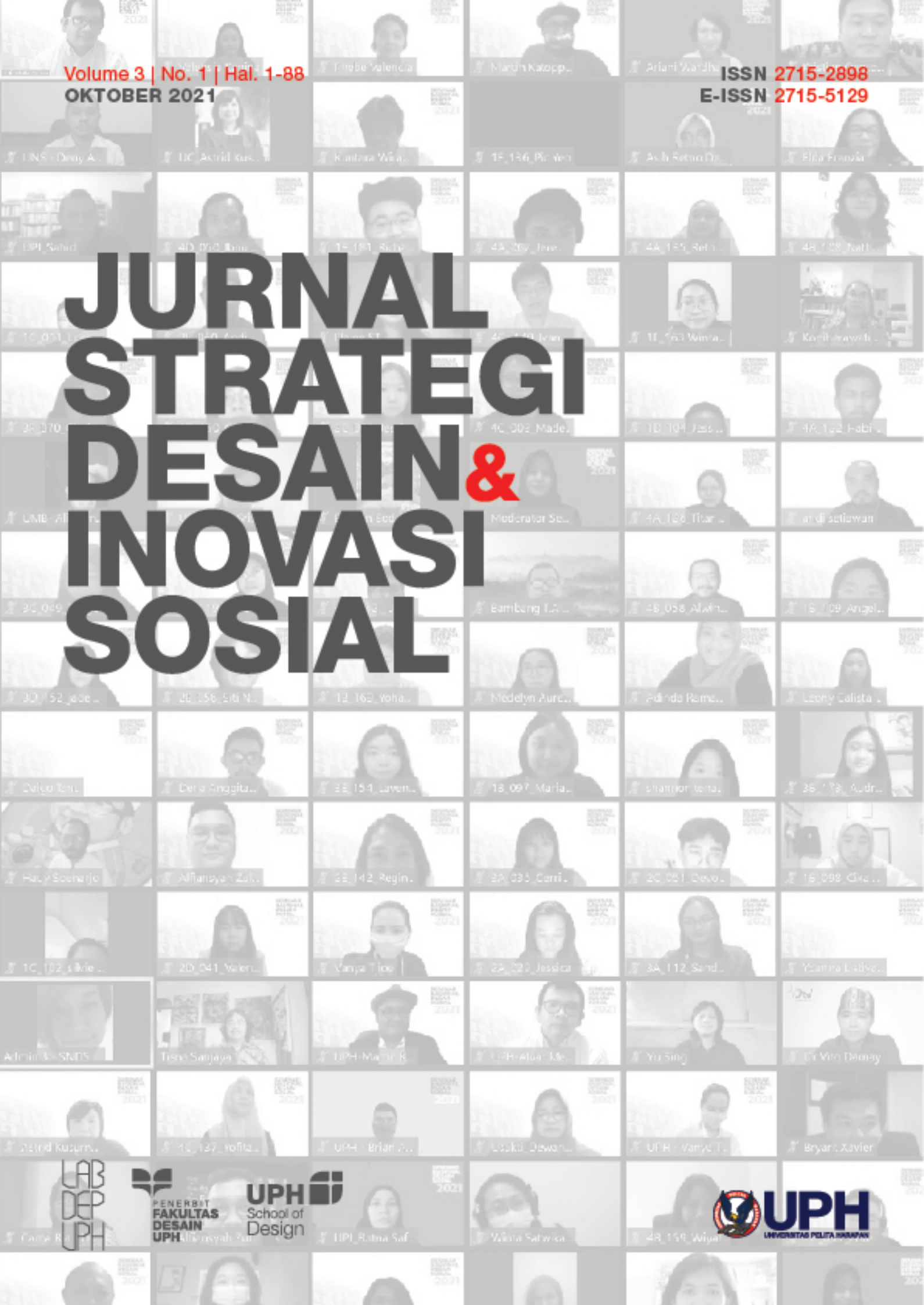


Volume 3 | No. 1 | Hal. 1-88
OKTOBER 2021

ISSN 2715-2898
E-ISSN 2715-5129

JURNAL STRATEGI DESAIN & INOVASI SOSIAL



JURNAL STRATEGI DESAIN & INOVASI SOSIAL

**Volume 3 Edisi 1
Oktober 2021**

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

JURNAL STRATEGI DESAIN & INOVASI SOSIAL

Volume 3 Edisi 1 Oktober 2021

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.

Reviewer

Dr. Lala Palupi Santyaputri, S.Sn., M.Si.
Susi Hartanto, S.Sn., M.M.

Desain Sampul dan Tata Letak

Brian Alvin Hananto, S.Sn., M.Ds.
Kartika Magdalena Suwanto, S.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

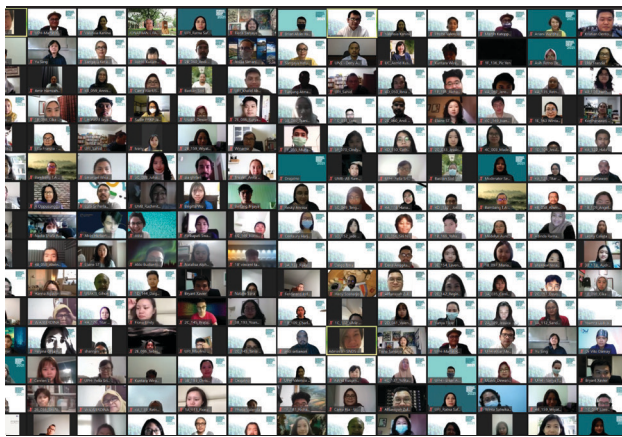
Website

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



JURNAL STRATEGI DESAIN & INOVASI SOSIAL

Foto Sampul
Jurnal Strategi Desain & Inovasi Sosial
Volume 3 Edisi 1



Dokumentasi Kegiatan Seminar Nasional Desain Sosial 2021 secara Daring.

Daftar Isi

v Daftar Isi

1 Prolog

ADAPTABILITAS & STRATEGI INOVASI DESAIN SOSIAL (DI MASA PANDEMI)

Martin L. Katoppo
Universitas Pelita Harapan

5 PERANCANGAN VIDEO TUTORIAL UNTUK SDN PANONGAN 3 SEBAGAI SOLUSI EDUKASI PELESTARIAN LINGKUNGAN DI MASA PANDEMI

Alfiansyah Zulkarnain, Gwyneth Vania, Eunike Florencia
Universitas Pelita Harapan

15 MENINGKATKAN SISI PEMASARAN KERAJINAN PRODUK ANYAMAN DESA JAMBE

Devanny Gumulya, Robertus Malvin Nico M, Prayogo Jatiadi,
Stefani Liem, Muhammad Fachrurozi
Universitas Pelita Harapan

29 ANALISA VISUAL STORYTELLING DALAM VIDEO KAMPANYE SOSIAL CYBERBULLYING “MLC SINGAPORE – DO WHAT’S RIGHT ONLINE”

Evan Apta Febriansyah
Universitas Mercu Buana

**37 UJICoba BUKLET AKTIVITAS MUSEUM BANK INDONESIA
UNTUK SISWA SEKOLAH MENENGAH**

Nadia Mahatmi, Prima Murti Rane Singgih
Universitas Multimedia Nusantara

**51 EKSPLORASI DESAIN FIN SURFBOARD DENGAN
MENGUNAKAN 3D PRINTING FDM**

Rio Ferdinand, Phebe Valencia
Universitas Pelita Harapan

64 Epilog

**DESAIN SEBAGAI PENDORONG INOVASI SOSIAL DI MASA
PANDEMIK (Studi Kasus: Membangun Community Action Plan
Untuk RW Kumuh Jakarta Utara) Bagian 1**

Martin L. Katoppo
Universitas Pelita Harapan

PROLOG

ADAPTABILITAS & STRATEGI INOVASI DESAIN SOSIAL (DI MASA PANDEMI)

ADAPTABILITY & THE SOCIAL INNOVATION DESIGN STRATEGY (IN PANDEMIC TIME)

Pada artikel penutup Jurnal Strategi Desain dan Inovasi Sosial (JSDIS) Vol.2, Ed.2 saya mencoba memberikan tawaran 3 moda kerja strategi adaptif Desain Sosial di masa pandemik dan *beyond* (Katoppo, 2021):

1. **Moda kerja penelitian**, khususnya di fase kelindan mengombinasikan model *e-interview* berbasis penelitian kualitatif dengan kelindan warga (*community engagement*) konvensional.
2. **Moda kerja desain**, menggunakan *platform* digital desain kolaboratif yang memungkinkan Tim dan juga kolaborator, para ahli (*expert*) bahkan anggota komunitas bisa dapat bekerja bersama-sama pada satu waktu.
3. **Moda kerja aksi**, menggunakan kombinasi aksi secara fisik dan melalui *platform* digital. Kombinasi ini memungkinkan terjadinya aksi di pusat kegiatan sebagai pembangun identitas, namun pada saat yang bersamaan juga dapat meluaskan cakupan aksi melalui pelaksanaan serentak di *platform* digital.

Sementara itu Setiawan (2021) pada JSDIS Vol.2, Ed.2 yang sama menawarkan kerangka kerja Desain sebagai pendorong terjadinya inovasi sosial dan sebagai bentuk penanganan krisis berbasis komunitas dengan cara:

1. **Desain/Desainer memfasilitasi komunitas untuk bersama-sama menghadapi perubahan dengan cara membangun kesadaran kolektif terhadap situasi atau permasalahan yang sedang dihadapi oleh warga atau komunitas.**
2. **Desain/Desainer mendampingi gerak komunitas yang sudah ada untuk semakin memperkuat ketahanan warga.**
3. **Mewujudkan warga berdaya dengan melibatkan warga sebagai aktor utama sejak awal dan di setiap langkah tahapan proses kerja penetapan permasalahan hingga pembuatan solusi.**
4. **Mewujudkan aktivitas yang berkelanjutan menjadi kunci utama keberhasilan jangka Panjang dari setiap inisiasi Desain Sosial yang dilakukan.**

Ke-2 argumen ini saya angkat untuk menjelaskan tentang adaptabilitas dan strategi inovasi Desain Sosial terutama di masa pendemik. Ke-2 argumen ini juga ter jelaskan dengan 5 artikel ilmiah dan 1 artikel epilogue yang hadir dalam JSDIS Vol.3 Ed.1 kali ini.

Kelima artikel ilmiah dan 1 artikel epilogue yang dihadirkan terjadi di tengah masa pandemik dan berasal dari berbagai latar belakang ilmu desain (paling tidak ada Desain Komunikasi Visual, Desain Produk, Rancang Kota – Arsitektur – Interior). Nyatanya semua proyek Desain Sosial maupun proyek Desain yang dilakukan semuanya tetap dapat berjalan dengan memperlihatkan ke-3 moda kerja Desain Sosial dan ke-4 kerangka kerja Desain sebagai pendorong inovasi sosial.

Dari latar belakang ilmu Desain Komunikasi Visual: Zulkarnain, Vania dan Florencia merancang video tutorial untuk SDN Panongan 3 sebagai solusi edukasi pelestarian lingkungan; sedangkan Mahatmi dan Singgih mendesain buklet Museum Bank Indonesia berbasis aktivitas untuk Siswa/i Sekolah Menengah; dan Febriansyah mencoba menganalisis *visual storytelling* dalam desain kampanye sosial *Cyberbullying* MLC Singapore – *Do What's Right Online*.

Sementara itu dari sisi Desain Produk: Gumulya, Nico, Jatiadi, Liem dan Fachrurrozi berupaya meningkatkan sisi pemasaran kerajinan produk anyaman di Desa Jambe, sedangkan Ferdinand dan Valencia mencoba mengeksplorasi desain *Fin Surfboard* dengan menggunakan 3D Printing FDM berbasis komunitas *surfer* (peselancar).

Artikel epilogue Katoppo, Oppusunggu dan Kamil tentang upaya peningkatan kualitas permukiman RW kumuh di Jakarta Utara berbasis Rencana Aksi Masyarakat (*Community Action Plan*) mewakili Rancang Kota – Arsitektur – Interior. Zulkarnain, Vania dan Florencia misalnya menerapkan ke-3 moda kerja Desain Sosial yang mengombinasikan model daring dan luring dalam setiap tahapan penelitian, mendesain dan melakukan aksinya. Hal ini juga dilakukan oleh Katoppo, Oppusunggu dan Kamil dan hasilnya tetap efektif dan optimal terutama dalam konteks kelindan masyarakat dan menetapkan rumusan permasalahan. Mahatmi dan Singgih mengumpulkan data dari pengunjung melalui *virtual tour* Museum Bank Indonesia. Ferdinand dan Valencia menggunakan metode FGD dan pengisian kuesioner secara *online* untuk memahami preferensi peselancar. Febriansyah melihat potensi media digital untuk membantu memahami pembuatan kampanye *cyberbullying* yang efektif.

Apa yang dilakukan Gumulya, Nico, Jatiadi, Liem dan Fachrurrozi secara jelas memperlihatkan kerangka kerja desain/desainer dalam memfasilitasi warga membangun kesadaran kolektif terhadap situasi perubahan dan mendampingi komunitas yang ada untuk semakin memperkuat desain produk anyaman di Desa Jambe. Harapannya tentu saja warga yang berdaya dan aktivitas yang berkelanjutan. Hal ini juga yang dilakukan oleh Katoppo, Oppusunggu dan Kamil ketika bersama warga membuat rencana aksi (*Community Action Plan*) desain sosial yang dapat membawa warga keluar dari kekumuhan. Ke-4 tahapan kerangka kerja: memfasilitasi, mendampingi, memberdayakan dan mendorong aktivitas yang berkelanjutan menjadi hal yang penting dan diuji saat membuat rencana aksi masyarakat ini.

Hal menarik lain adalah bahwa dari ke-5 artikel ilmiah dan 1 artikel epilogue, 4 kelompok peneliti-pendesain-penggerak ini menggunakan metode *Design Thinking* (Brown, 2008; Brown dan Katz, 2009; Brown dan Wyatt, 2010; IDEO,

2013), sedangkan 1 kelompok pendesain menggunakan pendekatan yang kurang lebih sama: berempati, FGD dan *prototyping*. Desain Sosial sebagai desain yang menjadi pendorong inovasi sosial tampaknya menemukan lingkup metode yang sesuai dengan gerak lincah meneliti-mendesain-beraksi melalui metode *Design Thinking* (Katoppo, 2017; Katoppo, 2018; Katoppo 2020).

Saya melihat isu Desain Sosial semakin kuat dan artikel-artikel ilmiah ini mengonfirmasi kelincahan (*agility*) Desain Sosial dalam menghadapi COVID-19. Lokus penelitian-mendesain-dan beraksi dalam artikel-artikel pada JSDIS Vol.3 Ed.1 ini juga menyiratkan demikian: Zulkarnain, Vania dan Florencia bergerak di Tangerang dalam konteks SD; Gumulya, Nico, Jatiadi, Liem dan Fachrurrozi bergerak juga di Tangerang namun dalam konteks komunitas penganyam; Mahatmi dan Singgih juga Febriansyah memanfaatkan lokus digital dalam konteks kegiatan siswa Sekolah Menengah (buklet interaktif untuk virtual tur) dan kampanye sosial yang relevan di masa pandemik ini (*cyberbullying*); Ferdinand dan Valencia bergerak lintas daerah hingga ke Bali dalam konteks komunitas peselancar; sedangkan Katoppo, Oppusunggu dan Kamil bergerak di Jakarta dalam konteks kampung kumuh. Tentu ini memberi harapan besar bahwa Desain Sosial memang mampu beradaptasi, berperan dan memiliki strategi inovasi dalam situasi pandemik terutama dalam tujuannya membangun situasi sosial masyarakat yang lebih baik (Katoppo, 2021).

Semoga JSDIS Vol.3, Ed.1 kali ini akan menjadi inspirasi bagi semua dan mendorong semakin banyak desainer-desainer dan inisiator-inisiator yang tergerak untuk mendesain bagi masyarakat terutama untuk mendorong terjadinya inovasi sosial. Saya juga mengundang para desainer dan inisiator yang memiliki inisiatif Desain Sosial untuk dapat dipublikasikan di JSDIS Volume dan Edisi selanjutnya agar wacana dan diskusi kelimuan serta praktik Desain Sosial semakin kuat.

Selamat membaca dan tergerak untuk meneliti-mendesain-beraksi Desain Sosial.
Stay safe, healthy, and productive!

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.
- 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. (2017): *DESAIN SEBAGAI GENERATOR PEMBERDAYAAN MASYARAKAT*, Disertasi Program Doktor, Institut Teknologi Bandung.
- Katoppo, M.L. (2018): Desain sebagai Generator: Bagaimana Desain menjadi terang bagi semua orang, *Seminar Nasional Desain Sosial, Design Week 2018, ISBN: 978-602-17184-3-8, 24th, July 2018, Fakultas Desain,*

Universitas Pelita Harapan, Tangerang, Indonesia.

Katoppo, M.L. (2020): Membangun Wacana Desain Sebagai Strategi Dan (Terus) Melihat Kemungkinan Desain Sebagai Pendorong Inovasi Sosial, *Jurnal Strategi Desain dan Inovasi Sosial Vol.1, Ed. 2*, Fakultas Desain, Universitas Pelita Harapan (UPH), Indonesia, 219-223, ISSN:2715-2898, E-ISSN: 2715-5129.

Katoppo, M.L. (2021): Menerawang Adaptabilitas Desain Sosial Di Masa Pandemi, *Jurnal Strategi Desain dan Inovasi Sosial Vol.2, Ed. 2*, Fakultas Desain, Universitas Pelita Harapan (UPH), Indonesia, 154-160, ISSN:2715-2898, E-ISSN: 2715-5129.

Setiawan, A. (2021): Desain Kerangka Kerja Penanganan Krisis Berbasis Komunitas Di Perkotaan, *Jurnal Strategi Desain dan Inovasi Sosial Vol.2, Ed. 2*, Fakultas Desain, Universitas Pelita Harapan (UPH), Indonesia, 144-153, ISSN:2715-2898, E-ISSN: 2715-5129.

PERANCANGAN VIDEO TUTORIAL UNTUK SDN PANONGAN 3 SEBAGAI SOLUSI EDUKASI PELESTARIAN LINGKUNGAN DI MASA PANDEMI

DESIGNING TUTORIAL VIDEO FOR PANONGAN 3 PUBLIC ELEMENTARY SCHOOL AS ENVIRONMENTAL PRESERVATION EDUCATION SOLUTION IN PANDEMIC ERA

Alfiansyah Zulkarnain¹, Gwyneth Vania², Eunike Florencia³

^{1,2,3}Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain, Universitas Pelita Harapan
e-mail: alfiansyah.zulkarnain@uph.edu¹, gv80012@student.uph.edu²,
ef70030@student.uph.edu³

Diterima: Oktober, 2021 | **Disetujui:** Oktober, 2021 | **Dipublikasi:** Oktober, 2021

Abstrak

SD Negeri Panongan 3 merupakan sekolah dasar negeri yang terletak di Kecamatan Panongan, Kabupaten Tangerang, Banten. Kegiatan edukasi pelestarian lingkungan yang merupakan bagian dari program Gerakan Sekolah Menyenangkan (GSM) SDN Panongan 3, kini tidak dapat diimplementasikan dikarenakan oleh pandemi COVID-19. Solusi dari permasalahan yang didapatkan bersama-sama dengan mitra adalah melalui perancangan video tutorial tugas interaktif mengenai pengolahan sampah plastik. Perancangan ini menggunakan metode *Design Thinking* sebagai panduan tahapan desain untuk menemukan masalah desain dan solusi desain. Dalam proses desainnya, digunakan metode *Participatory Action Research* yang mana melibatkan pihak *stakeholder* seperti pimpinan sekolah, guru-guru, dan para orangtua murid, dan para siswa-siswi dalam menentukan masalah desain, perancangan desain, dan implementasi solusi desain. Selain itu, digunakan metode Piramida *Freytag* untuk merancang tahapan video tutorial. Hasil pengukuran efektifitas solusi desain menunjukkan hasil yang positif dan membuktikan bahwa proyek ini telah berjalan dan diterima para murid SDN Panongan 3 dengan baik. Proyek ini berhasil meningkatkan pemahaman dan kepedulian siswa/i terhadap isu lingkungan.

Kata Kunci: Riung Desain, SDN Panongan 3, Video Edukasi, Pelestarian Lingkungan

Abstract

Panongan 3 Public Elementary School, located in Panongan Regency, Tangerang City, Banten Province, Indonesia. Its interactive environment preservation education activity, which is part of the school's Gerakan

Sekolah Menyenangkan (GSM) Program, was hindered by pandemic caused by COVID-19. The solution found together with the school board and teachers was through designing a interactive assignment tutorial video about recycling plastic waste. Design Thinking method was used as the framework to look for essential problems and to find the design solution. In the process, Participatory Action Research method was used to involve the stakeholders like the school board, teachers, parents, and students as the source in finding the design problem, in design direction, as well as design implementation. Freytag's Pyramid structure was used to create the video tutorial. The post-test result shows that the design solution worked and had a positive impact to the students as the user. This project managed to raise the students' understanding and awareness to environmental issues.

Keywords: *Design Thinking, SDN Panongan 3, Educational Video, Environmental Preservation*

PENDAHULUAN

SD Negeri Panongan 3 merupakan sekolah dasar negeri yang terletak di Kecamatan Panongan, Kabupaten Tangerang, Banten. Sekolah ini memiliki luas tanah 2000 meter persegi dengan jumlah ruang kelas sebanyak 9 ruang. Jumlah total jumlah murid sebanyak 565 siswa (data per Januari 2021). SDN Panongan 3 memiliki sebuah program sekolah yang dinamai program Gerakan Sekolah Menyenangkan (GSM). Gerakan Sekolah Menyenangkan merupakan gerakan akar rumput yang mempromosikan dan membangun kesadaran guru, kepala sekolah, orang tua, dan pemangku kebijakan pendidikan untuk membangun ekosistem sekolah sebagai tempat yang menyenangkan untuk belajar ilmu pengetahuan dan keterampilan hidup agar anak-anak menjadi pembelajar yang adaptif, mandiri, tangkas, dan cepat menghadapi perubahan dunia yang sangat cepat dan tak menentu (sekolahmenyenangkan.or.id). Visi dari program ini adalah untuk menjadikan sekolah memiliki lingkungan belajar yang positif, menyenangkan, aman, dan membangkitkan semangat belajar siswa untuk meningkatkan kualitas pembelajaran dan karakter baik anak-anak Indonesia. Salah satu kegiatan dalam program ini adalah menjaga kebersihan lingkungan melalui aktivitas interaktif dan menyenangkan (Zulkarnain et al., 2021).

