari aktivitas yang sudah ada pada kedua taman dan pada jalan itu sendiri. Kondisi yang sudah ada dirombak menjadi zonasi program pada diagram di bawah ini (lihat gambar 11). Zonasi ini dibagi berdasarkan aktivitas yang terdapat pada kedua taman. Penulis berusaha untuk membawa aktivitas yang berada di dalam taman untuk keluar dan dibawa pada jalan alternatif yang paling nyaman dilalui oleh pejalan kaki untuk mengunjungi taman berikutnya. Ada tiga macam aktivitas yang didapat dari Taman Menteng, yaitu aktivitas bersepeda, aktivitas membaca buku, bermain. Sementara itu, dari Taman Suropati terdapat aktivitas seni seperti melukis dan bermain musik. Jalan yang menghubungkan kedua taman tersebut juga memiliki satu aktivitas yang sangat menonjol, yaitu aktivitas pedagang kaki lima.



Gambar 11. Rancangan Zonasi pada jalan yang menjadi ruang penghubung kedua taman.
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

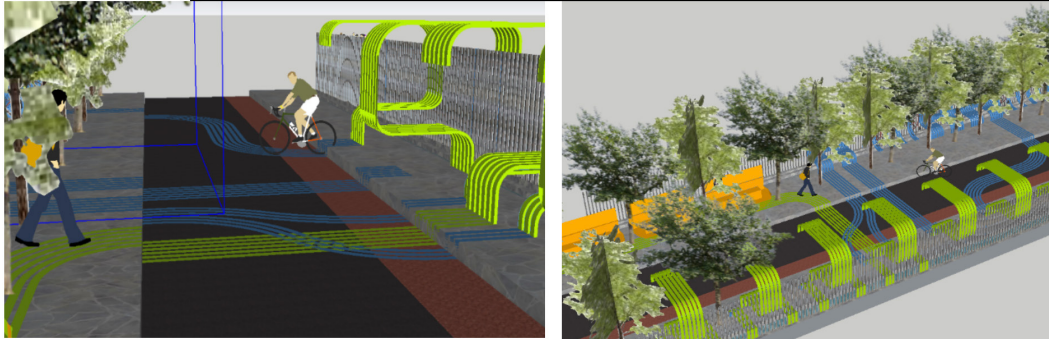
Dari zonasi tersebut, perancangan dilakukan dengan meletakkan *street furniture* sebagai parameter dari elemen sebuah jalan. *Street furniture* ini disesuaikan dengan program yang diinjeksikan, sehingga menyatu dengan aktivitas yang terjadi dan dengan konteks sekitarnya. Bukan hanya *street furniture* saja, tetapi perancangan ini juga menggunakan warna yang membantu mengorientasikan orang.

Ada dua macam program yang dimasukkan, yaitu program aktif dan pasif. Program aktif adalah program semacam melukis, pertunjukkan, bermain, dan membaca buku. Program pasif lebih cenderung aktivitas yang hanya duduk seperti makan atau duduk santai menunggu atau melihat-lihat. Setiap program memiliki warnanya masing-masing (lihat tabel 6).

Tabel 6 Jenis program dan warna dari aktivitas pada perancangan.(Sumber: Dokumentasi Pribadi).

PROGRAM	AKTIVITAS	WARNA
Pasif	Tempat Parkir Sepeda	Biru
Aktif	Perkumpulan Seniman	Jingga
Pasif	PKL (Pedagang Kaki Lima)	Hijau
Aktif	Panggung Pertunjukkan	Merah
Aktif	Tempat Bermain	Kuning
Aktif	Perpustakaan	Ungu

Program pertama yang mengawali dan mengakhiri perjalanan ruang diantara kedua taman ini adalah program tempat parkir sepeda. Program ini diletakkan di awal dan di akhir dikarenakan presentase penggunaan sepeda yang cukup tinggi dalam kedua taman (lihat gambar 12 dan gambar 13). Perancangan tempat parkir ini mencoba mendorong penggunaan sepeda sebagai pengganti kendaraan bermotor. Rancangan dari rak penyimpanan sepeda itu sendiri terinspirasi dari pagar rumah yang ada di sana. ditentukan oleh aktivitas yang terjadi serta fasilitas yang disediakan pada taman.