Program GSM yang merupakan program andalan SDN Panongan 3 yang sebelumnya menjadi pedoman yang utama dalam membuat murid senang belajar, kini tidak dapat diimplementasikan dikarenakan oleh pandemi COVID-19. Kegiatan belajar mengajar akhirnya dilakukan melalui sistem Pendidikan Jarak Jauh (PJJ). Berdasarkan proses wawancara dengan pihak sekolah, para murid tidak dapat memaksimalkan Gerakan Sekolah Menyenangkan (GSM) seperti yang biasa dilakukan ketika pembelajaran normal. Ketika pergeseran sistem belajar yang tiba-tiba ini terjadi, murid tidak bisa belajar langsung di sekolah dan pendidikan karakter seputar lingkungan menjadi sulit untuk dilaksanakan. Diperlukannya program keberlanjutan dari program memelihara lingkungan hidup yang dapat diteruskan di lingkungan rumah dan sekitarnya. Tim penulis perlu memecahkan

bagaimana guru-guru dapat mengajak siswa-siswi agar tetap menjaga lingkungan selama pembelajaran secara daring.

Solusi dari permasalahan yang didapatkan bersama-sama dengan mitra dengan menggunakan metode *Design Thinking* dan *Participatory Action Research* adalah melalui perancangan video tutorial tugas interaktif mengenai *global warming* sebagai bentuk edukasi dan juga meningkatkan kepedulian siswa-siswi terhadap lingkungan. Melalui video tutorial ini, perancangan terfokus pada sampah plastik yang merupakan salah satu faktor penyebab *global warming* dengan memperkenalkan dan mengajarkan dengan cara yang menyenangkan tentang urgensi dari *global warming* dan salah satu cara untuk menghentikannya, yakni mengurangi penggunaan dan mengolah sampah plastik. Materi pembelajaran yang dipilih merupakan materi yang disepakati antara tim penulis dan juga pihak sekolah, didasari oleh data prioritas materi belajar berdasarkan wawancara dengan guru-guru SDN Panongan 3. Evaluasi terhadap solusi permasalahan dilakukan dengan membandingkan hasil *pre-test* dan *post-test* yang dilakukan dengan para *stakeholder* di SDN Panongan 3, seperti murid dan juga guru.

KAJIAN TEORI

Tim Penulis menggunakan metodologi spesifik Desain sebagai Generator (Katoppo, 2017) yang merupakan gabungan antara kegiatan meneliti dan mendesain serta melaksanakan hasilnya (*action*). Metode ini terdiri dari gabungan dari dua metode desain, yaitu metode *Design Thinking* dan *Participatory Action Research* (PAR) untuk menemukan masalah dan cara mengatasi masalah tersebut. Selain itu, digunakan metode Piramida Freytag untuk membuat struktur video tutorial interaktif.

Design Thinking merupakan konsep berpikir untuk menyelesaikan masalah dengan cara mengaktualisasi ide dan membuat penyelesaian masalah dengan praktis dan kreatif. Terdapat lima fase dalam metode *design thinking*. Fase tersebut adalah *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. (Swarnadwitya, 2020). Metode ini merupakan kumpulan aturan dan cara untuk mendapatkan hasil yang terbaik dari sebuah tim, dengan mempengaruhi cara berpikir dan kerja tim (Berengueres, 2014). *Design Thinking* mengedepankan inovasi untuk kebutuhan orang-orang, yang dicapai dengan beberapa elemen, yaitu berpusat pada manusia, kreatif, kolaboratif, dan berulang (*iterative*) (Ali, 2017). Proses ini juga memberikan ruang kreativitas yang luas, sehingga bisa melihat masalah dalam berbagai sudut pandang yang berbeda, yang akan membukakan pikiran. Sudut pandang yang berbeda bisa datang dari anggota tim yang ada, dan semuanya harus berkolaborasi melakukan percobaan langsung yang bisa menjadi solusi desain. Solusi yang didapat perlu diuji berulang-ulang untuk memastikan bahwa solusi tersebut benar-benar bekerja.

Terdapat beberapa tahapan yang perlu dijalankan dalam proses *Design Thinking*. Tahap pertama adalah *emphatize*, yaitu bagaimana desainer mengamati orang (*user*) dengan lingkungan sekitarnya agar dapat memahami kebutuhannya, serta terlibat dan merasakan langsung apa yang dialami oleh pengguna tersebut, sehingga desainer dapat mengerti dan berempati dengan kelompok orang yang

dituju. Setelah memahami apa yang dibutuhkan pengguna, tahap berikutnya adalah *define*. Pada tahap ini, desainer perlu menentukan permasalahan spesifik yang akan diatasi, sesuai dengan kebutuhan pengguna. Setelah itu, berlanjut ke tahap *ideate*, di mana tim desainer mulai mengumpulkan ide solusi untuk permasalahan yang ada. Ide yang sudah terkumpul kemudian akan dibuat ke dalam bentuk fisik dalam tahap *prototype*. Tahap yang terakhir adalah *test*, untuk menguji solusi yang dibuat. Solusi itu diuji coba kepada pengguna, sehingga akan ada masukan kembali untuk memperbaiki solusi tersebut. Uji coba dilakukan berulang-ulang untuk mendapatkan hasil yang terbaik. Seluruh tahap ini dilakukan dengan harapan tim desainer bisa menghasilkan produk yang inovatif, bertahan lama, dan tepat sasaran bagi permasalahan pengguna.

Pada tahap *emphatize* dilakukan wawancara dan pembagian kuisioner untuk mendapatkan data dan memahami situasi SDN Panongan 3 secara menyeluruh. Pada tahap *define* dilakukan analisa data dan penentuan masalah desain yang perlu diintervensi. Pada tahap *ideate* dilakukan perencanaan solusi desain dan proses meminta *feedback* dari *stakeholder* (guru SDN Panongan 3). Pada tahap *prototype* dilakukan perancangan solusi desain dan meminta *feedback* dari *stakeholder* (guru SDN Panongan 3). Setelah proses iterasi dilakukan, kemudian dilanjutkan dengan proses produksi solusi desain berupa *starter kit* dan video. Untuk mendapatkan pengukuran efektifitas solusi desain dilakukan pengukuran menggunakan metode *pre-test/post-test* pada tahap *test*. Analisa hasil dilakukan berdasarkan data pengukuran *pre-test/post-test* untuk mendapatkan simpulan-simpulan dan gambaran arah iterasi.

Penulis juga menggunakan *Participatory Action Research* (PAR), sebuah metode riset yang secara partisipatif mengajak masyarakat untuk bersama mendorong terjadinya aksi transformatif dari sebuah keadaan yang sudah ada (Cronika, 2013). Dalam hal ini, penulis mengajak guru dan siswa SDN Panongan 3 untuk bersama menjalankan tugas interaktif yang berguna bagi lingkungan. Di sini pihak *stakeholder* yaitu guru dan orang tua turut berperan dalam proses perancangan solusi desain, baik sebagai narasumber ahli masalah desain, sebagai narasumber ahli hasil desain, maupun sebagai media penyampai dan pengawas implementasi solusi desain.

Metode Piramida Freytag adalah sebuah paradigma struktur dramatis melalui tujuh langkah penceritaan yang mencakup *exposition*, *inciting incidents*, *rising actions*, *climax*, *falling action*, *resolution*, *denouement* (Chey, 2019). Narasi dibuka dengan eksposisi yang mana membangun lokasi dan karakter. Pada tahap selanjutnya, cerita mulai bergerak. Muncul suatu hal atau kejadian yang mendorong terjadinya konflik sampai dengan klimaks cerita. *Falling action* melanjutkan klimaks dan menunjukkan hasil (solusi) dari konflik. Elemen dramatis kemudian turun ke sebuah resolusi di mana tokoh menyelesaikan masalah sampai cerita berakhir (Griffith, 2006). Struktur ini akan digunakan dalam menyusun tahapan video tutorial tugas interaktif untuk menghasilkan solusi desain yang menarik untuk siswa-siswi SDN Panongan 3.

METODOLOGI

Pada kegiatan proyek desain ini dilaksanakan dengan menggunakan metode

penelitian dan pelaksanaan sebagai berikut:

Metode yang digunakan bersifat *hybrid* dengan menggabungkan *Design Thinking* dan *Participatory Action Research* (PAR). Kedua metode ini membantu tim penulis dalam menemukan solusi desain yang efektif. Pembuatan video menggunakan pendekatan *Piramida Freytag* dengan membuat alur cerita ke dalam *exposition*, *inciting incidents*, *rising action*, *climax*, *falling action*, *resolution* dan *denouement*.

1. Penelitian kualitatif juga dilakukan melalui kegiatan wawancara narasumber secara daring melalui *video call* dan *Whatsapp*. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan data yang lengkap dan valid.
2. Penelitian kuantitatif dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada murid SDN Panongan 3 untuk mengetahui ketertarikan style ilustrasi untuk video yang disebarkan melalui google form dan telah diisi oleh 140 sampel. Selain itu, tim penulis juga menyebarkan *pre-test* dan *post-test* yang bertujuan untuk melihat tingkat keberhasilan video dalam mengedukasi para murid.

Untuk mencapai tujuan proyek dengan baik dan tepat waktu terdapat timeline kerja yang disusun sebagai berikut:

Tabel 1 Timeline Proses Perancangan dan Implementasi Solusi Desain.

Waktu	Kegiatan
Januari - 2021	Tahap <i>Emphatize</i>
Februari 2021	Tahap <i>Define</i> dan <i>Ideate</i>
Maret 2021	Tahap <i>Prototype</i>
6 April 2021	Tim mengirimkan starter kit ke SDN Panongan 3
7 April 2021	Murid mengisi <i>pre-test</i>
8 April 2021	Pembagian <i>starter kit</i> dan video oleh wali kelas kepada murid
9-10 April 2021	Murid mengerjakan tugas interaktif
11 April 2021	Setelah mengerjakan tugas interaktif, murid mengisi <i>post-test</i>
12 April 2021	Pengumpulan testimoni dan tes serta melakukan analisa hasil

PEMBAHASAN

Perancangan video tutorial tugas interaktif ini bertujuan untuk memberikan edukasi terkait cara melestarikan lingkungan kepada murid SDN Panongan 3 yang mengalami kejenuhan dengan sistem belajar daring dengan cara yang menyenangkan, sesuai dengan karakter program GSM. SDN Panongan 3 adalah sebuah sekolah yang telah mengajarkan murid-muridnya tentang kelestarian lingkungan dengan mengurangi sampah dengan slogan “Buang Sampah Dengan Tempatnya”, slogan ini berarti tidak hanya membuang sampah pada tempatnya namun juga mengurangi produksi sampah. Pada masa pandemi COVID-19 ini, para guru tidak dapat lagi mengawasi sikap dan perilaku murid terkait aksi melestarikan lingkungan sehingga terbentuklah tugas berupa video tutorial interaktif. Dengan

menggunakan metode *Design Thinking* dan PAR, adapun tahapan perancangan video tutorial ini adalah sebagai berikut:

1. Mengumpulkan data dengan narasumber secara daring.

SDN Panongan 03 terletak di Kp. Panongan, PANONGAN, kec. Panongan, Kabupaten Tangerang, Provinsi Banten. Berdasarkan data dari website sekolah, SDN Panongan 03 memiliki 15 guru dengan 302 siswa dan 237 siswi. Mereka juga menerapkan sistem Gerakan Sekolah Menyenangkan (GSM) yang bertujuan untuk menciptakan lingkungan yang positif, pembelajaran berbasis proyek, keterlibatan orang tua siswa, dan penumbuhan karakter. Murid diajarkan untuk peduli dengan lingkungan dan kampung mereka. Saat ini pembelajaran dilakukan secara online akibat pandemi COVID-19 sehingga menjadi lebih sulit untuk memantau kegiatan siswa-siswi dan dalam penerapan GSM.



Gambar 1 Sekolah SDN Panongan 3. (Sumber: Supendi, 2021)

- 2. Menganalisis dan merumuskan masalah pada tahap *Discover* dengan pertanyaan ‘ Bagaimana kita bisa..?’.** Pertanyaan yang didapatkan adalah ‘*Bagaimana kita bisa meningkatkan efektivitas kegiatan SDN Panongan 03 dalam melestarikan lingkungan secara daring?*’. Selanjutnya menentukan beberapa alternatif tema yang berguna sebagai solusi desain dan mendiskusikannya dengan pihak sekolah. Kemudian terpilih tema ‘Peduli Lingkungan Melalui Tugas Interaktif’, diharapkan dengan adanya tugas interaktif dapat mendorong siswa-siswi untuk dapat bermain melalui tugas pembentukan karakter seputar lingkungan. Setelah berdiskusi dengan pihak SDN Panongan 3, alternatif yang dirasa tepat dan sesuai dengan kondisi saat ini adalah alternatif ke 3 yaitu dalam format video tutorial.
- 3. Menyebarkan kuesioner** melalui google form untuk memahami ketertarikan murid SDN Panongan 3. Pertanyaan yang diajukan terkait dengan isu tentang sampah dan lingkungan serta pendapat responden terhadap maskot yang akan digunakan.



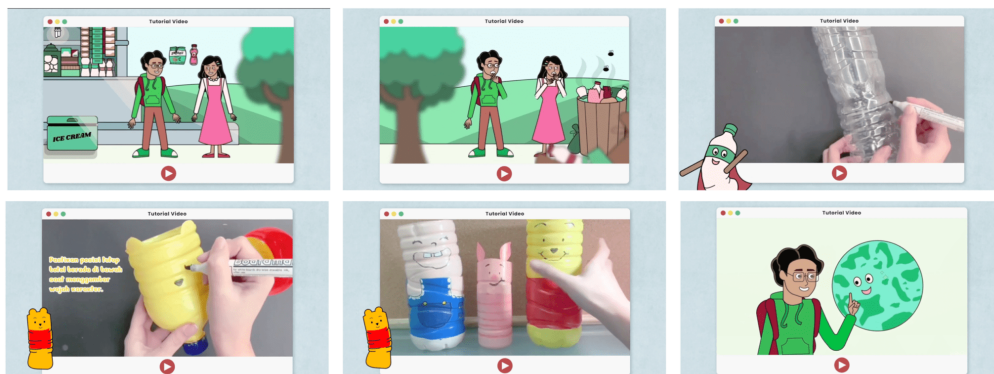
Gambar 2 Diagram Hasil Angket. (Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021)

Hasil angket (Gambar 2) menunjukkan bahwa para siswa SDN Panongan 3 84,3% masih sering menggunakan produk dengan kemasan sekali pakai dan 26,4% baru tahu bahwa sampah plastik tersebut butuh waktu ratusan tahun agar dapat terurai dan jika tidak dapat beracun dan menyebabkan kanker pada manusia. Selain itu, terdapat 21,4% yang baru tahu bahwa sampah plastik dapat diolah sehingga menghasilkan keuntungan. Banyak dari para murid yang sangat tertarik dengan pengajaran tentang mendaur ulang sampah plastik menjadi pot dengan hasil sebesar 55,7%, 37,1% tertarik dan 7,1% biasa saja.

4. Merancang prototipe. Pada tahap pra produksi menggunakan bantuan pendekatan Piramida Freytag dalam membuat alur cerita dalam video yang digambarkan melalui *storyboard*. Beberapa *screenshot* dari video tutorial tugas interaktif yang dihasilkan dapat dilihat pada Gambar 3. Adapun rancangan struktur video ini adalah sebagai berikut:

- *Exposition*: video tutorial dimulai dari penggambaran suasana lingkungan sekitar rumah dan sekolah dari siswa-siswi SDN Panongan 3. Terdapat taman, warung, pepohonan, dan tong sampah.
- *Inciting Incident*: permasalahan dimulai dengan karakter yang mengamati bahwa lingkungan sekitar terdapat banyak sampah.
- *Rising Action 1*: kemudian kedua karakter menjelaskan bahwa penumpukkan sampah ini merupakan pencemaran lingkungan yang dapat mengakibatkan global warming.
- *Rising Action 2*: lalu muncul karakter botol yang mengajak kedua karakter dan para audiens untuk mendaur ulang sampah plastik, khususnya sampah botol plastik menjadi pot yang lucu dan menarik.
- *Rising Action 3*: video dilanjutkan dengan tutorial membuat pot botol.
- *Climax*: munculnya pot yang lucu dan menarik hasil dari pengolahan botol plastik.
- *Falling Action & Resolution*: setelah tutorial berakhir, karakter mengingatkan kembali akan pentingnya melestarikan lingkungan dan mengurangi sampah plastik. Sampah plastik dapat digunakan kembali, salah satunya dengan membuat pot yang juga ikut serta dalam menambah kelestarian lingkungan.

- **Denouement:** Ucapan ajakan untuk melestarikan lingkungan bersama-sama dan penutup.



Gambar 3 Hasil Akhir Video Tutorial. (Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021)

5. Melakukan pengukuran **pre-test** dan **post-test** untuk mengukur keberhasilan proyek. *Pre-test* diisi sebelum melakukan kegiatan sedangkan *post-test* diisi setelah melakukan kegiatan.

Berikut pertanyaan yang diberikan:

1. Apakah di sekitarmu terdapat tumpukan sampah yang tidak diolah?
2. Apakah kamu tahu cara mengolah sampah plastik untuk mengurangi sampah di lingkunganmu?
3. Seberapa seringkah kamu menggunakan produk dengan kemasan plastik/ styrofoam?
4. Apakah kamu pernah mendapat pengajaran/ sosialisasi tentang sampah dan cara pengolahannya?
5. Apakah kamu pernah berusaha mengurangi sampah plastik?
6. Apakah kamu pernah terlibat dalam aktivitas mengolah sampah?
7. Apakah kamu tahu bahwa saat ini sedang terjadi pemanasan global? (yaitu adanya peningkatan suhu rata-rata bumi dalam jangka waktu yang lama dan dapat menimbulkan berbagai dampak negatif?
8. Apakah kamu tahu bahwa salah satu penyebab pemanasan global adalah adanya sampah plastik?

Berikut hasil *pre-test* dan *post-test* edngan sampel 25 murid SDN Panongan 3:

Siswa/i tahu cara mengolah sampah plastik untuk mengurangi sampah di lingkungannya :			Siswa/i berusaha mengurangi sampah plastik :		
	Pre Test	Post Test		Pre Test	Post Test
Tahu	48%	96%	Berusaha	88%	92%
Tidak Tahu	52%	4%	Tidak Berusaha	12%	8%

Siswa/i menggunakan produk dengan kemasan styrofoam / plastik :			Siswa/i berpartisipasi dalam aktivitas mengolah sampah :		
	Pre Test	Post Test		Pre Test	Post Test
<2 kali seminggu	36%	40%	Berpartisipasi	44%	92%
2-5 kali seminggu	48%	48%	Tidak Berpartisipasi	56%	8%
>5 kali seminggu	16%	12%			

Siswa/i mendapat pengajaran tentang sampah dan mengolahnya :			Siswa/i tahu bahwa salah satu penyebab pemanasan global adalah sampah plastik :		
	Pre Test	Post Test		Pre Test	Post Test
Dapat	72%	100%	Tahu	60%	88%
Tidak Dapat	28%	0%	Tidak Tahu	40%	12%

**Gambar 4 Hasil Jawaban Pre- test dan Post- test SDN Panongan 03.
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021)**

Gambar 4 memperlihatkan terjadi kenaikan pengetahuan terkait cara mengolah sampah yang semula tidak diketahui 52% responden menjadi 4%. Data juga menunjukkan 40% responden menghasilkan sampah plastik kurang dari 2 kali dalam seminggu. Sebelum melakukan kegiatan, 28% responden yang semula belum mendapat pengajaran tentang sampah dan cara mengolahnya berkurang menjadi 0%. Tingkat usaha untuk mengurangi sampah juga meningkat dari 88% menjadi 92%. Partisipasi murid dalam aktivitas mengolah sampah meningkat dari 44% menjadi 92%. Pemahaman murid tentang penyebab pemanasan global adalah sampah plastik meningkat dari 60% menjadi 88%. Hasil *pre-test* dan *post-test* membuktikan bahwa video tutorial tugas interaktif sebagai edukasi pelestarian lingkungan untuk SDN Panongan 3 berhasil mencapai tujuan dengan adanya peningkatan pemahaman positif para murid tentang sampah plastik.

SIMPULAN & REKOMENDASI

Tujuan dari proyek tugas interaktif yang dilakukan pada sampel berjumlah 25 murid SDN Panongan 3 telah tercapai. Proyek tugas interaktif mengolah limbah botol plastik menjadi pot tanaman demi mengurangi sampah yang berbahaya bagi lingkungan telah berjalan dan diterima murid dengan baik. Proyek tugas interaktif yang dihadirkan dalam bentuk video tutorial ini juga menjadi sangat berpotensi untuk digunakan kembali oleh pihak SDN Panongan 3 kepada murid-murid lainnya, baik dalam masa sistem belajar online ini maupun ketika pembelajaran sudah kembali normal. Keunikan dari proyek ini adalah mengedukasi murid terkait pengolahan sampah plastik dengan cara yang menyenangkan sekaligus mengasah kreativitas mereka. Proyek ini tidak hanya dapat meningkatkan kepedulian siswa/i terhadap isu lingkungan, tetapi juga mengingatkan mereka untuk menjaga kebersihan. Meskipun tidak mendapat hasil 100% positif, sebagian besar hasil mengalami peningkatan pemahaman positif dari para murid tentang sampah plastik. Dengan demikian, proyek solusi desain ini berpotensi untuk dilanjutkan oleh pihak SDN Panongan 3 untuk meningkatkan semangat belajar para murid.

Kesimpulan lain yang lebih spesifik atas hasil perancangan proyek video tutorial tugas interaktif sebagai edukasi pelestarian lingkungan SDN Panongan 3 adalah:

1. Perancangan video dan solusi harus merepresentasikan selera masyarakat. Hal ini akan membantu meningkatkan ketertarikan dan hiburan terhadap video yang diberikan.
2. Untuk membuat solusi desain perlu adanya komunikasi yang baik dengan narasumber sehingga data yang didapatkan lebih banyak dan valid sehingga solusi desain dapat memenuhi dan membantu kebutuhan di masyarakat dengan tepat.
3. Penggunaan maskot, ilustrasi, warna dan suara merupakan elemen-elemen yang dapat membantu membangun suasana dan keseluruhan video.