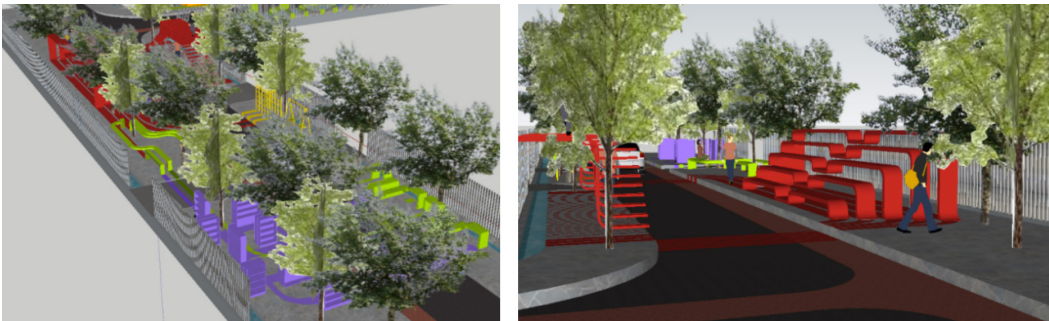
Gambar 12 & 13. Rancangan zonasi program tempat parkir sepeda & program pedagang kaki lima.
 (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Perancangan terhadap area pedagang kaki lima juga mengambil elemen pagar rumah yang dibelokkan menjadi tempat duduk dan stan PKL. Tujuannya adalah mengakomodasi PKL untuk lebih teratur sehingga tidak memakan *roadway*. Tempat parkir sepeda yang berwarna biru juga tersambung lewat *pavement* dan *asphalt* yang di cat menuju area PKL. Tujuan dari pengecatan di lantai menjadi sebuah pengarah orientasi bagi pengunjung, serta sebagai penyebrangan /zebracross (gambar 14 dan gambar 15).



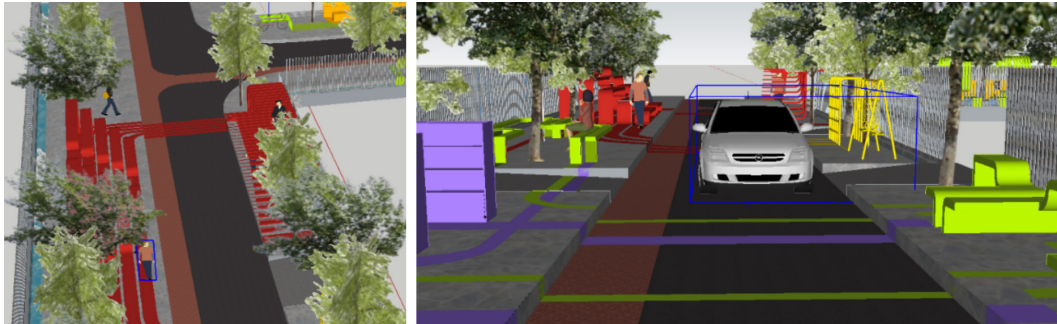
Gambar 14 & 15. Rancangan zonasi program tempat berkumpul seniman dan program Jalan Besuki.
 (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Zona tempat parkir sepeda tersambung dengan PKL, dan PKL tersambung dengan PKL sepeda, tetapi melewati tempat berkumpulnya seniman. ditentukan oleh aktivitas yang terjadi serta fasilitas yang disediakan pada taman.



Gambar 16. (Kiri) Rancangan zonasi program Jl. Kertosono. (Kanan) Rancangan zonasi program pertunjukkan.
 (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Program pada Jalan Kertosono lebih beragam, dikarenakan jalannya yang lebih lebar dan lebih panjang. Program pertama yg ditemui adalah program pertunjukkan. Program ini diletakkan dibagian ujung jalan agar menarik perhatian orang dari kejauhan, serta menggunakan warna merah yang menonjol juga. Rancangan pada zona ini dibuat menyerupai *amphitheater*. Bagian belakang dari panggung ditinggikan dan dibuat menjadi terowongan agar tetap dapat dilalui oleh pedestrian (lihat gambar 16).