Berdasarkan hasil perancangan ini, tim penulis dapat merekomendasi beberapa pengembangan. Pertama, melakukan pengembangan yang bersifat keberlanjutan dari solusi desain yang ada dengan merancang proyek serupa untuk siswa-siswi angkatan selanjutnya, ataupun merancang proyek serupa untuk siswa-siswi dengan sampel yang sama di tahun yang akan datang sesuai dengan materi yang akan dipelajari. Selain itu, mengaplikasikan metode serupa dengan sampel sekolah lain. Konteks sekolah yang berbeda, dengan karakter, kebutuhan dan

program sekolah yang berbeda akan menghasilkan permasalahan desain yang berbeda. Metode *Design Thinking* dan *PAR*, serta artikel ini dapat menjadi model untuk menyelesaikan masalah desain sekolah lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, S.D. (2017). *Design Thinking*. Diambil dari <https://sis.binus.ac.id/2017/12/18/design-thinking-2>
- Berengueres, J. (2014). *The Brown Book of Design Thinking*. Al Ain: UAE University College.
- Cronika, R. (2013). *Participatory Action Research (PAR)*. Diambil pada tanggal April 23, 2021 dari [https://bantuanhukum.or.id/participatory-action-research-par/#:~:text=Participatory%20Action%20Research%20\(PAR\)%5B.dan%20relasi%20kekuasan%20\(perubahan%20kondisi](https://bantuanhukum.or.id/participatory-action-research-par/#:~:text=Participatory%20Action%20Research%20(PAR)%5B.dan%20relasi%20kekuasan%20(perubahan%20kondisi)
- Chey, E. (2019). *Learning Freytag's Pyramid*. Diambil pada tanggal April 24, 2021 dari <https://www.clearvoice.com/blog/what-is-freytags-pyramid-dramatic-structure/#:~:text=Devised%20by%2019th%20century%20German.action%2C%20resolution%2C%20and%20denouement>.
- Dahlman, L. (2021). *Climate Change: Global Temperature*. Diambil pada tanggal April 24, 2021 dari <https://www.climate.gov/news-features/understanding-climate/climate-change-global-temperature#:~:text=Change%20over%20time&text=According%20to%20NOAA%27s%202020%20Annual.more%20than%20twice%20that%20rate>
- Griffith, K. (2006). *Writing Essays about literature: A guide and style sheet (8th ed.)*. Boston, MA: Wadsworth.
- Katoppo, M.L. (2017). *Desain Sebagai Generator Pemberdayaan Masyarakat*. Disertasi Program Doktor, Institut Teknologi Bandung.
- Swarnadwitya, A. (2020). *Pengertian dan Tahapan Design Thinking*. Diambil pada tanggal April 24, 2021 dari <https://sis.binus.ac.id/2020/03/17/design-thinking-pengertian-tahapan-dan-contoh-penerapannya/>
- What is Human-Centered Design? (2015). Diambil dari <https://www.designkit.org/human-centered-design>
- Zulkarnain, A., Hananto, B.A., Melini, E. (2021). *Pemberdayaan Kualitas Pembelajaran di Masa Pandemi Melalui Perancangan Media Belajar untuk SDN Panongan III, Kecamatan Panongan, Tangerang*. Tangerang: UPH Press.

MENINGKATKAN SISI PEMASARAN KERAJINAN PRODUK ANYAMAN DESA JAMBE

DESIGN TO ASSIST JAMBE WEAVER'S COMMUNITY MARKETING

Devanny Gumulya¹, Robertus Malvin Nico M², Prayogo Jatiadi³,
Stefani Liem⁴, Muhammad Fachrurrozi⁵

^{1,2,3,4,5}Desain Produk, Fakultas Desain, Universitas Pelita Harapan

e-mail: devanny.gumulya@uph.edu¹, mahatamtama@gmail.com², prayogo.jatiadi@gmail.com³, stefliemxo@gmail.com⁴, fachrur@gmail.com⁵

Diterima: September, 2021 | Disetujui: Oktober, 2021 | Dipublikasi: Oktober, 2021

Abstrak

Sebagai luaran dari mata kuliah desain untuk komunitas dalam berupaya dalam membenahi dan memberi usul dalam sisi *marketing* bagi komunitas pengrajin dan pengurus organisasi di desa Jambe kecamatan Rancabuaya, berkolaborasi dengan NGO untuk mengembangkan usaha kerajinan rotan dan bambu mereka. Usaha yang mereka lakukan selama ini masih memiliki kendala yaitu sepiunya dalam penjualan pada masa - masa non hari raya, karena tidak ada pesanan wadah parcel. Maka dari itu, kelompok kami mengusulkan untuk membuat skema pemasaran baru yang dapat menguntungkan bagi mereka sepanjang tahun dengan cara mengembangkan penjualan B2C (*business to customer*).

Kata Kunci: skema pemasaran, rotan, bambu, pengrajin, sosial desain

Abstract

Learning outcome of design for community course is that students can contribute to solving problems in the community around campus. This semester product design program decided to help the bamboo and rattan artisan community in Jambe Village, Rancabuaya Subdistrict. An NGO, Yayasan Profesional Sinergi Indonesia (PROSI) has been helping this community in farming, and it turns out that the community also has weaving skill that need to be developed. PROSI invited the product design team to participate in the project. Design thinking framework was used as a method. During the empathy stage, it was discovered that the community

made woven products for sale at the Rawabelong flower market, such as plant pots and parcel baskets. Furthermore, the community have problem of low sales during non-holiday periods. The community have good weaving skills that can be developed further. The product design students are divided into three large groups, each of which will assist the artisans on design, production, and marketing. The project discussed in this paper is only the marketing group and the result is creating a social media marketing scheme to help PROSI market artisans' products throughout the year by developing B2C (business to customer) sales. The result of this activity is community logos redesign, product photos, websites, and booth designs for the community which is the result of a series of design thinking processes.

Keywords: *marketing scheme, rattan, bamboo, social design*

PENDAHULUAN

Menurut Prananda Luffiansyah Malasan melalui situs *whiteboard jurnal*, Sosial Desain adalah metode desain yang merupakan suatu bentuk kolaborasi antara desainer dengan suatu komunitas pada daerah tertentu dengan tujuan mengembangkan potensi kreatif serta membangkitkan kultur kebudayaan sehingga dapat meningkatkan perekonomian warga selain kegiatan beternak dan berladang. Melalui Sosial Desain, para desainer diharapkan dapat membagi pengalaman kepada masyarakat dalam komunitas supaya mereka mampu untuk mengidentifikasi suatu masalah dan dapat mencari solusi penyelesaian dengan cara yang lebih efektif dan efisien. Selain itu, sistem atau konsep yang terkandung pada sosial desain juga sekaligus memberikan pemahaman terhadap komunitas mengenai perubahan dalam jangka panjang yang sustainable dengan mengedepankan nilai-nilai sosial dengan cara yang inovatif, sehingga komunitas tidak lagi terbiasa untuk hanya semata-mata memikirkan profit jangka pendek.

Dalam proses sosial desain ini juga diperlukan sistem *co-design* dari berbagai pihak yang terlibat di dalam proyek desain sosial ini. Mereka akan turut mengeksplorasi, menggali masalah yang muncul dalam sebuah komunitas dan memfokuskan ide serta pencarian solusinya. Kemudian, dalam proses pengembangannya ada keterlibatan berbagai macam profesi yang kemudian membantu mengevaluasi program dan kinerja untuk pencapaian tujuan tersebut sampai ditemukan suatu metode yang paling menguntungkan bagi semua pihak.

Dalam proyek ini diterapkan metode *co-design* yang mana di dalam proses perancangannya melibatkan warga lokal daerah Jambe, Tigaraksa (yang merupakan pengrajin anyaman rotan-bambu) dengan NGO (*Non Government Organization*) yang merupakan suatu organisasi atau kelompok, beraktfitas di luar struktur politik) yaitu Yayasan Profesional Sinergi Indonesia yang diwakili oleh Ibu Agnes Ambarita yang terlibat dalam proyek ini menghubungkan dengan komunitas pengrajin anyaman Jambe dan memberi masukan kondisi saat ini dan rencana pengembangan kedepannya. Yayasan disini berperan sebagai agen perubahan dalam pengembangan potensi kerajinan anyaman di daerah Jambe. Tujuannya adalah agar para pengrajin anyaman mendapatkan penghidupan yang layak serta

kesejahteraan dari industri kreatif yang telah mereka tekuni sejak lama. Hal ini juga dilakukan dengan tujuan untuk menambah nilai serta pandangan dunia luar terhadap proses kreatif dan hasil anyaman yang dihasilkan sehingga kreasi dari para pengrajin mendapat penghargaan yang lebih.

Yayasan juga berfokus untuk menambahkan *input-input* baru berupa peningkatan dari sisi produksi, lalu pengenalan sosial media serta situs jual beli *online* untuk menambah sisi daya jual produk-produk anyaman rotan-bambu. Permasalahan yang timbul di dalam komunitas anyaman ini adalah kurangnya peningkatan nilai dari produk-produk yang mereka hasilkan sehingga seringkali orang luar daerah membelinya hanya karena rasa kasihan bukan menilai secara objektif. Maka dari itu, proyek penelitian bersama Yayasan dan para pengrajin anyaman difokuskan kepada upaya untuk meningkatkan penjualan produk dari desa Jambe dengan cara meningkatkan sisi promosi, marketing, *product development*, dan lain lain dengan harapan hal - hal yang kami bawa tersebut dapat meningkatkan nilai jual dan daya saing produk anyaman bambu jambe dengan produk - produk lainnya yang ada di pasaran.

Secara singkat, visi dan misi yang ingin diterapkan adalah merubah pola pikir masyarakat terhadap produk-produk hasil anyaman rotan-bambu serta memberikan identitas kepada daerah Jambe sebagai penghasil kerajinan rotan-bambu rumahan yang memiliki daya jual baik dan mampu bersaing dengan pengrajin di kota besar lainnya. Pada mata kuliah desain untuk komunitas terdapat tiga tim yang membantu komunitas penganyam Jambe, 1 tim membantu kendala desain produk dari para pengrajin, 1 tim membantu menyelesaikan masalah produksi dari pengrajin dan tim yang dibahas di paper ini adalah tim yang membantu kendala marketing dari pengrajin. PSI sudah membuat akun sosial media sebagai wadah bagi pengrajin untuk berjualan yang bernama Rancacraft. Sehingga pengrajin memiliki channel jualan yang lebih banyak dari yang ada saat ini. Untuk itu kelompok di paper ini berupaya membantu membuat media pemasaran yang lebih baik baik kelompok pengrajin berupa penataan ulang sosial media, perancangan website, dan desain booth bagi pengrajin untuk berpameran di acara – acara diklat dari pemerintah Banten.

Branding

Branding adalah pemberian nama, istilah, tanda, simbol, rancangan, atau kombinasi dari kesemuanya, yang dibuat dengan tujuan untuk mengidentifikasikan barang atau jasa atau kelompok penjual dan untuk membedakan dari barang atau jasa pesaing (Kotler, 2009). Terdapat beberapa unsur elemen branding yaitu pemilihan nama, logo, tampilan visual, suara atau lagu tema, juru bicara, dan slogan. Karena adanya pembatasan pada jurnal ini maka yang dilakukan Tim Penulis adalah pembuatan nama, logo, dan tampilan visual yang diimplementasikan dalam media sosial, website dan booth pameran.

Yadav (2017) menyatakan bahwa kualitas website, persepsi layanan dan produk menentukan kepercayaan konsumen pada brand. Untuk itu tampilan dan kemudahan pengoperasian website menjadi penting dalam membangun kepercayaan customer pada suatu brand. Persepsi produk adalah pemahaman konsumen pada produk melalui harga, kualitas dan variasi (Lee, Huang, Chang, & Chen, 2009).

METODOLOGI

Dipilih pendekatan desain melalui metode co-design, karena melibatkan komunitas rotan dan bambu di daerah Teluk Jambe, Tigaraksa. Tim Penulis berusaha untuk mengangkat derajat serta membantu komunitas tersebut melalui penerapan metode co-design. Metode co-design memiliki 5 tahapan yaitu Empathize, Define, Ideate, Prototype, dan Test.

Pada tahapan Empathize Tim Penulis melakukan wawancara, dan observasi kepada kelompok pengrajin rotan-bambu di Tigaraksa. Tim Penulis bertanya akan asal usul komunitas, proses produksi, kuantitas dan kualitas produk, proses marketing.

Dari hasil observasi dan wawancara, Tim Penulis melanjutkan ke tahap 2 yaitu define. Di sini Tim Penulis mencari masalah yang dihadapi oleh kelompok pengrajin. Selain itu Tim Penulis mencari tahu lebih dalam mengenai proses kerja kelompok pengrajin untuk mengetahui masalah yang mereka hadapi secara lebih dalam.

Hasil yang diperoleh dari hasil wawancara dengan salah satu pengrajin yaitu Masalah yang berkaitan dari sisi marketing. Daya saing para pengrajin di Tigaraksa memiliki keterbatasan dibandingkan dengan pengrajin lainnya. Keterbatasan tersebut berkaitan dengan kepemilikan modal lebih besar, serta mereka juga hanya memiliki sedikit konsumen tetap.

Berdasarkan masalah yang diperoleh, Tim Penulis melakukan ideation untuk memecahkan masalah. Tim penulis melakukan brainstorming ide. Karena Kelompok Pengrajin Tigaraksa memiliki keterbatasan kuantitas produksi, Tim Penulis ingin mengenalkan sistem bisnis B2C atau disebut business to customer. Sebelumnya kelompok pengrajin melakukan dengan sistem business to business. Untuk memulai sistem B2C ini, Tim Penulis membuat ide branding. Mulai dari pengembangan logo, target market, tema brand. Tim Penulis juga melakukan pengenalan dan pengelolaan social media online, penyuluhan mengenai fotografi produk dasar, penyuluhan mengenai sistem pricing, dan logistik. Dalam proses ini tim penulis berusaha untuk memperkenalkan kepada para pengrajin bagaimana sistem marketing yang terstruktur dalam upaya meningkatkan mutu produk mereka yang akan berpengaruh terhadap business mereka sebagai pengrajin sekaligus penjual anyaman bambu maupun rotan.

HASIL

Emphatize

Wawancara dengan Penganyam, Pak Rofi.



Gambar 1 Observasi. (Sumber: Data Pribadi, 2020).

Para pengrajin anyaman di Desa Jambe awalnya bekerja di Pabrik. Kemudian mereka keluar dari pabrik dengan bekal keahlian masing-masing mereka memulai usaha anyaman dan hasil dari karya sendiri. Inisiatornya adalah Bapak Rofi yang sudah memulai kegiatan Menganyam ini sejak dini, menjadi sebuah hobi dan aktivitas yang ia tekuni sampai sekarang. Pak Rofi lalu mengajarkan kepada masyarakat setempat cara menganyam. Di dalam kelompok ini, orang yang sudah belajar pun kembali mengajarkan apa yang sudah didapat kepada orang lain lagi. Sehingga terbentuk beberapa kelompok. Kelompok-kelompok kecil ini pada akhirnya membentuk suatu komunitas di Jambe. Menurut Pak Rofi, kesulitan dari kegiatan menganyam ini adalah sulitnya berkembang di pasar bebas yang mulai dikuasai oleh sektor Industri.

Para penganyam biasa menerima pesanan dari Penjual Bunga dan Bingkisan yang berasal dari daerah Rawa Belong Jakarta serta pembeli yang membeli produk anyaman secara satuan yaitu penjual bingkisan dan untuk kebutuhan seserahan/lamaran. Produk yang laris dibeli berupa keranjang parsel serta vas bunga. Pak Rofi juga menuturkan bahwa kendala dari pengembangan produk anyaman ada di pemasaran produk serta daya jual ke masyarakat.

Wawancara dengan Ibu Agnes, perwakilan Yayasan Profesional Sinergi Indonesia. Yayasan Profesional Sinergi Indonesia selanjutnya disingkat ProSI dimulai dari kegelisahan beberapa orang dokter yang pernah ditempatkan di daerah terpencil di wilayah Kalimantan Barat. Yayasan Profesional Sinergi Indonesia terdiri dari tiga divisi yaitu :

1. Divisi Kesehatan,
2. Divisi Pemberdayaan Masyarakat
3. Divisi Pendidikan

Divisi Pendidikan mengadakan Bimbel dan Rumah baca (Perpustakaan) di desa Rancabuaya, Kec. Jambe, Kabupaten Tangerang serta PAUD (Pelayanan Anak Usia Dini) dan Bimbel Remnant di daerah Karawaci. Divisi Pemberdayaan Masyarakat sedang mendampingi desa Rancabuaya, Kec. Jambe, Kabupaten Tangerang dengan melakukan pemberdayaan masyarakat melalui pertanian dan ekonomi yang sudah dimulai sejak tahun 2013 hingga saat ini. Pertama kali, dimulai dengan pertanian cabe dengan satu keluarga, membagikan pohon rambutan kepada masyarakat Rancabuaya, dan sejak 2018 lalu memulai kelompok tani dengan menanam 1000 pohon tanaman hias dendrum. Dengan Harapan bahwa semua upaya ini dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan ProSI bisa membuka potensi dasar dari masyarakat. Melalui proyek berkolaborasi dengan mahasiswa desain produk UPH, divisi pemberdayaan ingin mengembangkan komunitas penganyam di Rancabuaya.

Define

Analisa Permasalahan

Dari hasil observasi dan wawancara bersama Penganyam dan Yayasan, kami dapat memahami bahwa kurangnya pengetahuan teknik pemasaran dan kemampuan menguasai teknologi penjualan *online* mempengaruhi eksposur dan daya jual kerajinan anyaman di desa Jambe. Begitu juga, masih rendahnya pemahaman masyarakat luas mengenai nilai yang ada dalam teknik penganyaman membuat

seringkali produk anyaman dihargai jauh dibawah tingkat kesulitan pembuatannya. Melalui Proyek ini kami ingin lebih jauh lagi memberi pemahaman masyarakat tentang produk-produk anyaman dengan cara meningkatkan nilai serta cara pandang masyarakat terhadap produk-produk anyaman dari desa Jambe yang mana efek jangka panjangnya berdampak pada peningkatan daya jual produk anyaman.

Konsep Desain

- What: perancangan solusi *marketing* dan edukasi peningkatan nilai produk.
- Why: karena keluhan komunitas yang utama adalah masalah marketing dan persaingan dagang dengan pengrajin lain sehingga membutuhkan solusi marketing.
- Who: pengrajin anyaman serta Yayasan ProSI
- When: jangka waktu 1 tahun kedepan.
- Where: mengikuti *event* dengan pihak lain, *management* sosial media untuk kepentingan *online*.
- How: meliputi pembuatan desain *booth* untuk bazaar *offline*, *management* media sosial instagram, facebook, shopee, damn tokopedia. *Management* meliputi pembuatan *feeds*, konten, sistem promosi. Selain itu pembuatan katalog online dan website.

Moodboard Tema



Gambar 2. Moodboard Tema. (Sumber: Data Pribadi, 2020).

Moodboard Target Market

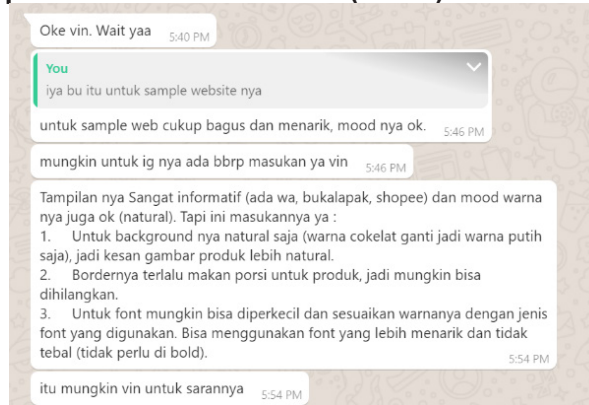


Gambar 3 Moodboard Target Market. (Sumber: Data Pribadi, 2020).

Target market yang dituju yaitu baik antar perorangan juga kepada bisnis lain. Tim penulis juga menargetkan agar produk dapat diterima baik pria atau wanita dengan segala acara, kalangan, dan fungsi (*versatile*). Target market selanjutnya adalah orang yang mengapresiasi budaya Indonesia dan produk lokal. Sehingga mereka dapat dengan bangga memakai produk Rancacraft sebagai bentuk apresiasi tersebut. Tim Penulis melihat warna-warna dari produk Rancacraft dapat

menjadi elemen yang kuat dan dapat dikembangkan di pasar, melihat warna produk Rancacraft yang natural dan dapat masuk kemana saja yaitu warna coklat. Karena produk Rancacraft didominasi dengan produk wadah seperti keranjang dan vas bunga, produk warna coklat ini dapat masuk ke banyak tema ruangan seperti *bohemian*, tradisional, dan sebagainya.

Feedback konsep desain dari komunitas (ProSI)



Gambar 4 Percakapan *Feedback* dengan Perwakilan Komunitas.
(Sumber: Data Pribadi, 2020).

Revisi dari Ibu Agnes selaku perwakilan dari Profesional Sinergi Indonesia :

- Pemilihan warna latar menjadi dominan Putih.
- *Frame* lebih diminimalkan, jadi porsi foto produk lebih dominan.
- *Font* lebih diminimalkan dan tidak perlu *bold*.

Penampilan Sosial Media (Instagram)



Gambar 5 Tampilan Instagram Sebelum *Feedback* (Kiri) dan Sesudah *Feedback* (Kanan).
(Sumber: Data Pribadi, 2020).

Untuk desain foto instagram, Tim Penulis menggunakan tema warna sesuai dengan *moodboard* dan studi warna yang sudah dilakukan. Tim Penulis memberikan pengenalan terlebih dahulu untuk konten instagram mengenai komunitas Rancabuaya untuk membangun persepsi produk yang baik dari produk anyaman Rancacraft. Konten paling bawah dimulai dari konten yang lebih dahulu di post paling atas adalah yang terakhir di post. Selain itu juga edukasi baik secara interaktif maupun tidak. Berikut adalah *caption* dari setiap gambar di atas dimulai dari paling bawah.



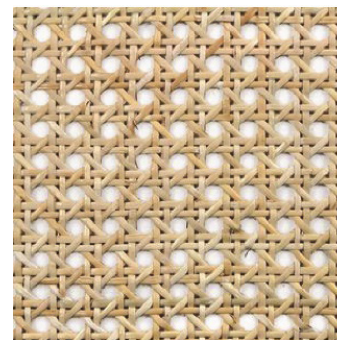
1. 'Tak kenal maka tak sayang. Yuk berkenalan dengan komunitas pengrajin Rancacraft'



4. 'Perjalanan komunitas kami sudah dimulai sejak 25 tahun lalu, ikuti perjalanan kami terus ya!'



2. 'Apakah dari kalian sudah familiar dengan daerah kami? Di tempat inilah kerajinan rotan dan bambu kami tercipta! Pembelian produk dari kalian sangat membantu para pengrajin ☺'



5. 'Ciri-ciri rotan yang telah siap panen yaitu daun dan durinya sudah patah, warna durinya sudah berubah menjadi hitam atau kuning kehitam-hitaman, sebagian batangnya sudah tidak dibalut oleh pelepah daun dan batang telah berwarna hijau. Wah, pasti para pengrajin udah hafal banget nih kalau soal ini 😊'



3. 'Teman-teman, inilah sejarah komunitas pengrajin di Rancabuaya tercipta! Fakta bahwa rotan dan bambu sangat bermanfaat bagi kami, semoga bermanfaat juga bagi kalian ☺'



6. 'New product! Sekarang tersedia dan dapat dibeli melalui shopee, tokopedia ataupun kontak diatas, selamat berbelanja!'



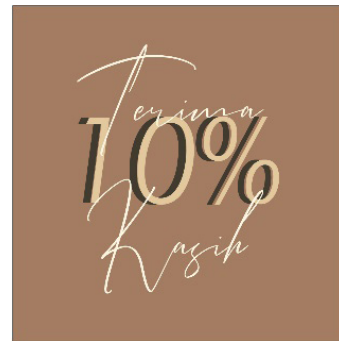
7. 'New product! Tersedia sekarang, pembelian dapat melalui semua sosial media yang tercantum di atas. Selamat berbelanja!'



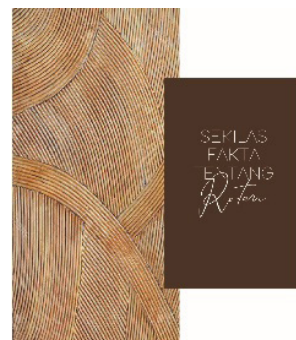
8. 'Produk anyaman bambu desain terbaru. Lucu banget untuk menaruh perhiasan ataupun aksesoris, traditional yet beautiful!'



9. 'Pot bunga mini cocok untuk jadi hiasan baik gaya bohemian maupun tradisional, serba guna deh!'



10. 'Terima Kasih! Sebagai bentuk saling apresiasi kalian dapat memposting produk yang kalian beli di instagram (baik feeds atau story) dan men tag @rancacraft ya! Untuk itu pembelian selanjutnya akan diberikan diskon 10%!'



11. 'Rotan, familiar sih tapi tahu gak kalau sebagian besar rotan berasal dari hutan di Indonesia, seperti Sumatera, Jawa, Kalimantan, Sulawesi, dan Nusa Tenggara. Indonesia memasok 70% kebutuhan rotan dunia. Kita patut bangga menggunakan produk unggulan Indonesia yang 1 ini.'



12. 'Selamat pagi, mulai aktivitas

dengan semangat yang baru. Yuk belajar dari filosofi bambu bahwa bersatu kita teguh, bercerai kita runtuh. Aplikasikan hal ini dalam kehidupan kita semua ya!



13. 'Tahukah kalian kalau ada satu aspek yang membuat bambu lebih kuat dari besi, yaitu dalam hal kekuatan tarik atau tensile strength. Wah pastinga produk rancacraft awet-awet ya!'



14. 'Dapatkan produk unggulan ini secara online yuk! Sebelum kehabisan disini.'
- Setiap *post instagram* akan dilengkapi dengan tagar di kolom komen, berikut adalah tagar nya.
- #keranjangrotan #keranjanganyam
 #keranjangbambu
 #anyamanseratalam
 #kerajinantangan #kreatif
 #kerajinanindonesia
 #sulamsilang #DIY #handcraft
 #jasanyaman #jualkeranjangrotan
 #jualkeranjangbambu
 #jualcustomkerajinan #handmade .

Logo Rancacraft



Gambar 6 Logo. (Sumber: Data Pribadi, 2020).

Logo Rancacraft sebagai salah satu alat komunikasi visual. Logo yang dibuat mengandung elemen simbol, *pictorial* dan tipografi.

Logo yang memiliki bentuk dasar lingkaran, adalah representasi orang - orang yang tergabung dalam organisasi ini, dari semua pengrajin dan juga pengurus organisasi tergabung melingkar menjadi suatu komunitas yang saling menguntungkan satu sama lain dan berguna bagi kehidupan orang - orang di sekitarnya. Ilustrasi pohon bambu yang ada di tengah - tengah lingkaran adalah suatu representasi bahwa pohon bambu lah / alam yang menjadi pemersatu kita dan juga pondasi organisasi ini, tanpa adanya bantuan dari alam dan Tuhan, organisasi ini tidak akan ada.

Logo RancaCraft mengedepankan filosofi kesederhanaan. Mengusung tema *green* dengan ilustrasi pohon bambu yang memiliki daun - daun yang tumbuh ke atas, yang melambangkan kemajuan yang diharapkan semua orang - orang yang tergabung di dalamnya. Dipilihnya warna hijau dengan *background* warna krem ini adalah sebagai representasi bahan dasar kerajinan ranca craft yang berasal dari pohon bambu dan rotan. Bambu direpresentasikan oleh warna hijau dan rotan direpresentasikan oleh warna krem (*background*). Dalam logo ini terangkum semua doa dan juga harapan RancaCraft. Untuk menjadi suatu organisasi yang merangkul masyarakat desa Jambe agar dapat maju berkembang bersama - sama dan memajukan perekonomian masyarakat desa Jambe.

Penampilan Website

1. Bagian Home:

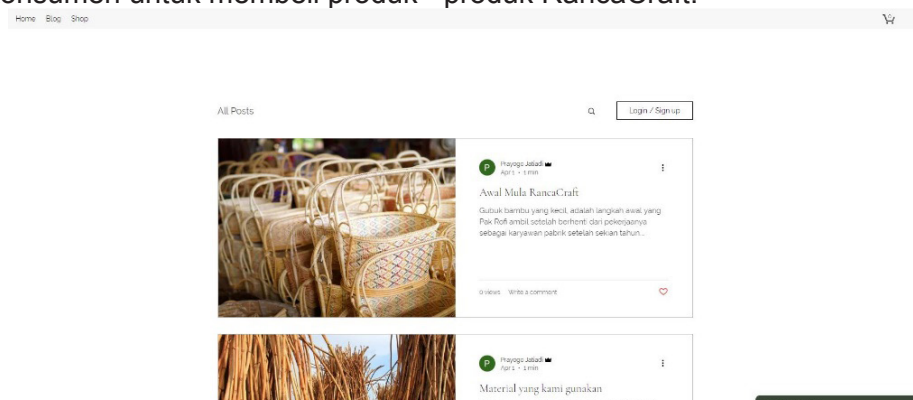
Di bagian ini diceritakan secara singkat apa itu RancaCraft dan bagaimana awal terbentuknya kelompok penganyam ini. Dengan ini, para konsumen dapat 'berkenalan' dulu dengan Rancacraft.



Gambar 7 Tampilan Website. (Sumber: Data Pribadi, 2020).

2. Bagian Blog:

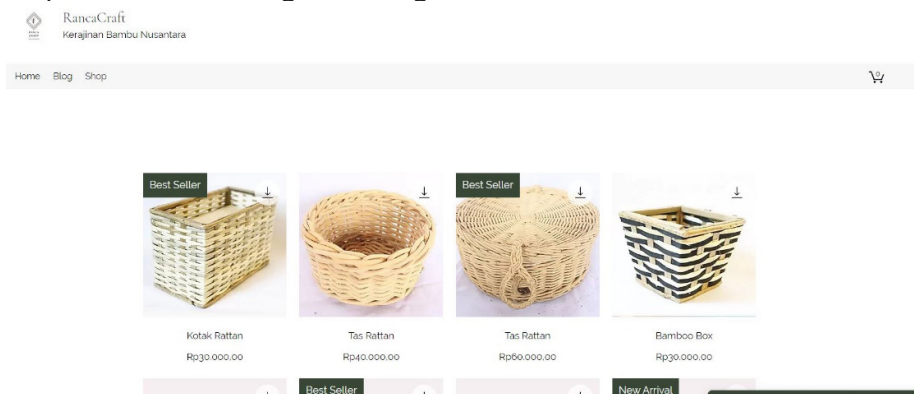
Informasi-informasi yang tersedia di dalam laman blog ini meliputi; produk terbaru, orang - orang yang tergabung dalam rancacraft, edukasi tentang material yang digunakan, dan hal - hal seru lainnya yang dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk - produk RancaCraft.



Gambar 8. Tampilan Website. (Sumber: Data Pribadi, 2020).

3. Product Catalog:

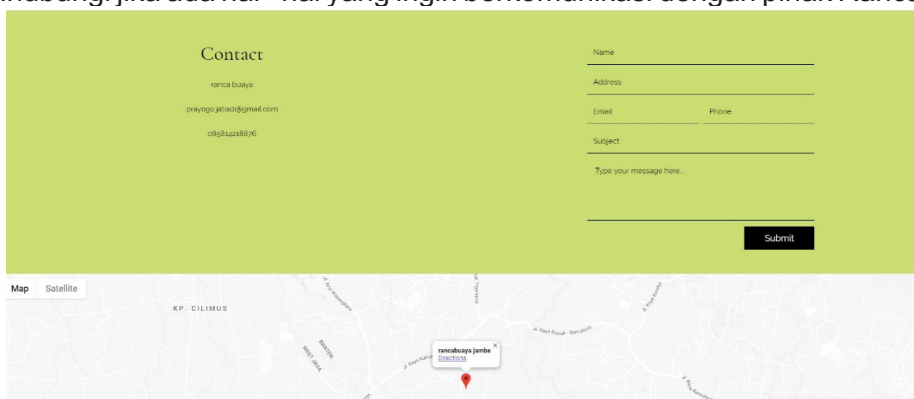
Di dalam bagian ini, pilihan - pilihan produk yang dijual oleh RancaCraft. Terdapat keterangan produk seperti; warna, ukuran, dan lain lain. Dalam bagian product *catalog* ini, pembeli dapat melakukan pemesanan. Namun jika pembeli lebih memilih untuk melakukan pembayaran menggunakan rekening bersama seperti Tokopedia, pembeli akan dengan mudah mendapatkan *link* Tokopedia dari keterangan barang.



Gambar 9 Tampilan Website. (Sumber: Data Pribadi, 2020).

4. Kontak dan Informasi:

Informasi tentang alamat, nomor telepon, dan contact person yang dapat dihubungi jika ada hal - hal yang ingin berkomunikasi dengan pihak RancaCraft.



Gambar 10 Tampilan Website. (Sumber: Data Pribadi, 2020).

Tabel 1. Pembahasan. (Sumber: Data Pribadi, 2020).

Permasalahan dan Aspirasi Komunitas	Solusi yang diajukan	Indikator pencapaian
- kesulitan bersaing di pasar bebas - kesulitan pemasaran untuk menjual ke pasaran - pemahaman dunia luar terhadap nilai produk anyaman	- pembuatan media sosial - pembuatan katalog online - pembuatan website - pembuatan booth untuk keperluan bazaar offline	- statistik engagement media sosial - penjualan yang meningkat - <i>brand exposure</i> yang meningkat dan dikenal

KESIMPULAN

Proyek Sosial Desain yang dijalankan bersama Yayasan Professional Sinergi Indonesia bersama para penganyam dari desa Jambe, Tigaraksa Kabupaten Tangerang memberikan pengalaman baru bagi semua anggota kelompok. Banyak hal serta pelajaran baru yang didapatkan selama peneliti berproses dalam proyek ini baik dalam kelompok kecil maupun kelompok besar. Peneliti bertemu dan membantu para penganyam untuk menggali potensi mereka lagi supaya semakin mengembangkan produk-produk anyaman rotan dan bambu. Dalam prosesnya peneliti tidak hanya belajar mengenai teori namun turun langsung untuk melihat praktek menganyam dan memahami nilai nya bagi kultur kebudayaan serta keberlangsungan hidup masyarakat di daerah Jambe. Peneliti dituntut untuk menerapkan teori keilmuan desain yang telah dipelajari selama perkuliahan kedalam lingkup penganyam, membantu mereka dalam pemecahan masalah serta memberikan solusi terbaik yang cocok untuk mereka dalam bidang pemasaran produk.

Proses merupakan sesuatu yang sangat penting dalam sebuah proyek penelitian, maka dari itu setiap proses yang dijalani dari awal sampai akhir bersama Yayasan dan para penganyam dilakukan secara mendetail dan cukup kritis. Observasi awal dilakukan dengan mempelajari kondisi lingkungan di Desa Jambe yang terletak cukup jauh dari pusat pemerintahan Kabupaten Tangerang yaitu Tigaraksa, berjarak kurang lebih 7 kilometer. Dari observasi awal ini dapat dipahami bahwa jarak serta pengetahuan terhadap cara-cara modern dalam melakukan aktivitas pemasaran menjadi kendala bagi para penganyam untuk melakukan peningkatan daya jual pada produknya.

Dari temuan yang telah diamati pada proses observasi membuat peneliti melakukan pembahasan lebih lanjut bersama Ibu Agnes dari Yayasan Professional Sinergi Indonesia yang menaungi para penganyam di desa Jambe. Pembahasan meliputi bagaimana tim pemasaran dapat bersinergis dengan Yayasan untuk melakukan peningkatan metode pemasaran tanpa banyak melibatkan para penganyam, mengingat keterbatasan teknologi dan pengetahuan pemasaran lanjutan yang menjadi kendala. Selain itu, kami juga ingin para penganyam untuk fokus dalam bidang produksi dan pengembangan produk bersama tim kelompok produksi dan desain.

Setelah berminggu-minggu berproses dan melakukan pengumpulan data, kami harus dihadapkan pada kendala besar yaitu *pandemic* virus COVID-19 yang membuat peneliti memberhentikan observasi langsung ke desa Jambe. Setelah proses perkuliahan di stop, peneliti pun berdiskusi bersama dosen melalui *video call conference* yang mana diputuskan tim kami memiliki jalan sendiri dan tidak bersinergis dengan tim produksi maupun desain dan juga materi pemasaran yang diterapkan diubah menjadi *full online* yaitu perancangan *branding, marketing strategy, website, booth design* dan *feeds* sosial media. Dalam kondisi seperti itu peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada Ibu Agnes dari Yayasan ProSI yang kooperatif dan responsif dalam membalas pesan *WhatsApp* sehingga proyek penelitian ini dapat berjalan dengan baik.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis ingin mengucapkan terima kasih atas bantuan, bimbingan serta kerjasama dari berbagai pihak yang telah membantu dalam penyusunan karya ilmiah ini. Penulis menyampaikan terima kasih kepada :

- Dr. Martin L. Katoppo S.T, M.T.selaku Dekan Fakultas Desain Universitas Pelita Harapan
- Dr.-Ing. Ihan Martoyo, S.T., M.Sc selaku Ketua LPPM Universitas Pelita Harapan
- Artikel ini merupakan bagian dari publikasi penelitian internal UPH dengan No. P-044-SoD/II/2020

DAFTAR PUSTAKA

- Adams, N., & Marioka, N. (2004). *Logo Design Workbook: A Hands-On Guide To Creating Logos*. Massachusetts: Rockport Publisher.
- Carter, D. E. (1986). *LOGO International 2*. New York: Art Direction Book Company.
- FakultasTeknologiInformasiAtmaJayaMakassar.(2020,April9).*PengantarTeknologi Informasi Psikologi Warna*. Retrieved from Atma Jaya Makassar: [http://fti.uajm.ac.id/ajar/Pengantar%20Teknologi%20Informasi%20\(Fany\)/Psikologi%20Warna.pdf](http://fti.uajm.ac.id/ajar/Pengantar%20Teknologi%20Informasi%20(Fany)/Psikologi%20Warna.pdf)
- Hendrayanti, Endang. (2011). Inovasi Efektif: Upaya Mempertahankan Dan Menangkap Pasar Potensial
- Herdana, Auditya. (2015). Analisis Pengaruh Kesadaran Merek (Brand Awareness) Pada Produk Asuransi Jiwa Prudential Life Assurance (Studi Pada Pru Passion Agency Jakarta). *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen* Vol.3 ,No.1, 2015:1-18.
- Kotler, K. (2009). *Manajemen Pemasaran 1.Edisi ketiga belas*. Jakarta: Erlangga.
- Markaz Organizer. (2020, April 18). *9 Manfaat dan Keuntungan Anda Ikut Pameran dan Bazaar Produk*. Retrieved from Markaz Organizer: <https://markaz-organizer.com/9-manfaat-dan-keuntungan-anda-ikut-pameran-dan-bazaar-produk/>
- Tim Astro. (2020, April 18). *9 Tips Desain Booth dan Stand Pameran Biar Sukses*. Retrieved from CV Astro: <https://cvastro.com/9-tips-desain-booth-dan-stand-pameran-biar-sukses.htm>
- Universitas Dian Nuswantoro. (2020, April 9). *Psikologi Warna*. Retrieved from Universitas Dian Nuswantoro: https://dinus.ac.id/repository/docs/ajar/PSIKOLOGI_WARNA.pdf
- Whiteboard Journal. (2018, September 13). *Desain untuk Sosial?* Retrieved from Whiteboard Journal: <https://www.whiteboardjournal.com/column/desain-untuk-sosial/>
- Yadav, R., & Mahara, T. (2019). An empirical study of consumers intention to purchase wooden handicraft items online: Using extended technology acceptance model. *Global Business Review*, 20(2), 479-497.

ANALISA VISUAL STORYTELLING DALAM VIDEO KAMPANYE SOSIAL CYBERBULLYING “MLC SINGAPORE – DO WHAT’S RIGHT ONLINE”

Visual Analysis of Storytelling in Social Campaign Videos Cyberbullying “MLC Singapore – Do What’s Right Online”

Evan Apta Febriansyah

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain dan Seni Kreatif,
Universitas Mercu Buana

e-mail: evanapta25@gmail.com

Diterima: Januari, 2020 | Disetujui: Februari, 2020 | Dipublikasi: November, 2020

Abstrak

Cyberbullying merupakan tindakan yang dilakukan oleh pelaku untuk mengintimidasi, melecehkan korban dengan menggunakan perangkat elektronik atau jaringan seperti menggunakan *Smartphone* dan *Internet*. Perkembangan teknologi memiliki dampak positif dan negatif, dan sering kali dampak negatif dari perkembangan *Internet* tidak dapat dikendalikan karena kurangnya edukasi serta regulasi. Diperlukan media seperti video iklan layanan masyarakat, video/audio visual dipilih karena dapat menyampaikan informasi lewat gambar, audio, dan teks. Analisa pada video iklan layanan masyarakat produksi MLC Singapore “Do What’s Right Online”, pada penelitian kali ini penulis ingin menganalisa pembentukan *Visual Storytelling*, baik pada teknik sinematografi atau elemen visual.

Kata Kunci: *Visual Storytelling*, Iklan Layanan Masyarakat, Audio Visual

Abstract

By definition, cyberbullying refers to the act of harassing the victim through the use of electronic devices, such as Smartphones, or the Internet. Technology developments can have positive and negative effects, and a lack of education and regulation often makes it impossible to control the negative effects of Internet development. There is a need for media such as videos that educate and promote. The reason video/audiovisuals are chosen is that they can convey information through images, audio, and text. In this study, the author examines the video advertisements produced by MLC Singapore “Do What’s Right Online” in order to analyze the formation of Visual Storytelling, both in their cinematographic and visual elements.

Keywords: *Visual Storytelling, Public service Advertisement, Audio Visual*

PENDAHULUAN

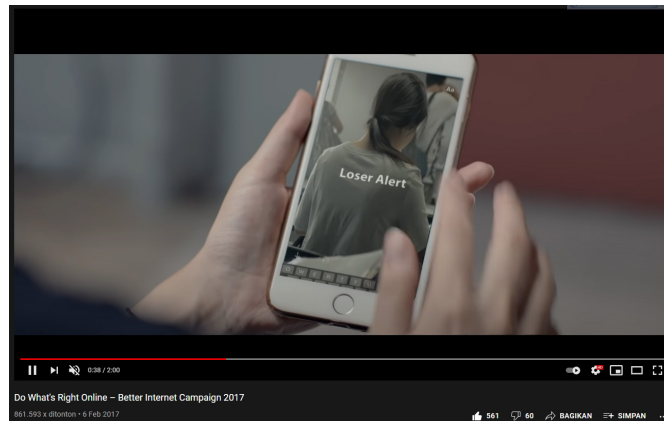
Perkembangan teknologi dan informasi berkembang dengan pesat dan mampu untuk merubah pola pikir dan kehidupan dalam bermasyarakat. Masyarakat sudah “dimanjakan” dengan kemudahan dalam bersosialisasi lewat alat komunikasi dari *Handphone* hingga saat ini masuk era *Smartphone* dengan berbagai fitur canggih dan teknologi internet. Dengan adanya teknologi internet sejalan dengan munculnya media sosial seperti Instagram, TikTok, WhatsApp dan lain sebagainya. Dampak dari perkembangan teknologi ini selalu disertai dengan dampak positif dan negatif, salah satunya adalah pengguna internet yang masih duduk dibangku sekolah dasar (SD) hingga sekolah menengah atas (SMA) yang dikhawatirkan adalah terkena dampak negatif internet dari bermain sosial media.

Menurut survey dari Cable.co.uk tahun 2020, Paket internet data di Indonesia masih terbilang murah dibanding beberapa negara Asia tenggara lainnya. Paket data sebesar satu Gigabyte (GB) rata - rata dihargai senilai US\$ 0,64 di Indonesia atau kisaran Rp. 10.000,00. Harga paket internet data di Indonesia cukup murah dari negara lain di Asia Tenggara yang memiliki harga paket internet data di atas satu dollar AS.

Cyberbullying merupakan tindakan untuk menyakiti, mengintimidasi yang dilakukan secara sengaja dan berulang oleh pelaku untuk melecehkan korbannya melalui perangkat teknologi (Smartphone, Komputer, dsb.). Dampak yang diterima korban *Cyberbullying* adalah mengacu kepada rasa cemas, khawatir, depresi, gangguan tidur, hingga hilangnya nafsu makan.

Oleh karena itu isu ini cukup menarik mengingat perkembangan internet di Indonesia serta dampak dari kemudahan akses internet tersebut sehingga perlu adanya edukasi tentang dampak sosial tersebut dengan cara dibuatkan iklan layanan masyarakat dengan media *audio visual* kampanye sosial sehingga diharapkan masyarakat dapat berpikir lebih kritis tentang fenomena atau issue yang diangkat.

Pada video kampanye sosial Do What’s Right Online produksi The Media Literacy Council (MLC) Singapore, menampilkan premis seorang Wanita Bernama “Jimmy Tan” yang memposting sebuah kritikan kepada pihak yang berbuat curang di media sosial, dan pihak yang dituju tersebut merasa tersinggung dan menyerang Jimmy Tan dengan melakukan Tindakan *Cyberbullying* kepada Jimmy Tan yang mengakibatkanannya mengalami *Mental Breakdown* dan memberikan kesan *Depresi* pada setiap *scene*-nya.



Gambar 1 Screenshot YouTube video detik 0:38 Do What's Right Online
(Sumber: MLC Singapore, 2017)

Penjabaran informasi dan emosi cerita disampaikan dari rangkaian *shot* dan unsur sinematik seperti *Mise-en-scene*, *Sinematografi* dan Visual Effect yaitu Motion Graphic. Pembahasan karya dalam membangun *visual storytelling* adalah melalui rangkaian *shot* (Tri Adi Prasetyo, dkk, 2018).

Menilik penjelasan diatas, Tujuan penulis dengan adanya penelitian ini adalah dapat mengidentifikasi serta menganalisis pengaplikasian visual storytelling dalam iklan kampanye sosial produksi The Media Literacy Council (MLC) Singapore, guna penulis dapat menemukan informasi penting terhadap efektivitas penyampaian komunikasi dalam sebuah *kampanye sosial*.