Gambar 17. (Kiri) Rancangan zonasi program.
(Kanan) Rancangan zonasi program perpustakaan dan taman bermain dari tampak atas.
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Perancangan untuk program perpustakaan dan program taman bermain cukup sederhana (lihat gambar 17). Perpustakaan di sini diperuntukkan anak-anak, sehingga rak buku yang digunakan juga tidak terlalu tinggi sekitar 150 cm agar orang dewasa masih dapat mengawasi anak-anak mereka. Rak buku juga dibuat tidak terlalu lebar dan terpencah sehingga anak-anak juga tidak merasa bingung. Perpustakaan diletakkan bersebelahan dengan tempat duduk dan area PKL dimana orangtua masih dapat mengawasi anak mereka saat bermain maupun membaca buku. Program yang dipilih memang menyertakan partisipasi publik mulai dari usia muda hingga tua.

SIMPULAN & REKOMENDASI

Penelitian ini menjawab pertanyaan penelitian yang diajukan dan menghasilkan sebuah konsep/model rancangan sebagai solusi dari permasalahan yang muncul dan sebagai tujuan dari penelitian ini. Penelitian dilakukan dengan melihat konteks dua buah taman yang terletak di Kawasan Menteng yang berpotensi untuk dihubungkan dengan ruang jalan yang dapat meningkatkan interaksi sosial warga. Dua taman ini menjadi konteks penelitian dikarenakan fungsi dari kedua taman tersebut berbeda. Konteks ini menciptakan permasalahan kesenjangan interaksi sosial dikarenakan aktivitas yang terjadi pada kedua taman tidak memiliki relasi dan berdiri sendiri. Selain itu, ruang penghubung kedua taman juga sepi dan kurang aktif, sehingga mengakibatkan permeabilitas di antara kedua taman menjadi kurang dan potensi keaktifan ruang penghubung ini sebagai ruang interaksi sosial dan perluasan sebagai ruang publik kota menjadi tidak tercapai. Penelitian ini menghasilkan beberapa kriteria yang harus dipenuhi untuk menciptakan sebuah ruang penghubung aktif pada kedua taman tersebut yang dapat meningkatkan interaksi sosial. Kriteria-kriteria tersebut adalah: Sosiabilitas; Penggunaan ruang dan Aktivitas; Akses, Tautan/ linkage dan Kenyamanan serta *Image*. Peningkatan

sosiabilitas dan aktivitas ruang dengan cara menetapkan program ruang dengan aktivitas yang beragam dan sesuai dengan kebutuhan. Sedangkan peningkatan aksesibilitas dan kenyamanan serta image jalan yang hidup, dilakukan dengan rancangan jalan yang nyaman (penataan *streetscape/streetsfurniture* sepanjang jalan), penempatan fasilitas pendukung dan program aktivitas yang dapat mendukung interaksi sosial, yaitu: penempatan parkir sepeda, penataan PKL, tempat kumpul seniman dengan program pertunjukan, perpustakaan, dan taman bermain.