KAJIAN TEORI

Visual Storytelling

Filmmaker menggunakan *warna* sebagai alat pembentukan *Visual Storytelling*, karena dapat membantu penonton secara visual menentukan emosi pada karakter atau pengembangan cerita (Bellantoni, 2012)

Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah proses pengiriman pesan yang ditujukan kepada massa atau khalayak yang jumlahnya banyak. Dipahami pula, bahwa berbicara tentang komunikasi massa berbicara tentang proses transmisi pesan yang dilakukan dengan menggunakan media massa baik cetak, maupun elektronik. (Nida, 2014).

Komunikasi Visual

Secara definisi, sebagaimana desain dapat mempersempit kemungkinan bagaimana audiens kemungkinan menafsirkan apa yang mereka lihat dan dengar, sambil menciptakan bentuk baru yang berguna, dan dapat digunakan. (Davis, 2017)

Audio Visual

Media audiovisual adalah media yang memiliki unsur suara dan unsur gambar/ image yang bisa dilihat, diantaranya adalah video, slide, suara, dsb. (Sanjaya, 2010)

Sinematografi

Sinematografi adalah teknik yang digunakan untuk mengambil gambar guna audiens mudah untuk menangkap makna/pesan yang ingin disampaikan melalui tampilan gambar. Kita seharusnya bisa selalu menampilkan gambar yang menarik, mempunyai arti atau dengan kata lain, gambar kita harus mampu berbicara. (Semedhi, 2011)

Komponen Visual Dasar

Dalam komponen visual dasar, terdapat 7 komponen visual yang diantaranya *space, line, shape, tone, color, movement and rhythm*. Komponen visual mampu mengkomunikasikan *mood*, emosi, ide, serta yang terpenting struktur visual. (Block, 2020)

METODOLOGI

Pada penelitian kali ini, penulis melalui pendekatan metode kualitatif deskriptif menggunakan teori - teori yang selaras dengan fenomena atau objek yang penulis sedang teliti, dalam penelitian *Do What’s Right Online* kali ini adalah penulis menganalisa bagaimana elemen-elemen visual dapat bekerja dalam pembentukan *Visual Storytelling* lewat kajian literatur yang relevan dengan objek yang sedang diteliti.

PEMBAHASAN

Pada pembahasan, penulis mencoba menguraikan elemen *visual storytelling* dalam rangkaian *shot* sebagai berikut:

1. Look dan Mood



Gambar 2 Screenshot YouTube detik 0.03 video *Do What’s Right Online*
(Sumber: MLC Singapore, 2017)

Sinematografer adalah seorang yang merealisasikan sebuah naskah cerita ke dalam bentuk visual, dan mencoba menciptakan kesan secara penampilan atau *look* dan mengarahkan suasana yang memberikan kesan yang di rasa nantinya dapat kita rasakan atau *mood* (Pratista, 2008). Pada scene di detik 0:03, menggunakan warna *Warm Orange*, Analisa *visual storytelling* menggambarkan pemeran utama tersenyum pada pagi hari dan siap mengawali hari dengan senyuman. Melalui penataan cahaya natural menggambarkan suasana hati yang netral.



Gambar 3 Screenshot YouTube detik 0.31 video Do What’s Right Online
(Sumber: MLC Singapore, 2017)

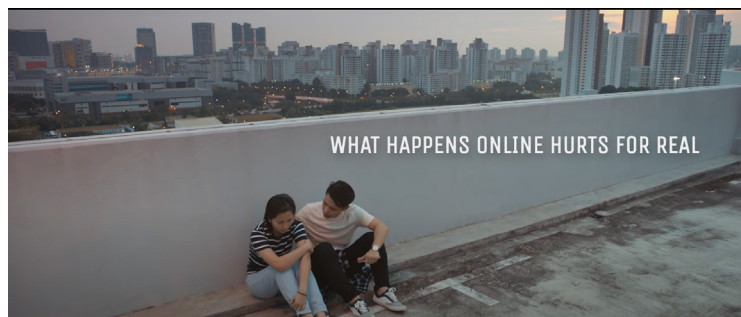
Analisa *Visual Storytelling* pada scene di detik 0.31, terlihat perubahan *color grading* menjadi warna *Melancholy Blue* adalah kondisi yang fluktuatif yang menggambarkan suasana hati yang gelisah, linglung dan melankolis serta didukung dengan pencahayaan dan exposure, sehingga para *audiens* dengan kontras dapat melihat ekspresi kepada pemeran utama disebut juga *coincidence of tone* (Block, 2020)

2. Komposisi



Gambar 4 Screenshot YouTube detik 1.33 video Do What’s Right Online
(Sumber: MLC Singapore, 2017)

The Rule of Third adalah unsur pendukung *sinematografi* dalam membingkai komposisi dinamis dengan menempatkan objek utama menjadi *point of interest* dalam sebuah *frame*, penggunaan tata cahaya, fokus gambar, perspektif sehingga dapat membangun unsur *Visual Storytelling* seperti emosi atau suasana yang dialami sang protagonis.

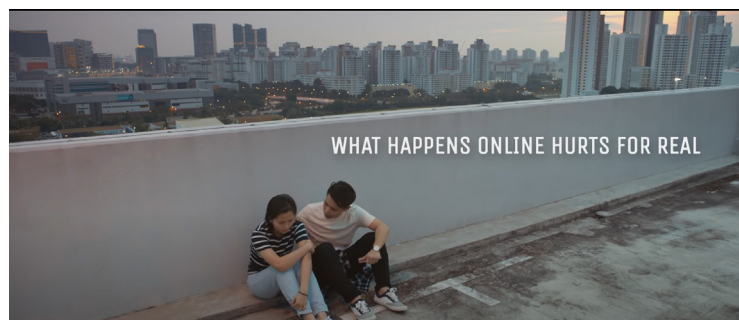


Gambar 5 Screenshot YouTube detik 1.56 video Do What’s Right Online
(Sumber: MLC Singapore, 2017)

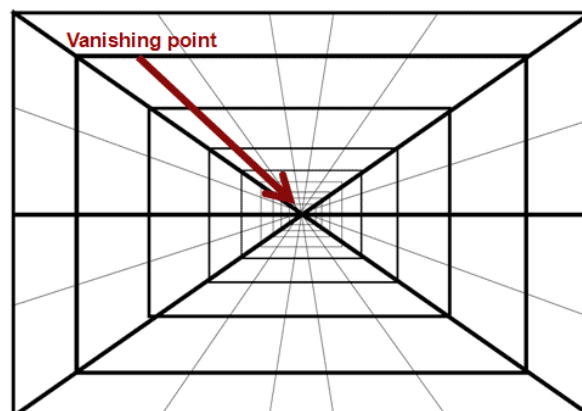
Komposisi dalam adegan tersebut memperlihatkan komposisi secara dinamis yang dimana penerapan elemen *hierarki visual* tergambar sehingga *typography* dapat terlihat dengan jelas sehingga pesan dapat tersampaikan. Ukuran, warna, bentuk, lokasi, dan gerakan yang kontras dapat menarik perhatian pada satu elemen di atas elemen lainnya, penting untuk memperhatikan pada hierarki di antara informasi (Davis, 2017).

3. Space

Visual Space memiliki macam pilihan variasi untuk dapat mengkomunikasikan *mood*, emosi serta ide kepada para *audiens*. Sub-Komponen yang terdapat pada *Space* terdiri dari *Deep*, *Flat*, *Limited*, dan *Ambiguous* (Block, 2020)



Gambar 6 Screenshot YouTube detik 1.56 video Do What’s Right Online
(Sumber: MLC Singapore, 2017)



Gambar 7 Visualisasi vanishing point/One Point Perspective
(Sumber: Daily Diary)

Gambar 6 tersebut menunjukkan Jimmy Tan dan Terence sedang bersandar di pagar *rooftop* gedung. Pada adegan tersebut pengambilan gambar terlihat sisi kanan gedung menjadi *vanishing point*, sehingga pada *scene* tersebut terdapat *Deep/Kedalaman* dan terjadi perubahan ukuran dari kecil menjadi besar, sehingga *point of interest* terdapat pada adegan Terence yang mencoba menenangkan Jimmy Tan.

4. Ritme

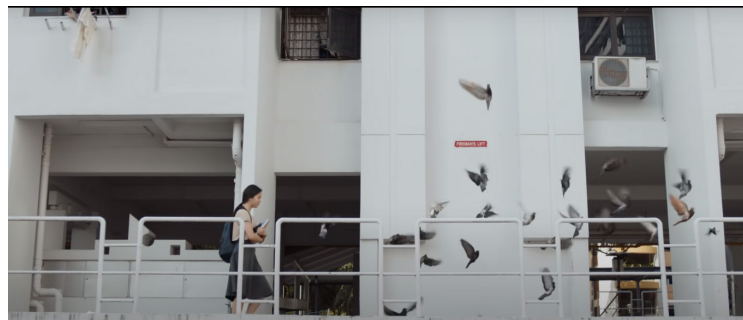
Menurut Soewardikoen, 2019 “Film dan video menggunakan elemen waktu, gerakan, ruang, suara, irama/ritme dan *flow* (alur).” Dalam video iklan layanan masyarakat *Do What’s Right Online* memang tidak banyak menyajikan ritme

yang begitu kompleks. Hanya beberapa *scene* pendukung yang membantu menggambarkan konflik yang terjadi pada plot/cerita.



Gambar 8 Screenshot YouTube detik 0.58 video Do What's Right Online
(Sumber: MLC Singapore, 2017)

Ritme yang terjadi pada gambar 8 tersebut adalah *Repetition* atau perulangan, yang dimana objek *linear* seperti jendela gedung dan tiang-tiang pondasi gedung yang berbentuk persegi.



Gambar 9 Screenshot YouTube detik 1.33 video Do What's Right Online
(Sumber: MLC Singapore, 2017)

Ritme yang terjadi pada gambar 9 tersebut adalah *primary visual rhythm-Moving Past Other Objects*, yang dimana sang protagonis melewati objek burung dan seketika burung tersebut berterbangan, ini dimana *repetition*/perulangan dan tempo terbentuk.

SIMPULAN & REKOMENDASI

Hasil analisis *visual storytelling* pada video iklan layanan masyarakat *Do What's Right Online* garapan The Media Literacy Council (MLC) Singapore, diantaranya bagaimana penerapan elemen - elemen visual dan simbolisasi menjadikan bahasa visual yang menarik guna mendukung cerita, penokohan, hingga emosi tiap pemeran berhasil tersampaikan dengan baik kepada para *audiens*. Saran dari penulis adalah perluas bacaan dalam mengelaborasi *visual storytelling*, sehingga pembahasan lebih komprehensif terkait topik tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Wina, Sanjaya. 2010. *Strategi Pembelajaran Berorientasi*

- Standar Proses Pendidikan*. Jakarta: Kencana
- Davis, M. and Hunt, J. (2017) *Visual Communication Design*. 1st edn. Bloomsbury Publishing. Available at: <https://www.perlego.com/book/744552/visual-communication-design-pdf>.
- Bellantoni, P. (2012) *If It’s Purple, Someone’s Gonna Die: The Power of Color in Visual Storytelling*. 1st edn. Taylor and Francis. Available at: <https://www.perlego.com/book/1627332/if-its-purple-someones-gonna-die-the-power-of-color-in-visual-storytelling-pdf>.
- Block, B. (2020) *The Visual Story*. 3rd edn. Taylor and Francis. Available at: <https://www.perlego.com/book/1636551/the-visual-story-pdf>.
- TriAdiPrasetyodkk, 2018. *Membangun Visual Storytelling dengan komposisi dinamik pada sinematografi film fiksi “Asmaradana”*. Yogyakarta: Institut Seni Indonesia.
- Pratista, Himawan. 2008. *Memahami Film*. Yogyakarta: Homerian.
- Semedhi, Bambang. 2011. *Sinematografi Videografi*.
- Nida, Fatma Laili Khoirun. 2014. *Persuasi dalam Media Komunikasi Massa: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam “AT-TABSYIR*.
- SULISTIYAWATI, Puri. ANALISIS KOMPONEN VISUAL DASAR SINEMATOGRAFI DALAM FILM LIVE ACTION “GREEN BOOK”. *Demandia : Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain, dan Periklanan*, [S.I.], v. 4, n. 2, p. 172-198, nov. 2019. ISSN 2502-2431. 2021. doi: <https://doi.org/10.25124/demandia.v4i2.2188>.
- Soewardikoen, Didit Widiatmoko. 2019. *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual*. PT. KANISIUS.

UJI COBA BUKLET AKTIVITAS MUSEUM BANK INDONESIA UNTUK SISWA SEKOLAH MENENGAH

USER TESTING MUSEUM OF BANK INDONESIA'S ACTIVITY BOOKLETS FOR MIDDLE AND HIGH SCHOOLERS

Nadia Mahatmi¹, Prima Murti Rane Singgih²

^{1,2}Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain,
Universitas Multimedia Nusantara

e-mail: nadia.mahatmi@umn.ac.id¹, primamrsinggih@gmail.com²

Diterima: Oktober, 2021 | **Disetujui:** Oktober, 2021 | **Dipublikasi:** Oktober, 2021

Abstrak

Museum Bank Indonesia merupakan salah satu museum yang berada di Kawasan Kota Tua Jakarta. Museum Bank Indonesia dibangun dengan tujuan sebagai pusat sejarah dari kehidupan keuangan di Indonesia. Walaupun menjadi salah satu museum yang populer untuk dikunjungi di Kawasan Kota Tua, namun Museum Bank Indonesia belum memiliki alat bantu panduan belajar di tempat untuk para pengunjung siswa. Padahal penggunaan alat bantu dalam mengunjungi museum dapat meningkatkan nilai kunjungan museum terhadap pengunjungnya. Apabila Museum Bank Indonesia mau mendidik pengunjungnya mengenai sejarah fiskal di Indonesia, maka dibutuhkan sebuah alat bantu panduan belajar untuk pengunjung SMP-SMA. Dalam penelitian ini, buklet belajar untuk siswa SMP-SMA akan disebar di Museum Bank Indonesia lalu responden akan diminta data mengenai efektivitas dan *engagement* dari buklet tersebut. Di akhir penelitian, diharapkan akan ada sebuah desain buklet belajar Museum Bank Indonesia yang dapat membantu siswa SMP-SMA.

Kata Kunci: Museum, Bank Indonesia, buklet aktivitas, engagement, siswa sekolah menengah

Abstract

Museum of Bank Indonesia is one of the museums located in the Old Town of Jakarta. Museum of Bank Indonesia was built with the aim of being the historical center of financial life in Indonesia. Despite being one of the most popular museums to visit in the Old Town area, Museum of Bank Indonesia does not have an on-site study guide for student visitors. Whereas the use of assistive devices in visiting museums can increase the value of museum

visits to visitors. If Museum of Bank Indonesia wants to educate its visitors about fiscal history in Indonesia, then a study guide tool is needed for junior-high school visitors. In this study, study booklets for junior and senior high school students will be distributed at Museum of Bank Indonesia and respondents will be asked for data on the effectiveness and engagement of the booklets. At the end of the research, it is hoped that there will be a design of the Bank Indonesia Museum study booklet that can help middle-high school students.

Keywords: *Museum, Bank Indonesia, Activity booklet, engagement, middle-high schooler*

PENDAHULUAN

Buklet Aktivitas

Museum Bank Indonesia (Museum BI) merupakan satu dari delapan museum yang berada di Kawasan Kota Tua Jakarta. Bangunan de Javashe Bank sendiri sudah berdiri sejak tahun 1828, namun Bank Indonesia sendiri baru diresmikan pada tanggal 15 Desember 2006. Berdasarkan data yang diambil dari situs resmi Bank Indonesia, museum ini memiliki tujuan untuk mensosialisasikan kebijakan yang dikeluarkan Bank Indonesia, tempat berkumpulnya benda-benda bersejarah yang terkait keuangan, dan sebagai sarana rekreasi literasi yang menghibur (www.bi.go.id).

Museum BI menawarkan Program Jelajah Museum yang ditujukan untuk pengunjung rombongan. Namun, berdasarkan observasi pada penelitian sebelumnya, mayoritas pengunjung Museum BI adalah siswa sekolah menengah yang tidak didampingi guru dan keluarga dengan anak kecil. Dengan kata lain, tidak ada panduan khusus untuk pengunjung individu. Brosur panduan Museum BI hanya didapat apabila pengunjung meminta langsung ke konter tiket selama persediaan masih ada.

Dalam penelitian kali ini, penulis akan melakukan uji coba purwarupa buklet aktivitas yang telah penulis desain pada penelitian sebelumnya. Purwarupa buklet aktivitas bisa dipakai sebagai alat bantu belajar pengunjung individu. Buklet ini dikhususkan untuk pengunjung sekolah menengah karena selama masa pubertas, otak manusia lebih sensitif dalam menerima pengaruh dari orang lain, lingkungan, dan pengalaman hidup. Hal tersebut membuat pengajaran yang berkualitas dan hubungan yang positif mempengaruhi perkembangan akademik remaja secara signifikan (Harper, Hermann, Waite, & Loschert, 2017).

Buklet aktivitas ini berisi berbagai aktivitas terkait ruangan dan artefak yang ada di Museum BI dan bisa diisi oleh pengunjung sesuai dengan alur kunjungan mereka. Ketika siswa sekolah diberikan pilihan belajar dengan konten yang relevan dengan ketertarikan mereka, dapat mengarahkan sendiri proses belajar, berimajinasi, bereksperimen dengan peran orang dewasa, dan bermain secara fisik membuktikan bahwa siswa jadi lebih termotivasi (Conklin, 2015).



Gambar 1 Purwarupa Buklet Aktivitas Museum Bank Indonesia. (Sumber: Mahatmi, 2021)

Buku aktivitas dipilih sebagai media karena tidak membuat user terlalu terpaku pada layar. Remaja awal di Indonesia (16-24 tahun) menghabiskan waktu rata-rata 195 menit per hari untuk bermain media sosial saja (Duerte, 2019). Remaja banyak menghabiskan waktunya di ruang virtual, namun cenderung kurang kontekstual terhadap lingkungan mereka sendiri. Memori dan sejarah dari ruang virtual cenderung bersifat sementara, kurang bernuansa, dan tidak bermakna, terlebih lagi kalau memiliki tujuan membuat kaum muda memiliki rasa kepemilikan terhadap sebuah tempat (Hartas, 2020).

Penelitian ini akan menggunakan metode *live prototyping* dan *define success* milik IDEO, yaitu dengan cara menyebarkan buklet aktivitas ini di Museum BI dan meminta pengunjung siswa sekolah menengah untuk mengisi buklet aktivitas tersebut sesuai dengan interpretasi mereka. Namun, karena adanya masa Perlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) di Jakarta, maka untuk uji coba kali ini akan dilakukan secara daring dengan menggunakan bantuan tur virtual. User kemudian akan mengisi kuesioner dan Forum Group Discussion (FGD) yang berisi pertanyaan mengenai desain dan efektivitas buklet pada pengalaman kunjungan mereka. Hasil kuesioner kemudian dianalisis dan disimpulkan. Sementara itu dari hasil FGD akan dicari efektivitas dan tingkat *engagement* pada buklet aktivitas terhadap pemahaman user tentang konten Museum BI sehingga nanti akan muncul desain buklet aktivitas yang lebih efektif dan *engaging* untuk pengunjung siswa sekolah menengah di Museum BI.

Guided Play

Menurut Weisberg, *guided play* dapat menciptakan tumpuan pada faktor lingkungan dan psikologis yang secara halus membentuk luaran yang diinginkan dalam pembelajaran dan juga perilaku positif terhadap belajar itu sendiri (Weisberg, Hirsh-Pasek, Golinkoff, Kittredge, & Klahr, 2016). Hal ini diperkuat oleh pernyataan Fisher, Hirsh-Pasek, Golinkoff, Singer, & Berk dalam White (2012), bahwa orang dewasa dapat memfasilitasi anak-anak belajar sambil mempertahankan interaksi dengan pendekatan bermain (hlm.7).

Klahr dan Nigram, dalam Toub, Rajan, Golinkoff, & Hirsh-Pasek (2016), menyatakan anak-anak yang mendapatkan tuntunan dan contoh orang dewasa dalam sebuah desain eksperimental mendapatkan peningkatan yang lebih baik daripada anak-

anak yang tidak mendapatkan tuntunan dan contoh sama sekali. *Discovery learning* memberikan terlalu banyak kemungkinan yang tidak dibatasi yang dapat mengarahkan siswa tersesat ke dalam fokus yang tidak relevan (hlm.120).

Zosh menyatakan bahwa belajar dapat dikategorikan menjadi dua, yaitu *surface learning* dan *deeper learning*. *Surface learning* berarti belajar menghafal fakta-fakta dan prinsip, sementara *deeper learning* membuat pelajar dapat menghubungkan antara ilmu pengetahuan dengan pengalaman dunia nyata dan memahami implikasinya (Zosh, Hopkins, Jensen, Liu, Hirsh-Pasek, Solis, & Whitebread, 2017). Faktor penunjang belajar, rasa senang, kebermanaknaan, dan *engagement* yang aktif diperlukan untuk memasuki tahap bermain sambil belajar. *Deeper learning* juga bisa ditingkatkan dengan mengombinasikan iterasi dan interaksi sosial (hlm.16).

Penelitian-penelitian di atas berfokus pada topik belajar sambil bermain untuk anak-anak. Tidak dijelaskan apakah metode *guided play* dapat diterapkan pada remaja. Padahal memasukkan unsur bermain dengan sengaja pada siswa sekolah menengah dapat meningkatkan potensi masa depan yang penuh kesenangan, kreatif, dan edukatif sehingga siswa merasa lebih betah di sekolah (Conklin, 2015). Dalam penelitian sebelumnya, buklet aktivitas didesain dengan mengikuti alur kunjungan dan display artefak yang ada di dalam Museum BI. *User* dapat mengisi berbagai aktivitas bermain yang ada di dalam buklet tersebut seperti menggambar, mencari kata-kata, atau menulis cerita. Hal ini dimaksudkan agar *user* merasa sebagai subyek dari museum ketika berinteraksi dengan artefak di museum (Boyd & Hughes, 2020). Demokratisasi institusi pendidikan seperti museum dapat membantu masyarakat memaknai lebih dalam mengenai suatu topik bahasan yang dianggap ambigu oleh masyarakat dengan cara memberikan ruang untuk menginterpretasi, daripada memberikan solusi yang sudah pasti (Pruulmann-Vengerefeldt & Runnel, 2011).

METODOLOGI

Metode yang akan digunakan dalam penelitian kali ini adalah metode Design Thinking oleh IDEO tahap *Prototype* dan *Test* sebagai dua tahapan terakhir dari lima (5) tahapan yang ada. Dalam metode penelitian ini akan dilakukan beberapa tahapan kerja, yaitu persiapan, pelaksanaan, dan analisis data.

Tahap persiapan dimulai dengan melakukan studi literatur lebih dalam lagi dan mengurus perizinan kepada pihak terkait. Penulis juga akan mengontak pihak Museum BI untuk menanyakan aturan selama berada di dalam museum. Selama masa Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) Museum Bank Indonesia tidak buka, namun tetap mengadakan kunjungan secara virtual. Dalam tahap persiapan, tim penulis akan melakukan observasi terlibat dengan cara mengikuti tur virtual Museum Bank Indonesia. Purwarupa. buklet juga disebarkan kepada guru sekolah sebagai perantara penulis dengan *user*.

Dalam *live prototyping online*, *softcopy* buklet aktivitas akan disebarkan paling telat seminggu sebelum tur virtual Museum BI untuk pengunjung siswa sekolah menengah. Siswa dibebaskan untuk mencetak atau menggunakan gawai dalam

mengisi buklet. Kemudian di akhir kunjungan, user diminta untuk mengisi kuesioner yang berisi mengenai efektivitas dan tingkat *engagement* pada buklet. User juga diminta untuk melakukan FGD agar efektivitas dan *engagement* yang diinginkan dapat tercapai dengan baik. Selama masa PPKM, *live prototyping* akan dilakukan secara daring dengan diselipkan pada pengunjung tur virtual.

Data dari hasil kuesioner dan FGD akan disimpulkan sehingga terlihat hubungan antarvariabel. Simpulan dari kuesioner ini akan menjadi masukan bagi perancangan buklet aktivitas untuk Museum BI sehingga nantinya akan muncul sebuah desain buklet aktivitas untuk tur virtual yang efektif dan *engaging* bagi pengunjung siswa sekolah menengah.

OBSERVASI TERLIBAT

Selama masa Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM), Museum Bank Indonesia tidak buka secara *offline*, namun tetap mengadakan kunjungan tur virtual untuk kelompok. Tur virtual ini merupakan sebuah acara tur Museum Bank Indonesia secara virtual. Peserta dapat mendaftar beberapa hari sebelumnya untuk mengikuti tur ini. Tur virtual ini tidak dipungut biaya apapun.

Observasi tur virtual dilakukan secara daring karena Museum Bank Indonesia masih tutup selama masa PPKM. Observasi tur virtual ini dilakukan pada hari Rabu, 10 Maret 2021 pukul 09.00 sampai 10.00 WIB. Tur virtual Museum Bank Indonesia berbentuk *live tour* menggunakan *platform* Zoom, bukan dengan menggunakan *website* dengan video 360°. Terdapat sekitar 150-an orang partisipan yang hadir, terdiri dari guru dan murid sekolah. Tur virtual seharusnya berdurasi 60-90 menit, namun guru bisa meminta untuk memperpendek masa kunjungan jika harus menyesuaikan dengan jadwal pelajaran.

Berdasarkan pengalaman observasi terlibat ini, terdapat beberapa kesimpulan yang bisa ditarik, yaitu informasi umum mengenai Bank Indonesia disampaikan dengan jelas, lengkap, dan runut. Tidak ada materi yang terlalu detail sehingga partisipan tidak *overload* informasi. MC juga memberikan trivia-trivia yang menarik perhatian sehingga partisipan tidak bosan dengan muatan informasi yang diberikan selama 60-90 menit. Trivia tersebut juga seringkali dikaitkan dengan kondisi saat ini, misalnya pada cerita wastafel dan wabah kolera pada zaman dahulu.

Kemudian MC selalu mendemokan semua media interaktif yang ada pada museum. Hal ini dilakukan untuk promosi museumnya itu sendiri ketimbang membahas konten yang ada di dalam media interaktif tersebut karena interaktivitasnya tidak bisa dilakukan secara langsung oleh partisipan. Beberapa media interaktif yang ditunjukkan lebih bersifat *gimmick*, misalnya pada layar proyektor yang membahas tentang bank syariah dan foto pengunjung pada lembar uang kertas.

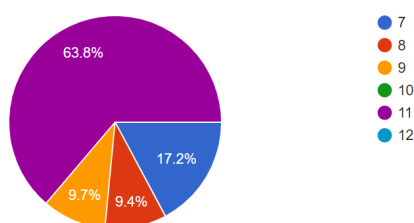
Permasalahan teknis beberapa kali terjadi, seperti delay atau terputus-putus karena sinyal tidak stabil dan kualitas kamera yang kurang optimal karena menggunakan handphone. Kamera kurang fokus juga beberapa kali terjadi, terutama jika berada di ruangan yang cukup gelap atau kamera berpindah dari *shot* dekat ke *shot* jauh, atau sebaliknya. Pergerakan kamera cukup stabil, namun perpindahan *shot* seringkali dilakukan terlalu cepat. Ketika menunjukkan obyek yang dibicarakan,

kamerawan akan melakukan *close up* atau *zoom in*. Apabila obyek terlalu jauh, kamerawan memperlihatkan teks pada papan informasi seperti pada kasus jendela kaca patri.

Untuk ruangan tanpa sinyal, pihak museum menggunakan *pre-recorded video* yang ditambahkan penjelasan oleh MC. Hal ini cukup efektif karena durasi video tidak terlalu lama, namun tidak ada gambar-gambar inisiatif kamerawan karena semuanya sudah direkam sebelumnya. Sementara itu, untuk penggunaan buklet digital sebaiknya menggunakan ilustrasi *full colour* karena buklet tidak perlu dicetak sehingga tidak akan memakan biaya yang terlalu besar. Untuk buklet cetak sendiri warnanya disarankan untuk *full colour*, namun karena alasan *budget* maka buklet akan tetap dibuat dengan warna minimal.

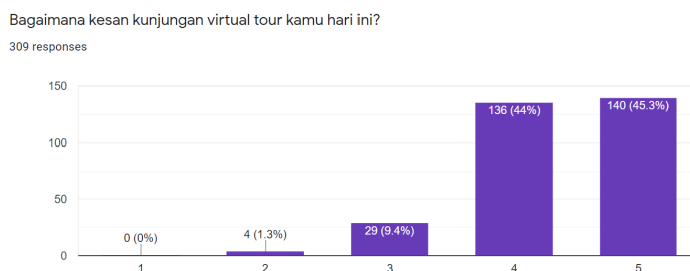
Kuesioner

Penulis menyebarkan kuesioner dalam dua kali kunjungan tur virtual Museum Bank Indonesia, yaitu pada hari Rabu dan Kamis, 17-18 Maret 2021. Terdapat total 309 responden. Kuesioner berisi dua *section*, *section 1* mengenai pengalaman pengunjung dalam tur virtual Museum Bank Indonesia dan *section 2* penggunaan buklet aktivitas selama tur virtual berlangsung.



Gambar 2 Grafik Kelas Responden. (Sumber: Mahatmi, 2021)

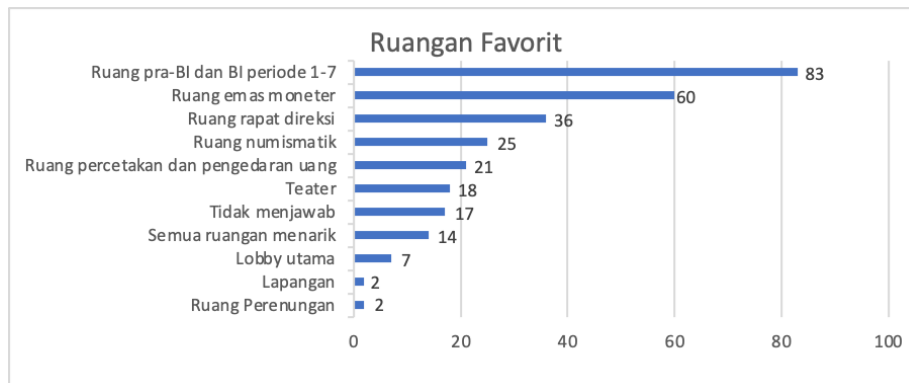
Berdasarkan grafik di atas, terlihat bahwa mayoritas pengguna buklet adalah siswa kelas 11 SMA sebanyak 197 responden (63,8%), disusul oleh siswa kelas 7 SMP sebanyak 53 responden (17,2%). Tidak ada perwakilan dari responden dari kelas 10 dan 12 SMA karena observasi saat itu dilakukan hanya sebanyak dua kali dengan partisipan acara dari kelas 7-9 SMP dan kelas 11 SMA saja.



Gambar 3 Grafik Kepuasan Responden terhadap Kunjungan (1 = tidak puas, 5 = sangat puas). (Sumber: Mahatmi, 2021)

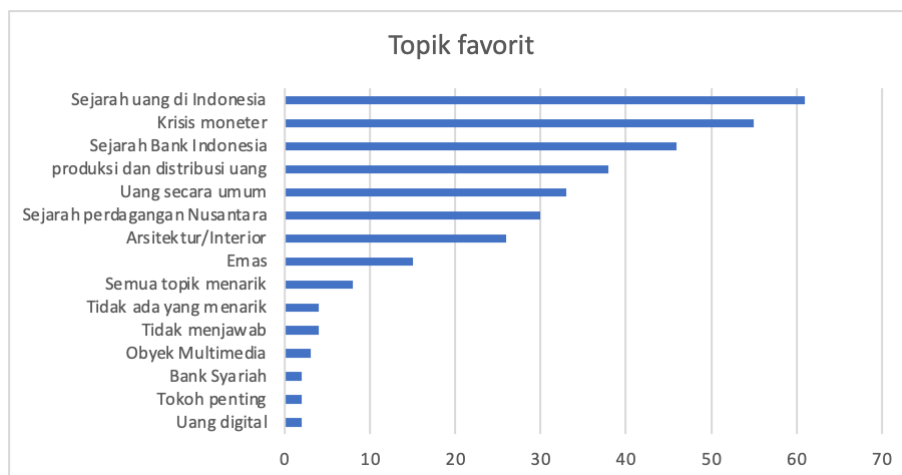
Grafik di atas memperlihatkan tingkat kepuasan responden terhadap kunjungan tur virtual dengan skala angka 1 berarti sangat tidak puas hingga 5 yang berarti sangat

puas. Dapat terlihat bahwa 140 responden (45,3%) merasa sangat puas dan 136 (44%) responden merasa puas. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden merasa puas dengan kunjungan virtual Museum Bank Indonesia.



Gambar 4 Grafik Ruangan Favorit Responden. (Sumber: Mahatmi, 2021)

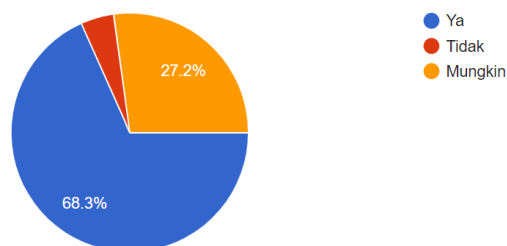
Pertanyaan berikutnya adalah pertanyaan terbuka yang menanyakan mengenai ruangan favorit responden. Hal ini dimaksudkan agar penulis mendapatkan data mengenai tipe ruangan seperti apa yang disukai responden. Hasilnya menunjukkan bahwa 83 responden (29,1%) menyukai konten di dalam Ruang Pra-BI dan BI Periode 1-7. Hal ini cukup wajar mengingat ruangan ini cukup besar dan kontennya sangat beragam. Banyak obyek yang bisa dilihat dan dipegang. Berikutnya adalah Ruang Emas Moneter sebanyak 60 responden (21%). Hal ini juga dikarenakan ruangnya menarik perhatian dengan replika emas batangan yang bisa dipegang. Sisanya yaitu Ruang Rapat Direksi sebanyak 36 responden (12,63%), Ruang Numismatik sebanyak 25 responden (8,7%), dan Ruang Percetakan dan Peredaran Uang sebanyak 21 responden (7,4%).



Gambar 5 Grafik Topik Favorit Responden. (Sumber: Mahatmi, 2021)

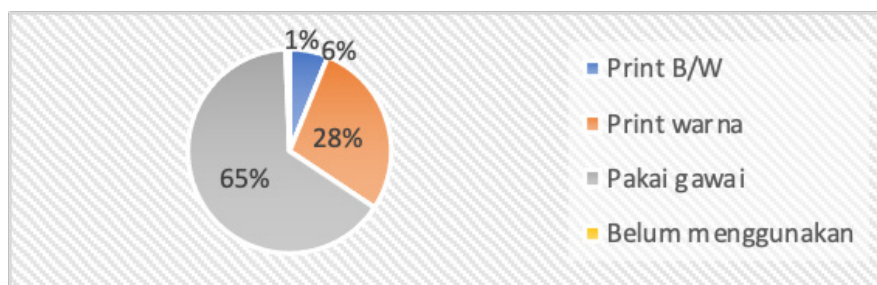
Berikutnya kuesioner menanyakan mengenai topik yang paling berkesan untuk responden sehingga membuat responden ingin mencari tahu lebih lanjut. Jawaban terbanyak ada pada sejarah uang di Indonesia sebanyak 61 responden (18,5%), krisis moneter sebanyak 55 responden (16,7%), sejarah Bank Indonesia sebanyak 46 responden (14%), produksi dan distribusi uang sebanyak 38 responden (11,6%),

dan informasi mengenai uang secara umum sebanyak 33 responden (10%). Krisis moneter menjadi topik yang cukup menarik perhatian mengingat seluruh responden belum lahir pada masa itu.



Gambar 6 Grafik Ekspektasi Responden. (Sumber: Mahatmi, 2021)

Akhir dari section 1 pada kuesioner mempertanyakan tentang ekspektasi responden terhadap kunjungan tur virtual Museum Bank Indonesia. Terlihat bahwa 211 responden (68,3%) menyatakan bahwa kunjungan tur virtual ini sesuai ekspektasi, 84 responden (27,2%) menyatakan mungkin sesuai ekspektasi, dan 14 responden (4,5%) menyatakan tidak sesuai ekspektasi. Responden mengaku kunjungan tur virtual ini sesuai ekspektasi karena menambah pengetahuan, penjelasan yang diberikan jelas, dan mendapatkan pengalaman yang berkesan. Sementara itu, responden yang menjawab tidak sesuai ekspektasi beralasan lebih ingin kunjungan langsung, penjelasan terlalu cepat, dan kendala teknis.



Gambar 7 Grafik Penggunaan Buklet oleh Responden. (Sumber: Mahatmi, 2021)

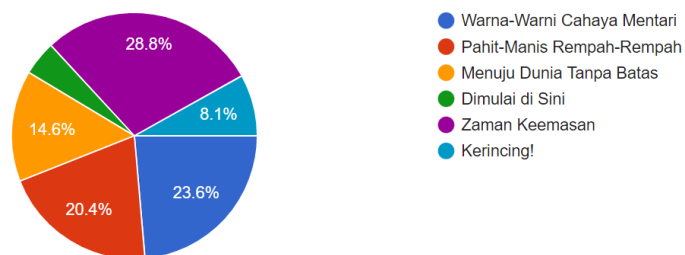
Di awal section 2, penulis menanyakan mengenai cara responden menggunakan buklet. Awalnya, buklet disebarkan kepada responden melalui guru yang menjadi panitia acara kunjungan ini. Penulis tidak mengharuskan responden mencetak buklet. Hasilnya, sebanyak 201 responden (65%) menggunakan gawai (berupa iPad, tablet, atau smartphone), 87 responden (28,1%) mencetak berwarna, 19 responden (6,1%) mencetak hitam putih, dan 2 responden (0,6%) tidak menggunakan buklet.

Pertanyaan berikutnya pada kuesioner akan dihitung dengan menggunakan skala Likert. Terdapat 11 pertanyaan yang berkisar mengenai pengalaman menggunakan buklet dengan skala jawaban 1-5 (1 = sangat rendah, 5 = sangat tinggi). Jumlah responden sebanyak 309 orang. Berikut adalah hasil skala Likert yang sudah dihitung:

Tabel 1 Hasil Skala Likert Pengalaman Penggunaan Buklet Aktivitas oleh Responden
(Sumber: Mahatmi, 2021)

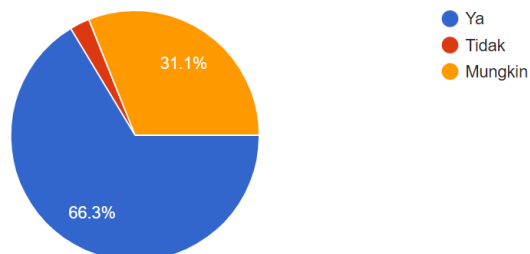
No.	Pertanyaan	Total	Skor	Persentase
1	Bagaimana kesan kunjungan <i>virtual tour</i> kamu hari ini?	927	3	60%
2	Ilustrasi pada buklet jelas dilihat	1322	4,27	85,57%
3	Ilustrasi pada buklet mudah dimengerti	1244	4,02	80,52%
4	Font (tulisan) pada buklet mudah dibaca	1287	4,16	83,3%
5	Saya membaca seluruh informasi yang ada di setiap halaman buklet	1200	3,88	77,67%
6	Saya mengisi buklet ini dengan penuh fokus dan tidak teralihkan oleh hal lain	1109	3,58	71,78%
7	Buklet ini membantu saya dalam memahami hubungan antara benda/ruang yang dipamerkan dengan keadaan saya saat ini	1226	3,96	79,35%
8	Buklet ini membantu saya merasa lebih empatik kepada cerita/tokoh yang diceritakan	1255	4,06	81,23%
9	Saya tidak keberatan mengisi buklet semacam ini dalam kunjungan <i>offline</i> ke museum	1234	3,99	79,87%
10	Saya menikmati mengisi buklet ini	1185	3,83	76,70%
11	Waktu dalam <i>virtual tour</i> cukup untuk menyelesaikan buklet ini	1052	3,4	68,09%

Secara umum dapat dilihat bahwa konten buklet sudah baik. Ilustrasi pada buklet sudah baik dan menjelaskan teks. Selain itu, isi buklet juga membantu responden merasa lebih empatik dengan konten museum. Hal yang masih bisa ditingkatkan adalah durasi mengisi buklet yang dianggap terlalu sebentar.



Gambar 8 Grafik Konten Buklet yang Paling Disukai. (Sumber: Mahatmi, 2021)

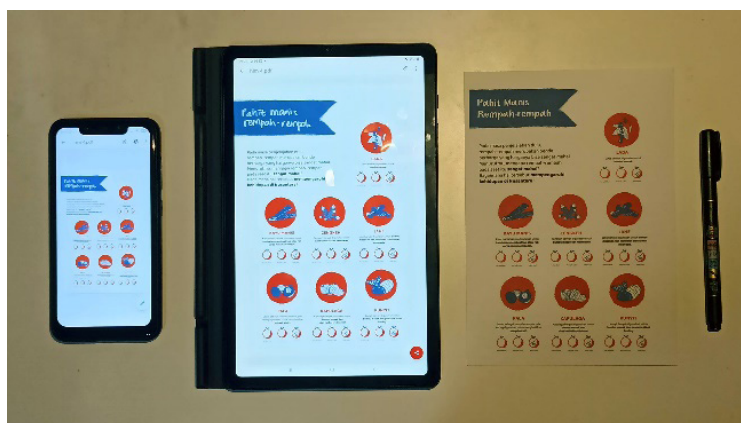
Berikutnya adalah pertanyaan mengenai konten buklet yang paling disukai. Berdasarkan hasil responden, terlihat 3 (tiga) konten yang paling disukai adalah Zaman Keemasan, Warna-Warni Cahaya Mentari, dan Pahit-Manis Rempah-Rempah. Zaman Keemasan disukai karena penjelasan dalam tur virtual menarik dan aktivitasnya menyenangkan. Warna-Warni Cahaya Mentari disukai karena aktivitasnya menarik dan kontennya menambah wawasan. Sementara itu, Pahit-Manis Rempah-Rempah disukai karena rempah-rempah merupakan sesuatu yang familiar bagi responden, tapi responden baru tahu fakta-fakta di balik perdagangan rempah-rempah Nusantara, serta tertarik karena aktivitas mencari kata-kata.



Gambar 9 Grafik Ketertarikan Responden untuk Mencari Tahu Lebih Lanjut Sejarah Keuangan Indonesia setelah Mengisi Buklet. (Sumber: Mahatmi, 2021)

Lalu pertanyaan terakhir adalah mengenai ketertarikan responden untuk mencari tahu lebih lanjut mengenai sejarah keuangan di Indonesia setelah mengisi buklet ini. Dapat dilihat bahwa 66,3% responden menyatakan tertarik untuk mencari tahu lebih lanjut karena semakin penasaran dan semakin ingin menambah pengetahuan. 31,3% menyatakan mungkin tertarik untuk mencari tahu lebih lanjut beralasan buklet aktivitas lumayan ingin meningkatkan pengetahuan. Sementara itu 2,6% menyatakan tidak tertarik untuk mencari tahu lebih lanjut karena tidak tertarik dengan konten keuangan dan sisanya menjawab tidak ada alasan khusus.

Kesimpulan yang didapat dari hasil kuesioner adalah pada umumnya buklet dengan mudah digunakan. Ilustrasi jelas dan menjelaskan teks. Mayoritas responden yang merasa kesulitan membaca *font* dalam buklet terjadi karena responden tidak mencetak buklet melainkan menggunakan *smartphone* untuk melihat dan mengisi. Hal ini juga disebabkan karena pada awalnya buklet ini tidak didesain untuk ukuran sebesar layar *smartphone*.



Gambar 10 Perbandingan Besar Buklet dengan Media yang Berbeda.
(Sumber: Mahatmi, 2021)

Buklet sudah bisa membantu responden memahami konten museum dengan keadaan mereka saat ini dan membantu mereka berempati terhadap orang-orang pada masa itu. Responden juga mengaku tidak keberatan mengisi buklet semacam ini dalam kunjungan offline, apalagi jika mengisinya langsung dalam bentuk buklet cetak, namun diperlukan waktu yang lebih panjang untuk mengisi buklet ini sampai selesai. Apalagi pada waktu tur virtual, responden harus memperhatikan penjelasan MC dan juga mengerjakan tugas yang diberikan oleh sekolah. Konten buklet dianggap menarik bagi responden apabila dekat dengan keseharian mereka dan berisi aktivitas yang mudah dilakukan dan yang terakhir penggunaan buklet membuat responden ingin mencari tahu lebih lanjut mengenai sejarah keuangan di Indonesia karena isinya membuat penasaran dan informatif.