Dari kriteria tersebut di atas, rancangan dimulai pada Jalan Besuki dan Jalan Kertosono yang menjadi ruang penghubung kedua taman. Program beragam yang diinjeksikan merupakan program yang diambil dari masing-masing taman dan ditarik ke jalan ini. Lalu program kedua taman yang berbeda ini saling dikaitkan sepanjang taman. Rancangan merespon terhadap konteks dan menggunakan warna sebagai penarik perhatian dan penentu orientasi pedestrian. Rancangan yang telah dihasilkan diharapkan dapat membuka Jalan Besuki dan Jalan Kertosono menjadi peluang interaksi sosial diantara kedua taman. Pada awalnya kedua jalan ini menjadi sebuah tembok yang menghalangi interaksi kedua taman. Namun ketika program diinjeksikan pada jalan ini, 'tembok' tersebut hancur dan membuka peluang sebuah jalan untuk interaksi baru. Interaksi sosial ini membantu kedua taman untuk lebih hidup dan berdampak pada lingkungan residensial di sekitarnya. Hasil penelitian ini, khususnya berupa rancangan ruang penghubung taman diharapkan dapat menjadi rekomendasi bagi peningkatan ruang penghubung taman yang dapat meningkatkan interaksi sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Antar, Y. dan Joga, N. (2008). *Komedi Lenong: Satire Ruang Terbuka Hijau*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Bentley, Ian. (1985). *Responsive Environments: A Manual for Designers*. London: Architectural Press.
- Carmona, M. (2003). *Public Places, Urban Spaces: The Dimension of Urban Design*. Oxford: Architectural Press.
- Carmona, M. and Wunderlich, F.M. (2012). *Capital Spaces: The Multiple Complex Public Spaces of a Global City*. London: Routledge.
- Francis, J. K. (2003). *Desmanthus virgatus*. In: *Wildland Shrubs of the United States and its Territories: Thamnisc Descriptions*. General Technical Report IITF-WB-1. U.S. Department of Agriculture, Forest Service. International Institute of Tropical Forestry and Shrub Sciences Laboratory
- Gehl, Jan. (2011). *Life between buildings: using public space*. Washington, DC: Island Press.
- Gehl, Jan and Svarre, Birgitte (2013). *How to Study Public Life*. Washington: Island Press.
- Lefavre, Liane and Döll, Atelier voorBouwkunst, eds. (2007). *City Play: Ground-up City; Play as a Design Tool*. Rotterdam: 010 Publ.
- Low, Setha. (2017). *Spatializing Culture: The Ethnography of Space and Place*. London: Routledge.
- Mamaghani, Nasser Koleini (2009). 'Designing for Improving Social

- Relationship with Interaction Design Approach'. Accessed 6 November 2018. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042815048387>.
- Mantho, Robert. (2015). *The Urban Section: An Analytical Tool for Cities and Streets*. London; New York: Routledge, Taylor & Francis Group.
- Mehta, Vikas. (2013). *The Street: A Quintessential Social Public Space*. London; New York: Routledge.
- Project for Public Space (2008). 'What Makes a Successful Place?' Project for Public Space. Accessed 7 November 2018. <https://www.pps.org/article/grplacefeat>.
- Widya, Leonardo (2016). 'Ruang Terbuka Di Jakarta: Antara Kenyataan Dan Harapan'. Accessed 6 November, 2018. https://www.academia.edu/11714732/RUANG_TERBUKA_DI_JAKARTA_ANTARA_KENYATAAN_DAN_HARAPAN.

EPILOG

DESAIN SEBAGAI PENDORONG TERJADINYA INOVASI SOSIAL, MUNGKINKAH?

DESIGN FOR SOCIAL INNOVATION, IS IT POSSIBLE?

Martin L. Katoppo

Editor in Chief, Jurnal Strategi Desain dan Inovasi Sosial,
Fakultas Desain, Universitas Pelita Harapan

e-mail: martin.katoppo@uph.edu

Kita sudah membaca semua tulisan dan argumentasi para penulis dalam Jurnal Strategi Desain dan Inovasi Sosial Volume 1, Edisi 1 dan tampaknya dari 8 tulisan dalam volume ini hanya 1 yang benar-benar memperlihatkan upaya bagaimana desain berusaha menjadi pendorong terjadinya inovasi sosial. Hal ini diperlihatkan oleh Rahardjo dan tim yang berusaha untuk membangun imajinasi (baca: memberdayakan) anak muda di sebuah kampung di Tangerang Selatan melalui rancangan dan pelaksanaan festival kreatif yang dilakukan secara kolaboratif.

Tiga tulisan lain yang bersinggungan dengan permasalahan urban mengindikasikan bahwa strategi desain yang dilakukan bertujuan untuk mendorong terjadinya inovasi sosial. Mensana, dkk. mendesain ruang transisi antar ruang publik (taman kota) yang bertujuan untuk mendorong terjadinya interaksi sosial, sementara Amarena dan Setiawan mencoba mengupas fasilitas publik (halte bis dan *street signage*) dan merekomendasikan hal-hal yang dapat membuat fungsi fasilitas publik ini menjadi lebih baik dan kelak dapat mempengaruhi perilaku masyarakat penggunaannya. Ketiga tulisan ini pada dasarnya mendambakan kota yang lebih ramah dan dibentuk oleh penghuninya.