Forum Group Discussion

FGD dilakukan kepada 4, orang siswa sekolah menengah pada hari Sabtu, 25 September 2021. Peserta FGD merupakan siswa sekolah MAN 14 Jakarta yang pernah mengikuti tur virtual Museum BI selama masa PPKM dan menggunakan buklet yang diberikan oleh penulis. Berikut profil singkat peserta FGD:

Tabel 2 Profil Singkat Peserta FGD (Sumber: Mahatmi, 2021)

No.	Nama	Usia	Jenis Kelamin	Domisili
1	Fildzah Nadjwa (FN)	16	Perempuan	Jakarta
2	Zahrotul Aini (ZA)	16	Perempuan	Jakarta
3	Sabrina Billah Maharani (SB)	17	Perempuan	Jakarta
4	Aulia Putri (AP)	16	Perempuan	Jakarta

Awalnya, peserta FGD ditanya mengenai kunjungan ke museum. ZA mengatakan bahwa kunjungan ke Museum BI merupakan salah satu acara yang dilakukan oleh sekolahnya dan bersifat wajib dilakukan untuk kelas 11. Acara diselenggarakan oleh guru-guru sejarah Indonesia dalam rangka memperkenalkan lebih lanjut mengenai sejarah Indonesia, khususnya yang berkaitan dengan keuangan dan perdagangan. Untuk melengkapi kegiatan ini, guru-guru memberikan tugas berupa merangkum pemaparan MC.

Peserta kemudian ditanya mengenai ekspektasinya mengenai acara tur virtual ini. AP mengatakan bahwa awalnya ia mengira tur virtual ini akan berbentuk seperti vlog, namun ternyata tidak. Walaupun demikian, AP mengaku puas atas kunjungan ke museum. SB mengatakan bahwa saat ia akan melakukan kunjungan, ia mencari tahu mencari tahu lewat mesin pencarian Google dan menemukan *website* Bank Indonesia. SB juga sempat melihat-lihat isi *website* dan melihat ke dalam *virtual tour* 360° yang ada dalam *website* agar ia lebih paham mengenai lokasi kunjungan.

Lalu peserta ditanyakan mengenai pengalaman berkunjung ke museum secara langsung. Semuanya mengaku belum pernah mengunjungi Museum BI secara langsung, namun sudah pernah mengunjungi museum lain di daerah Kota Tua Jakarta, misalnya Museum Fatahillah, Museum Tekstil, Museum Wayang, dan Museum Bahari. FN juga pernah mengunjungi museum lain di luar Jakarta dalam rangka liburan. Sementara AP terakhir kali mengunjungi museum secara langsung ketika SMP saat *study tour* sekolah. AP juga bercerita bahwa ketika SD ia mengunjungi museum dan diharuskan mengisi tugas oleh gurunya, namun pada akhirnya tugasnya dikerjakan seadanya karena ia harus berbagi fokus dengan pemandu tur yang menjelaskan dan berpindah tempat dengan cepat. Sementara itu, SB bercerita mengenai pengalamannya mengunjungi Museum Pengkhianatan PKI Jakarta. Ia bercerita bahwa melihat Lubang Buaya sebagai situs bersejarah membuat ia merasa sangat berempati dengan korban pada masa itu.

Berikutnya pertanyaan mengenai tujuan mengunjungi museum dan kegiatan yang dilakukan saat kunjungan museum langsung. Semuanya mengatakan bahwa mereka dan teman-temannya sengaja mengunjungi daerah Kota Tua Jakarta *untuk hang out* karena biaya yang dikeluarkan tidak besar. ZA dan AP bilang bahwa selain mencari informasi mengenai hal-hal baru, mereka juga suka dengan museum karena ada banyak tempat untuk foto-foto. Mereka semua bercerita bahwa mereka biasanya membaca informasi yang ada di papan informasi sebuah artefak hanya bila artefaknya belum pernah mereka lihat atau terlihat unik di mata mereka. SB penasaran dengan cara membuat dan fungsi artefak yang menurutnya menarik. SB juga mengatakan ia akan melewati artefak yang sudah pernah ia lihat sebelumnya di media sosial. Sementara AP biasanya melakukan *skimming* jika papan informasi berisi tulisan terlalu banyak.

Saat ditanya mengenai pengalaman menggunakan buklet, 3 dari 4 peserta mengatakan bahwa buklet tersebut dicetak dengan *printer* berwarna karena semua peserta memiliki printer di rumahnya. Hanya FN yang menggunakan *smartphone* untuk mengisi buklet tersebut dan ia mengaku kesulitan mengisinya. Ia berpikir bahwa sepertinya ia membutuhkan aplikasi khusus untuk mengisi buklet melalui *smartphone*. Kemudian seluruh peserta FGD menyatakan tidak keberatan menggunakan buklet cetak dalam kunjungan langsung ke museum karena bisa membantu mereka jika tidak menggunakan jasa pemandu tur.

Mengenai saran untuk buklet ke depannya, FN mengatakan bahwa buklet tersebut sebaiknya juga memberikan tempat untuk *user* mengisi pesan dan kesan selama kunjungan sebagai *feedback* pada pihak museum. Sementara AP mengatakan ingin ada konten mengenai tebak gambar dalam buklet. Lalu semuanya mengatakan bahwa mereka tidak menyelesaikan buklet sampai tuntas karena waktu kunjungannya sudah selesai dan ada tugas lain dari sekolah yang mereka kerjakan sebagai prioritas.

Berdasarkan hasil FGD, dapat ditarik beberapa kesimpulan bahwa jika peserta mengunjungi museum untuk kebutuhan rekreasi, dibutuhkan suatu media sebagai pengganti jasa pemandu tur. Apabila menggunakan pemandu tur, maka peserta dapat diarahkan untuk melihat atau mendapatkan cerita tertentu. Namun, jika dalam rangka rekreasi, peserta hanya berkeliling tanpa tujuan pembelajaran yang jelas.

Peserta tertarik dengan obyek yang belum pernah mereka lihat sebelumnya dan obyek yang bentuknya unik. Mereka juga dengan sukarela membaca informasi mengenai kedua obyek seperti ini. Terdapat perbedaan pengetahuan dan pemahaman di setiap peserta FGD. Ada peserta yang peserta secara sukarela mencari tahu lebih lanjut mengenai konten museum sebelum tur virtual berlangsung, sementara sisanya memilih untuk tidak mencari tahu. Hal ini dikarenakan ada perbedaan dalam motivasi belajar siswa.

Secara keseluruhan konten buklet sudah baik dan konten tidak sulit untuk dikerjakan. Hanya saja tidak ideal apabila dikerjakan dengan *smartphone*. Buklet tidak bisa diselesaikan dalam waktu 1 jam karena peserta harus berbagi fokus dengan pemaparan MC saat kunjungan. Maka dari itu, sebaiknya konten buklet masih bisa diisi setelah kunjungan berakhir dan berkaitan dengan hal-hal yang ada di sekitar peserta agar peserta tidak merasa kesulitan mengisi.

KESIMPULAN

Berdasarkan kesimpulan dari hasil observasi terlibat, kuesioner, dan focus group discussion, terdapat beberapa hal yang bisa digarisbawahi dalam meningkatkan engagement selama kunjungan ke museum. Yang pertama adalah bahwa dalam kunjungan ke museum secara informal, misalnya untuk tujuan rekreasi atau *hang out*, diperlukan sebuah tuntunan agar informasi yang ditunjukkan dalam museum dapat dimaknai lebih dalam oleh pengunjung untuk pengunjung yang tidak menggunakan jasa pemandu tur. Hal ini disebabkan oleh pembelajaran yang ditawarkan oleh museum dan buklet aktivitas bersifat informal.

Hal ini juga diperkuat oleh pernyataan Laksono (2017), pengajaran formal memiliki struktur dan jenjang pembelajaran, misalnya berupa silabus atau rencana mata pelajaran. Pelajaran disusun dari yang paling mudah hingga yang paling susah, lalu diakhiri oleh tes yang bersifat formatif atau yang biasa kita sebut dengan ujian. Ujian ini merupakan salah satu cara untuk mengetahui apakah pengetahuan disimpan dalam memori. Dalam pengajaran informal, susunan pengajaran tidak hadir karena pelaksana bukan tenaga pendidik resmi, melainkan lingkungan dan keluarga.

Yang kedua, karena tujuan pembelajaran formal dan informal berbeda maka fungsi buklet juga baiknya dibedakan. Pelajaran informal berfungsi sebagai pelengkap dari pendidikan formal. Maka dari itu, sebaiknya konten buklet aktivitas tidak berisi hal-hal yang bersifat ujian. Konten buklet aktivitas museum ini, dititikberatkan pada pengalaman pribadi dan memori *user* yang berkaitan dengan topik yang sedang dibahas karena diharapkan dapat membantu *user* lebih memahami hubungan antara konten museum dengan kehidupannya. Hal ini sejalan dengan pemikiran Newman dan DeCaro (2019), bahwa menurunkan beban kognitif selama eksplorasi dapat meningkatkan pengetahuan yang berhubungan dengan pemahaman dan transfer kontekstual.

Terakhir, untuk penggunaan daring dan luring bisa dibedakan visualnya. Dalam pembelajaran daring, buklet bisa memiliki warna lebih banyak karena tidak terbatas pada biaya cetak. Namun, perlu dipikirkan kembali media yang ideal dan ukuran yang tepat untuk layar *smartphone*. Sementara itu, untuk pembelajaran luring belum ada kesimpulan yang dapat ditarik karena uji coba lapangan masih terkendala PPKM.

SARAN

Berdasarkan hasil kesimpulan di atas, ada beberapa saran yang bisa diikuti terkait dengan perancangan buklet aktivitas untuk museum, yaitu buatlah buklet aktivitas berdasarkan konten museum. Gunakan *flow* kunjungan luring agar konten buklet sesuai dengan jalannya tur virtual dan peserta tidak perlu membolak-balik halamannya.

Kemudian berikan konten buklet yang banyak berisi aktivitas agar buklet tidak terkesan sebagai tugas sekolah. Hindari juga konten buklet yang isinya bisa dicari lewat mesin pencarian. Masukkan lebih banyak konten yang bersifat reflektif dan bisa diselesaikan di luar waktu kunjungan. Konten yang diminati adalah konten yang mudah diselesaikan pada saat itu juga. Namun, harus dicermati agar isi buklet juga sebaiknya bersifat reflektif agar *user* belajar menghubungkan konten museum dengan pengalaman mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Boyd, C.P. & Hughes, R. (2020). *Emotion and the Contemporary Museum*. Palgrave Pivot: Singapore.
- Conklin, Hilary G. (2015, March 3rd). *Playtime Isn't Just for Preschoolers—Teenagers Need It, Too*. Diakses dari <https://time.com/3726098/learning-through-play-teenagers-education/>
- Duarte, Fernando. (2019, September 9th). *Berapa Banyak*

- Waktu yang Dhabiskan Rakyat Indonesia di Media Sosial? Diakses dari <https://www.bbc.com/indonesia/majalah-49630216>
- Harper, Hermann, Waite, & Loschert. (2017). *The Adolescent Brain: A Second Window of Opportunity*. UNICEF: USA
- Hartas, Dimitra. (2020). *Young People's Play, Wellbeing and Learning*. Palgrave Pivot: Switzerland
- Laksono, H.W. (2017). Pendidikan Informal untuk Penguatan Pembelajaran di Daerah Tertinggal. Diakses dari <https://edukasi.kompas.com/read/2017/10/10/17374411/pendidikan-informal-untuk-penguatan-pembelajaran-di-daerah-tertinggal?page=all>
- Museum Bank Indonesia. <https://www.bi.go.id/id/layanan/museum-bi/default.aspx>
- Newman, P.M & DeCaro, M.S. (2019). Learning by exploring: How much guidance is optimal? *Learning and Instruction Vol.62*. Elsevier: Louiseville. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.learninstruc.2019.05.005>
- Pruulmann-Vengerfeldt, P. & Runnel, P. (2011). When the Museum Becomes the Message for Participating Audiences. *Communication Management Quarterly: Časopis za upravljanje komuniciranjem*.
- Toub, T.S., Rajan, V., Golinkoff, R.M., & Hirsh-Pasek, K. (2016). Guided Play: A Solution to the Play Versus Learning Dichotomy. *Evolutionary Perspectives on Child Development and Education, Evolutionary Psychology*. Springer Publishing: Switzerland. DOI 10.1007/978-3-319-29986-0_5
- Weisberg, D.S., Hirsh-Pasek, K., Golinkoff, R.M., Kittredge, A.K., & Klahr, D. (2016). Guided Play: Principles and Practices. *Current Directions in Psychological Science*. Sagepub: USA. DOI: 10.1177/0963721416645512
- White, Rachel E. (2012). *The Power of Play: A Research Summary on Play and Learning*. Minnesota Children's Museum: USA.
- Zosh, J.M., Hopkins, E.J., Jensen, H., Liu, C., Neale, D., Hirsh-Pasek, K., Solis, S.L., & Whitebread, D. (2017). Learning Through Play: A Review of The Evidence. *The LEGO Foundation*. ISBN: 978-87-999589-1-7

EKSPLORASI DESAIN *FIN SURFBOARD* DENGAN MENGGUNAKAN *3D PRINTING FDM*

EXPLORATION OF FIN SURFBOARD DESIGN USING 3D PRINTING FDM

Rio Ferdinand¹, Phebe Valencia²

^{1,2}Desain Produk, Fakultas Desain, Universitas Pelita Harapan

e-mail: rio.ferdinand@uph.edu¹, phebe.valencia@uph.edu²

Diterima: Oktober, 2021 | Disetujui: Oktober, 2021 | Dipublikasi: Oktober, 2021

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi penggunaan *3D printer* dalam memproduksi produk. Metode *3D printing* mempunyai kelebihan, yaitu dapat diproduksi dengan jumlah sedikit, presisi serta memiliki bentuk yang lebih bermain. Dalam artian tidak dibatasi oleh arah bukaan cetakan dan lainnya. Objek yang dipilih adalah sirip papan selancar (*fin surfboard*), karena produk tersebut berdimensi kecil, dan umumnya dibuat dengan material plastik sehingga ideal untuk dijadikan objek penelitian. Diharapkan penelitian ini dapat menghasilkan desain *fin surfboard* yang memiliki nilai kebaruan, baik dalam sisi desain bentuk maupun metode produksi.

Kata Kunci: *3D Printing, Desain, Papan Selancar*

Abstract

This study aims to explore the use of 3D printers in producing products. 3D printing method has the advantage that it can be produced in small quantities, precise and has a more playful shape. In the sense that it is not limited by the direction of the mold opening and others. The object chosen was a surfboard fin, because the product has small dimension, and is generally made with plastic material, making it ideal for research objects. It is hoped that this research can produce a fin surfboard design that has a novelty value, both in terms of shape design and production methods.

Keywords: *3D Printing, Design, Surfboard*

PENDAHULUAN

Tujuan Eksplorasi

Penelitian ini merupakan rangkaian dari penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan eksplorasi kemampuan metode *3D printer* dalam menghasilkan produk yang siap pakai. Peneliti mencoba menggali topik ini setelah melihat contoh eksplorasi dari Hexa Surfboard, yang berhasil membuat papan selancar (*surfboard*) dengan menggunakan *3D Printing*. Namun berdasar penelitian sebelumnya, dimana

peneliti kesulitan untuk mendapatkan akses untuk *3D printer industrial grade* yang dapat mencetak produk berukuran besar, peneliti memilih objek komponen yang lebih kecil, yaitu bagian sirip (*fin*) dari papan selancar.



Gambar 1 3D Printing Surfboard oleh Hexa Surfboard
(Sumber: <https://www.wyvesurf.com/about-us#material>)

Fin Surfboard

Fin surfboard, umumnya diproduksi dengan 2 macam cara, yaitu produksi massal dengan menggunakan material plastik dan produksi satuan dengan menggunakan teknik cetakan dengan material *fiberglass* dan resin. Produksi massal memiliki kelebihan dari sisi kualitas yang seragam, namun harus diproduksi dengan jumlah yang banyak, setidaknya dalam jumlah ribuan. Sehingga bentuk yang dihasilkan umumnya seragam. Sedangkan produksi rumahan (satuan), umumnya mudah dilakukan, namun produk yang dihasilkan kurang presisi.

Metode *3d printer*, diharapkan dapat menjembatani aspek tersebut dengan menghasilkan produk yang presisi, dapat diproduksi dalam jumlah kecil dan bentuk yang lebih eksploratif.

HANDMADE BATIK FINS

Posted 7 years ago by Deus Indonesia

Like 141 Tweet Share 8

Fins, who would have thought that these bits of fiberglass and resin would change your board so much? Well, we do and since we take the time to hand shape our sticks, why wouldn't we hand shape fins as well and that's why over here at The Temple we grow our own, and if I say so myself they're, "The Tits". Hand crafted, with a Batik inlay and hand foiled for perfect flex appeal.

So next time you drop in on a bomb and that fin engages and slingshots you right in to the pocket give us a nod as you roll by or even better, grab a different shape and see how your board responds. Fins, who knew? Maybe The Druids...



Gambar 2 Fin bermotif batik buatan pengrajin yang diproduksi secara manual.
(Sumber: <http://deuscustoms.com/blog/fin-soup-2/>)



Gambar 3 Fin yang diproduksi secara manual oleh Alkali Fins (Australia)
(Sumber: <https://alkalifins.com>)

Pemilihan Material ABS

Melalui penelitian sebelumnya, peneliti mendapatkan hasil bahwa hasil *printing* dengan material plastic ABS memiliki tingkat kehalusan yang lebih tinggi dibandingkan dengan PLA. Serta hasil *printing*-nya lebih stabil (tidak banyak bagian yang bolong). Namun kekurangannya adalah dari sisi biaya dan akses. Biaya *printing* material ABS cenderung lebih mahal dari material PLA, dengan kisaran harga Rp 2.000 – 3.000 / gram. 3D *printer* yang tersedia di UPH hanya dapat *print* material PLA dan tidak dapat mencetak dengan material ABS ini. Selain itu, vendor yg mampu untuk 3D *Printing* ABS juga terbatas. Pemilihan material ABS, juga berdasarkan referensi dari website FCS <https://www.surffcs.eu/collections/fins>), dimana disebutkan salah satu material yang dipakai adalah berjenis *thermo polymer*.

Objek Penelitian *Fin Surfboard*

Objek penelitian yang dipilih adalah *fin* dari *surfboard*. Produk ini dipilih berdasarkan pertimbangan sebagai berikut :

1. Memiliki dimensi yang kecil. kurang dari 50% batas kemampuan *print* dari mesin. Sehingga tergolong sangat aman dari *error* seperti *warping*, *over heat*, yang kerap terjadi di penelitian sebelumnya.
2. Umumnya diproduksi dengan material *thermo polymer*. Sama seperti material yang digunakan oleh 3D *printer*.
3. Peneliti pernah melakukan perancangan produk papan selancar (*surfboard*)
4. Memiliki *locking system* yang membutuhkan kepresisian tinggi. Sehingga cocok untuk diproduksi dengan mesin.
5. Desain yang beredar umumnya memiliki bentuk yang serupa. Sehingga masih ada peluang bagi desainer untuk mengembangkan bentuk yang lebih menarik

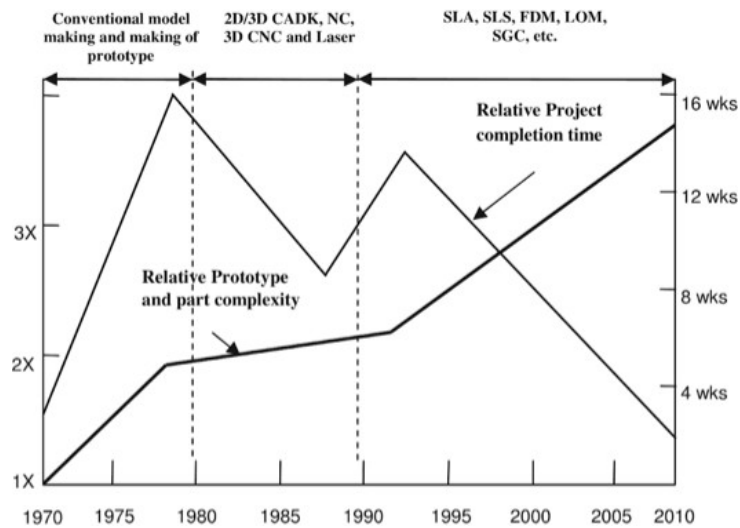
1. Spesifikasi Perancangan :

2. Objek : *Fin Surfboard*
3. Dimensi : 20 x10x 1 cm
4. Material : ABS+
5. Tujuan : - Memproduksi Fin dengan menggunakan 3D *Printer*
- Merancang produk dengan desain yg lebih inovatif.

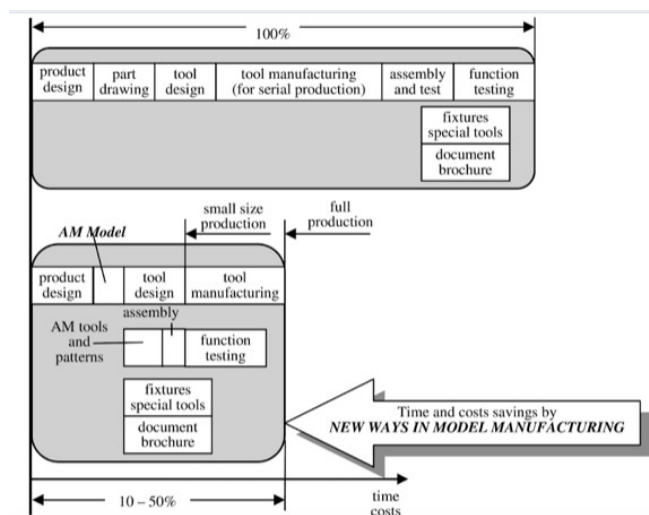
KAJIAN TEORI

Rapid Prototyping telah berkembang menjadi semakin cepat (efisiensi waktu) dan semakin baik (kompleks). Khususnya dengan hadirnya 3D *printer* berbasis *Liquid*, *Powder* dan *FDM*. Perkembangan ini membuat desainer produk dapat mengembangkan produk dengan lebih cepat, presisi dan efisien. Serta

memungkinkan untuk memproduksi produk dengan tingkat presisi yang baik, dalam jumlah yang relatif sedikit, namun tetap dalam harga yang terjangkau.



Gambar 4. Perkembangan Rapid Prototyping dalam 40 tahun.
 (Sumber: Chua, Kai Chee , Leong, Kah Fai. 2014. 3D Printing and Additive Manufacturing: Principles and Applications (with Companion Media Pack) Fourth Edition of Rapid Prototyping. Taiwan : Word Scientific Publishing Company)



Gambar 5. Dampak Perkembangan 3D Printing terhadap Desainer Produk. (Sumber: Chua, Kai Chee , Leong, Kah Fai. 2014. 3D Printing and Additive Manufacturing: Principles and Applications (with Companion Med))

Fin pada Surfboard

Fin surfboard, memiliki bentuk seperti sirip yang berada di bagian bawah papan selancar. Berfungsi seperti sayap pada pesawat dan roda pada mobil. Tanpa *fin*, papan selancar dapat berputar dan sulit untuk dikontrol. Dengan menggunakan *fin*, papan selancar dapat diarahkan dengan memanfaatkan fin sebagai poros putar (*pivot point*).

Fungsi

Fungsi dari *fin* adalah untuk mengontrol *surfboard*, khususnya dalam hal kecepatan,

responsive, stabilitas dan daya cengkram *surfboard* terhadap ombak.