Empat tulisan lainnya berfokus pada strategi desain dalam berbagai ranah. Tiga tulisan berada dalam ranah pendidikan dan bagaimana desain dapat saling dukung mendukung dengan sistem pendidikan untuk menghasilkan sistem dan cara belajar yang lebih kreatif. Pendidikan dasar menjadi fokus Purwanto, juga Romadhona dan Aileena. Masing-masing mengembangkan pendekatan desain tertentu (permainan *puzzle* berbahan bambu untuk Purwanto, dan pengembangan desain

karakter pahlawan super untuk Romadhona dan Aileena) bersama dan untuk anak-anak di usia pendidikan taman kanak-kanak (*play group*) untuk mengembangkan model pendidikan yang kreatif dan cara belajar yang menarik. Junianto mencoba melihat strategi (pendidikan) desain yang melibatkan keahlian *digital* dan manual (keterampilan tangan) dalam ranah pendidikan tingkat universitas, khususnya pendidikan desain produk. Sedangkan tulisan Ayuswantana, dkk. mencoba membedah iklan sebuah minuman air mineral kemasan dan mengklaimnya sebagai sebuah strategi desain yang efektif untuk memengaruhi target konsumen anak muda urban tentang perlunya mengonsumsi air mineral merk tertentu tersebut.

Proporsi ini menimbulkan pertanyaan bagi saya sebagai kepala editor JSDIS Vol. 1, Ed.1, apakah memang desain lebih memungkinkan dibayangkan sebagai sebuah strategi untuk mencapai tujuan tertentu? Dalam konteks JSDIS, apakah sulit untuk membayangkan *desain sebagai sebuah strategi yang kemudian mendorong terjadinya inovasi sosial?* (*Design as a strategy for generating social innovation*), atau misalnya membayangkan *desain itu sendiri* sebagai sebuah strategi untuk secara spesifik mendorong terjadinya inovasi sosial (*Design is the strategy for generating social innovation*) (Kimbell, 2009; Buchanan, 1992; Dorst, 2010; Tromp & Hekkert, 2010). Apakah ada *gap* antara desain sebagai sebuah strategi dan desain sebagai sebuah pendorong terjadinya inovasi sosial? Atau memang desain paling mungkin hanya dapat dibayangkan sebagai strategi? (Staton, dkk., 2016).

Selain itu saya juga melihat kesulitan untuk merumuskan metodologi dalam konteks desain. Metodologi yang dimunculkan dalam tulisan-tulisan di atas menunjukkan bahwa desain dalam konteks strategi maupun dalam konteks pendorong terjadinya inovasi sosial selalu meminjam metode-metode dari ranah ilmu pengetahuan lain. Tentu saja dalam konteks desain sebagai pendorong inovasi sosial hal ini jelas menunjukkan irisan desain dan konteks sosial (Brown dan Wyatt, 2010; IDEO, 2013), akan tetapi dalam konteks strategi desain yang semestinya cukup jelas ranah keilmuan desainnya, tetap saja tampak kesulitan pemilihan metodologis diperlihatkan oleh para penulis dalam makalah JSDIS Ed.1, Vol. 1. Penggunaan metode desain dengan parameter yang jelas dalam satu kombinasi yang memadai jarang terlihat karena seringkali para penulis memilih salah satu, yaitu antara menyediakan metode namun tidak menunjukkan parameter pengukuran yang jelas, atau menyediakan parameter namun tidak menunjukkan lingkup metodologi yang ketat.

Bilapun kita kembali pada konteks desain sebagai pendorong inovasi sosial maka akan jelas juga terlihat bahwa dalam penelusuran literatur dan empirik yang pernah saya lakukan, desain dalam hal ini menjadi produk aksi tanpa ada strategi metodologis yang jelas (Katoppo, 2017). Hal ini akan jelas terlihat ketika bahwa seringkali para inisiator yang bergerak menggunakan desain sebagai pendorong inovasi sosial ternyata lebih mempersiapkan metode untuk melakukan aksi atau implementasinya, namun lupa untuk kemudian mempersiapkan hal yang lebih penting, yaitu metode pengukuran dampaknya (Katoppo, dkk., 2014; Katoppo dan

Sudradjat, 2015; Katoppo, dkk., 2017).

Saya pikir persoalan bagaimana desain bisa lebih berpotensi menjadi pendorong inovasi sosial dan persoalan melihat desain sebagai persoalan penelitian yang memiliki metodologi yang jelas menjadi pertanyaan yang menarik dan dapat dieksplorasi secara khusus dalam JSDIS Ed.2, Vol.1. Saya mengundang para penulis dan rekan-rekan dari berbagai latar belakang: akademisi, penggerak komunitas, inisiator, inovator, pemerintah (yang semestinya memberikan perhatian khusus pada persoalan pembangunan manusia dan karenanya berkepentingan pada inovasi sosial macam apa yang harusnya dimunculkan), dan siapapun yang peduli dengan persoalan dan diskusi ini untuk menulis dan memperlihatkan argumentasi yang membangun pengembangan tentangnya.

Sampai jumpa di JSDIS Ed.2, Vol.1!

DAFTAR PUSTAKA

- Brown, T. dan Wyatt, J. (2010). *Design Thinking for Social Innovation*, Stanford Social Innovation Review, Stanford School of Business, 29-35.
- Buchanan, R. (1992). *Wicked Problems in Design Thinking*. Design Issues, Vol.VIII, No.2, pp. 5-21: Published by The MIT Press.
- Dorst, K. (2010): The nature of design thinking, *Proceedings of the 8th Design Thinking Research Symposium (DTSR 8)*, Faculty of Design, Architecture & Building, University of Technology Sidney, Australia, 131-140.
- IDEO (2013). *Human Centered Design (HCD) Toolkit: Design Thinking Toolkit for Social Innovation Project, 2nd.ed*, Licensed under the Creative Commons Attribution Non Commercial Share A-Like 3.0 Unported License, with IDE, Heifer International and ICRW, funded by Bill and Melinda Gates Foundation .
- Katoppo, M.L., Valencia, P., Opposunggu, R.E., dan Triyadi, S. (2014). *Designed as Generator (DAG): an Architectural Approach for Empowering Community (republished as Design as Generator (DAG): an architectural approach for empowering community)*. DIMENSI Journal of Architecture and Built Environment No.2, Architecture Department, Universitas Kristen Petra, Surabaya, 41, 85-94, DOI: 10.9744/dimensi.41.2.85.-94; ISSN: 0126-219X (print)/ ISSN 2338-7858 (online).
- Katoppo, M. L. dan Sudradjat, I. (2015): Combining Participatory Action Research (PAR) and Design Thinking (DT) as an alternative research method in architecture, *Procedia – Social and Behavioral Sciences, International Conference ARTEPOLIS Vol.5*, Architecture Program, School of Architecture, Planning and Policy Development, Institut Teknologi Bandung (ITB), Indonesia, **184 C** (2015), 118-125, doi: 10.1016/j.sbspro.2015.05.069.
- Katoppo, M. L., Triyadi, S., dan Siregar, M. J. (2017): Memory, hope and sense - Design as Generator (DAG) premises for empowering community, *Advanced Science Letters(indexed by scopus)*, Vol.23, No.7, American Scientific Publisher, 6095-6101, 2017, doi:10.1166/asl.2017.9213, ISSN:

1936-6612.

- Katoppo, Martin L. (2017): *DESAIN SEBAGAI GENERATOR PEMBERDAYAAN MASYARAKAT*, Disertasi Program Doktor, Institut Teknologi Bandung.
- Kimbell, L. (2009): Beyond design thinking: design-as-practice and designs-in-practice, *CRESC Conference*, Manchester, 1-15.
- Tromp, N. dan Hekkert, P. (2010): A clash of concerns: applying design thinking to social dilemmas, *Proceedings of the 8th Design Thinking Research Symposium (DTSR 8)*, Faculty of Design, Architecture & Building, University of Technology Sydney, Australia, 393-404.
- Staton, B., dkk. (2016): *From the technical to the political: democratizing design thinking*, Contested Cities International Congress, Madrid.