Jenis Fin System / Cara Pemasangan.

Ada 3 sistem yang paling populer, yaitu FCS 1 (dipasang dengan sekrup), FCS2 (tanpa sekrup), dan *Futures*.

Konfigurasi Fin

Umumnya ada 5 konfigurasi yaitu *single fin*, *twin fin*, *thruster*, *quad fin*, dan *five fins*. Setiap konfigurasi mempunyai karakter pengendalian yang berbeda beda.

Material Fin

Fin yang diproduksi secara massal menggunakan mesin fabrikasi umumnya menggunakan *thermo* plastik, bambu, *carbon* ataupun gabungan dari material tersebut. Tahapan finishing menggunakan alat potong yang terukur, seperti mesin CNC, ataupun *router*. Sedangkan *fin* yang diproduksi secara manual / tradisional umumnya menggunakan resin dan serat (fiberglass, serat karbon, ataupun material lain seperti kain). Proses *finishing* umumnya menggunakan alat sederhana seperti menggunakan gurinda maupun amplas.

Desain Fin

Bentuk desain fin di pengaruhi beberapa hal.

1. Ukuran

- Semakin besar Ukuran = maka akan semakin stabil.
- Semakin kecil Ukuran = maka akan semakin lincah.

2. Fin Base dan Fin Depth

- Semakin lebar *FIN BASE* = lebih terkontrol
- Semakin kecil *FIN BASE* = lebih cepat
- Semakin lebar *FIN DEPTH* = lebih stabil, tetapi berat
- Semakin kecil *FIN DEPTH* = lincah, tetapi ringan

3. Fin Rake

- Semakin lebar *FIN RAKE* = Daya cengkram semakin baik
- Semakin kecil *FIN RAKE* = Daya cengkram

4. Fin Foil

- Merupakan tampak potongan bentuk *fin*.
- Berfungsi untuk mengalirkan air (*waterflow*)
- Ada beberapa jenis bentuk *fin foil*
- Semakin tipis maka semakin lentur
- Semakin tebal maka akan nambah volume dari *fin*.
- Bentuk dan ketipisan *foil* tergantung dari jenis material
- Material plastik dapat menggunakan bentuk *foil* yang tipis
- Umumnya *fin* yang dibuat secara *handmade* bentuk *foil*-nya hanya rata saja, bahkan sebagian tidak merata.

5. Fin Cant

- Merupakan sudut kemiringan *fin* dari tampak belakang
- Sudut tegak lurus : semakin cepat

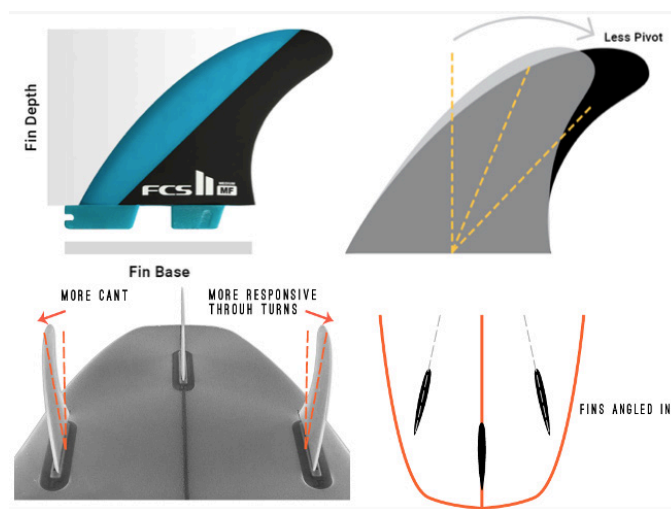
- Sudut miring : semakin responsif.

6. *Fin Toe*

- Merupakan sudut kemiringan *fin* dari tampak atas
- Sudut tegak lurus : semakin cepat
- Sudut miring : semakin responsif.

Kesimpulan desain *fin*

Dengan demikian ada 6 komponen dasar dalam desain sebuah *fin*. Pada dasarnya, *fin* berfungsi seperti roda pada kendaraan, sehingga perbedaan bentuk dan ukuran akan berpengaruh pada sensasi berkendara. Berikut rangkuman dari studi desain *fin*.



Gambar 6. Elemen desain fin

Tabel 1. Desain Fin Surfboard

	Size (volume)	Based (Panjang)	Depth (tinggi)	Rake (sudut lengkung)	Foil (hydro dinamic)	Cant (sudut belakang)	Toe (sudut atas)
KECIL	+ Stabil	+Control	+Stabil	+ Grip	+ Flex	+ Cepat	+ Cepat
BESAR	+ Lincih	+Speed	+Lincih	- Grip	+ Stiff	+ Responsif	+ Responsif

METODOLOGI

Metode Penelitian

Penelitian dilakukan melalui tahapan :

1. Analisa bentuk dan kontruksi dari produk yang ada
2. Survey dan *FGD*
3. Pembuatan desain baru

PEMBAHASAN

TAHAP 1 : Analisa bentuk dan kontruksi dari produk yang ada

Survey Trip 1

Peneliti melakukan survei ke desa Cimaja, Pelabuhan Ratu pada tanggal 26 -27 Maret 2021.

Fin Batik

1. *Fin* batik merupakan salah satu produk yang banyak diminati oleh turis penggiat olahraga selancar
2. Turis mancanegara tertarik pada bentuk corak dari Batik yang digunakan. Bukan karena bentuk ataupun performanya tetapi sebagai *souvenir* khas Indonesia.
3. *Fin* ini juga dijual dan di-*display* dengan sangat baik di toko peralatan selancar sekitar.
4. Selain batik, juga ditemukan *fin* dengan bahan bambu.
5. *Fin* batik di produksi, menggunakan material kain batik, serat kaca dan resin.
6. Metode produksi sama seperti memproduksi produk berbahan *fiberglass*
7. Peneliti bertemu dengan 2 turis Australia yang memesan *fin* batik dalam jumlah besar untuk dijual kembali di negaranya.



Gambar 7. *Fin* Batik Cimaja



Gambar 8. *Fin* Bambu Cimaja



Gambar 9. Produksi *Fin* Batik oleh Pak Jiti

Eksplorasi Desain *Fin*

1. Peneliti melakukan interview informal dengan 2 peselancar dari Jakarta, dan 4 peselancar dari desa Cimaja. Berikut penjabaran wawancara berikut :
 - Wawancara dengan Sdr. Jitli (Pengrajin fin batik , pengalaman 25 tahun)

- i. Memproduksi fin batik sejak tahun 2010
- ii. Peminat umumnya turis
- iii. *Fin* menggunakan kain batik yang tersedia di pasar setempat
- Wawancara dengan Sdr. Iman (Fotografer surfing , pengalaman 15 tahun)
 - i. *Fin* seperti ban pada mobil. Berguna untuk control
 - ii. Konfigurasi 4 *fin* lebih stabil, 3 *fin* lebih lincah
 - iii. Jika menggunakan papan besar, *fin* sebaiknya kecil
 - iv. Jika menggunakan papan kecil, *fin* sebaiknya besar
- Wawancara dengan Sdr. Bina (Instruktur surfing , pengalaman 15 tahun)
 - i. *Fin* batik buatan lokal lebih kuat, tetapi mudah pecah
 - ii. *Fin* pabrikan (plastic), lebih lentur
- Wawancara dengan Sdr.Sendi ((Instruktur *surfing* , pengalaman 15 tahun)
 - i. Tertarik untuk mencoba *fin* 3D (*dimple*)
 - ii. Tetapi tidak sempat mencoba karena prioritas pekerjaan sebagai instruktur *surfing*.
- Wawancara dengan Sdr. Bois (Penggiat *surfing* Jakarta, pengalaman 10 tahun)
 - i. Menggunakan *fin* sistem yang berbeda dengan fin yang disediakan oleh peneliti
 - ii. Tidak ada ketertarikan untuk mencoba *fin* dengan bentuk yang eksploratif.
- Percobaan dengan sdr Rio (Penggiat *surfing* Jakarta, pengalaman 10 tahun)
 - i. Tidak ada perbedaan antara *fin* berbagai bentuk terhadap kecepatan paddle.
 - ii. Tidak ada perbedaan signifikan ketika berselancar



Gambar 10. *Fin* yang diuji

- 2. Seluruh peselancar tersebut tidak tertarik dengan bentuk *fin* yang eksploratif.
- 3. Mereka tertarik dengan desain *fin* yang sudah dipakai oleh peselancar professional. Bukan desain yang eksploratif.

Kesimpulan Trip 1

- 1. *Fin* Batik sangat diminati karena corak kain batik.
- 2. Tidak ada yang tertarik untuk pengembangan desain bentuk *fin* yang eksploratif.
- 3. Sangat sulit untuk merasakan perbedaan performa desain *fin*. Kesimpulan ini didapat karena :
 - Desain performa baru bisa dirasakan oleh peselancar level professional
 - Pendapat setiap surfer sangat beragam, tidak ada satu pola yang sama.

- Untuk mendapatkan hasil yang lebih baik, peneliti akan melakukan survey melalui FGD.

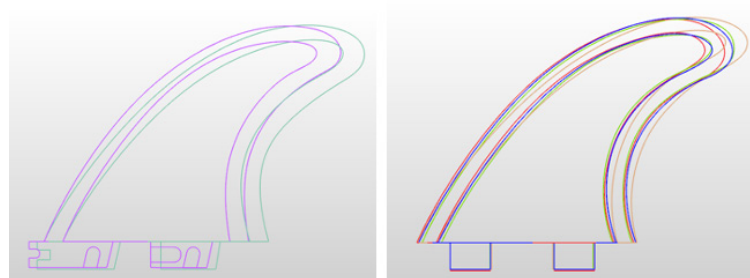
TAHAP 2 : Survey Fin yang ada di pasaran

Peneliti melakukan pengukuran dan studi bentuk dari 6 buah fin yang didapatkan. Ke-enam *fin* ini mempunyai bentuk, material, dan teknik pembuatan yang berbeda. Berikut hasil data yang di dapat.



Gambar 11. Keenam fin yang dipelajari

- Setiap *fin* mempunyai bentuk lengkungan yang berbeda, yang biasanya disesuaikan dengan fungsinya. Secara prinsipnya panjang *fin* berpengaruh pada radius putar, tinggi berpengaruh pada tingkat daya cengkraman.



Gambar 12. Perbandingan Lengkungan Fin

- Penggunaan istilah *hi-tech oriented* sering ditemukan untuk menonjolkan sisi performa dari produk tersebut. Misalnya *3D Technology*, *Carbon*, *Compisite*, *Hex Core*, dan sebagainya.
- Fin* yang diproduksi secara tradisional, umumnya menggunakan serat fiber dan resin. Dan ukurannya cenderung tidak presisi serta memiliki bobot yang berat.

Tabel 2. Data Perbandingan Fin

NO	NAMA FIN	FIN SISTEM	MATERIAL	DIMENSI (mm)									
				Panjang	Tinggi	A Front Over	B Point A-C	C Mid Over	D Point C-E	E Rear Over	F Front Base	G Rear Base	I Base Height
1	BATIK	FCS 2	Fiberglass	173,0	132,5	3,7	40,6	21,6	31,7	25,7	41,0	29,2	14,7
2	REACTOR	FCS 2	Thermoplastic	166,0	129,0	8,0	36,8	20,0	33,0	19,2	41,4	29,8	13,9
3	3DFINS	FCS 1	Hexcore /Fiberglass	157,0	128,5	17,0	20,5	32,5	20,5	20,0	20,5	20,5	14,3
4	MS	FCS1	Thermoplastic	162,0	129,0	16,1	20,5	32,5	20,5	21,1	20,5	20,5	13,6
5	GS	FCS1	Thermoplastic	159,0	128,0	14,3	20,2	32,4	20,2	19,8	20,2	20,2	13,9
6	Carbon RFC Airlite	FCS1	Carbon Fiber Resin	168,0	129,0	16,5	21,2	31,2	21,2	21,8	21,2	21,2	13,7

NO	NAMA FIN	FIN SISTEM	MATERIAL	KETEBALAN RAIL POINT (RP)												KETEBALAN FIN		OFFSET FIN			
				RP 0	RP 1	RP 2	RP 3	RP 4	RP 5 Top	RP 6	RP 7	RP 8	RP 9	RP C1	RP C2	DEPAN	BLKNG	RP A1	RP A2	RP B1	RP B2
1	BATIK	FCS 2	Fiberglass	6,1	5,0	4,5	4,2	4,2	3,8	3,1	3,6	3,6	5,7	6,9	6,9	6,0	6,1	0,0	0,0	0,0	0,0
2	REACTOR	FCS 2	Thermoplastic	5,2	5,2	5,1	4,3	4,3	3,2	1,9	2,3	2,5	3,2	6,9	6,0	6,0	6,0	0,0	0,0	-0,5	-1,0
3	3DFINS	FCS 1	Hexcore /Fiberglass	5,8	6,3	6,6	6,0	5,0	4,0	2,7	3,7	3,7	4,4	6,8	6,6	6,0	6,0	0,4	0,4	0,4	0,4
4	MS	FCS1	Thermoplastic	6,6	6,1	5,8	5,4	4,4	3,4	2,0	1,7	2,7	2,6	7,1	5,0	6,0	6,0	0,7	0,4	-1,1	-1,5
5	GS	FCS1	Thermoplastic	5,8	4,8	4,4	3,9	3,6	3,1	2,9	2,8	3,0	4,1	6,5	6,0	6,1	6,1	0,0	0,0	0,0	0,0
6	Carbon RFC Airlite	FCS1	Carbon Fiber Resin	5,4	5,3	5,1	4,8	4,0	3,1	2,2	2,8	2,8	4,0	6,4	6,0	5,8	5,9	0,0	0,0	0,0	0,0

TAHAP 3 : Forum Group Discussion / FGD

Peneliti juga melakukan FGD berbentuk kuesioner online mengenai desain *fin*. FGD ini dilakukan terhadap komunitas peselancar di Jakarta dan sekitarnya. Berikut rangkuman qesioner yang sudah dilakukan:

1. Direspon oleh 12 responden
2. 83% Laki” dan 17% Perempuan
3. 75% berusia diatas 30 tahun
4. 67% sudah surfing lebih dari 5 tahun. 33 % sekitar 2- 5 tahun.
5. 84% memiliki kemampuan *intermediate*
6. 75% memiliki lebih 2 papan *surfing* atau lebih
7. 83% memiliki 2 set *fin* atau lebih
8. 84% menggunakan *fin system* FCS1, 50% menggunakan FCS 2
9. 75% tertarik dengan *fin system* yang menggunakan teknologi material baru.
10. 55% tertarik dengan bentuk fin bolong (*hollow*), 45% tertarik dengan bentuk *crinkle*.



Gambar 13. Hollow fins dan Crinkle Fins

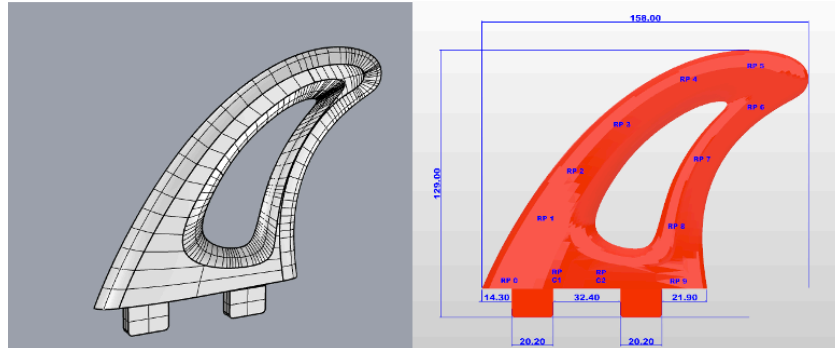
Berikut kesimpulan FGD, berdasarkan jumlah responden terbanyak. Hasil kesimpulan ini akan digunakan sebagai batasan pengembangan desain baru :

1. *Fin* sistem FCS 1.
2. Menggunakan teknologi baru, dalam hal ini metode produksi menggunakan *3D Printing*.
3. Desain kombinasi dari *Hollow Fin* dan *Crinkle Fins*.

TAHAP 4 : PERANCANGAN DESAIN BARU

Desain Final 1

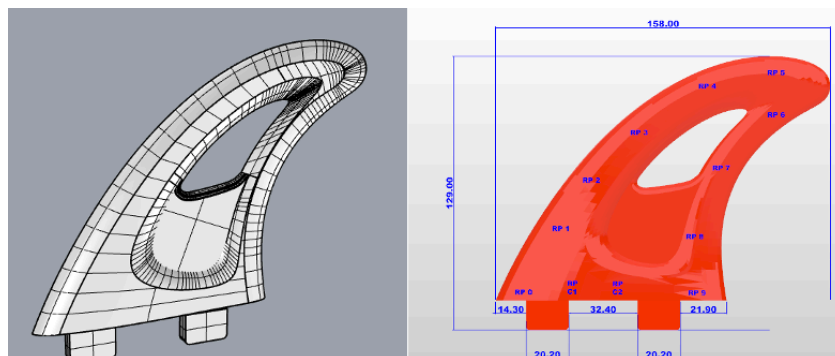
Merupakan desain akhir penelitian. Namun dikhawatirkan bagian belakang rentan patah, sehingga peneliti menambahkan penguatan struktur di bagian belakang.



Gambar 14. Desain Final 1

Desain Final 2.

Desain ini memiliki struktur yang lebih kuat. Namun perlu dilakukan pengetesan prototipe untuk mendapatkan *feedback*.



Gambar 11. Desain Final 2

Uji Coba

Tahapan uji coba ini belum dapat dilakukan karena adanya kendala dalam mengunjungi area studi (Sukabumi) dalam kondisi PPKM. Sehingga penelitian ini selesai pada tahap desain final saja.

SIMPULAN & REKOMENDASI

Kesimpulan

1. Pengrajin lokal memproduksi *fin* dengan kain batik (Fin Batik) yang diminati oleh market. Hal ini berdasar temuan :
 - Produk dijual di toko sekitar
 - Produk diminati oleh penggiat selancar mancanegara. Peneliti bertemu dengan peselancar mancanegara yang melakukan order dalam jumlah besar kepada pengrajin lokal.
 - Produk juga digunakan oleh penggiat selancar lokal.
 - Pengrajin lokal juga memproduksi *fin* dengan material bambu dan resin.
2. *Fin* yang diproduksi secara manual dengan menggunakan teknik produksi

seperti *fiberglass*, tidak presisi. Hal ini berdasar pengukuran kuantitatif yang telah dilakukan seperti ditampilkan pada kolom berwarna jingga di table 2.

3. Final desain yang dihasilkan telah sesuai dengan *feedback* dari FGD. Dan desain ini paling optimal jika diproduksi menggunakan metode *3D Printing* karena hal teknis sebagai berikut:

Temuan dan Kendala Penelitian

- Kondisi PPKM dan melonjaknya kasus covid di area Tangerang dan Sukabumi, menyulitkan untuk melakukan kunjungan secara terjadwal.
- Lokasi penelitian lebih ideal dilakukan di desa Cimaja, Sukabumi. Karena kondisi lingkungan (ombak) yang lebih konsisten dan ideal untuk melakukan uji coba. Namun lebih sulit dijangkau dalam situasi PPKM. Alternatif lainnya dilakukan di desa Pasauran, Carita. Area ini lebih mudah dijangkau, namun situasi alam (ombak) lebih tidak konsisten untuk melakukan pengetesan. Selain itu jumlah penggiat peselancar di area ini jauh lebih sedikit.
- Membutuhkan waktu untuk melakukan pendekatan sosial kepada masyarakat sekitar. Sebelumnya peneliti kurang melakukan hal ini, sehingga hubungannya hanya sebatas penyedia jasa dan pembeli jasa saja. Dampaknya adalah ketika ada pembeli jasa yang lain (turis/ wisatawan), maka akan sangat sulit untuk mendapatkan waktu dan partisipasi dari warga lokal.

Rekomendasi

1. Perlu waktu yang lebih banyak untuk melakukan pendekatan sosial kepada tokoh masyarakat sekitar area penelitian.
2. Penelitian ini dilanjutkan sampai pada tahapan percobaan prototipe. Sehingga mendapatkan hasil dan analisa yang terukur.

DAFTAR PUSTAKA

- Chua, Kai Chee , Leong, Kah Fai. 2014. *3D Printing and Additive Manufacturing : Principles and Applications (with Companion Media Pack) Fourth Edition of Rapid Prototyping*. Taiwan : Word Scientific Publishing Company,
- Ferdinand, Rio (2018). 'Eksplorasi Teknik Untuk Finishing Produk Hasil 3D Printing FDM dengan Material ABS dan PLA. Tangerang : Fakultas Desain Universitas Pelita Harapan
- Ferdinand, Rio (2019). 'Eksplorasi Desain Struktur Cover Body Motor Dengan Menggunakan 3D Printing FDM. Tangerang : Fakultas Desain Universitas Pelita Harapan
- Bangera, Jeeve (2016). 3D Printing Filaments: What Options Do You Have? Retrieved July 5, 2021, from Inkwholesale website : <https://blog.inkjetwholesale.com.au/3d-printing/3d-printing-filaments-options/>
- Plastic? Resin? Powder? Why Paper May Be Right For Your 3D Printing Application. Retrieved July 7, 2021 from Engineering.com website https://www.engineering.com/ResourceMain.aspx?resid=191&e_src=relres-ecom
- Turner, Kristen (2011). From Design To Powder To Product - How Color 3D Printing Really Works. Retrieved May 20, 2021 from Ponoko.com Website <https://www.ponoko.com/blog/ponoko/from-design-to-powder-to-product-how-color-3d-printing-really-works/>
- Saunders, Sarah (2018). 3D Printed Fins Help Surfers Catch The Perfect Wave and May Signal a Sports Industry Revolution. Retrieved August 8 2021, from 3dprint

website : <https://3dprint.com/219790/uow-3d-printing-surfboard-fins>
Sheppard, Brodey (2018). FCS vs Futures Fin Boxes. Retrieved July 21 2021, from
Surfnation website : <https://www.surfnation.com.au/blogs/news/fcs-vs-futures-fin-boxes>
PLA vs ABS Filament - Plastic Strength, Flexibility Compared! Buyer's Guide 2021
Retrieved May 20, from Allthat3D Website: <https://www.allthat3d.com/pla-vs-abs/>
How to Choose Your Surf Fins. Retrieved Sept 10 2021, from SingleQuiver Website
<https://www.singlequiver.com/enelpico/en/how-to-choose-your-surf-fins/>
Wyve Is Shaping The Future Of Surfboards. Retrieved August 2 2021, from Wyve
website:<https://www.wyvesurf.com/about-us#material>
Concept Boards : The Ultimate In Customizing Your Board. Retrieved August 2 2021,
from Proctorsurf website : <https://proctorsurf.com/board-models/concept-boards/>
Mink Tech : Under The Surface. Retrieved August 5 2021, from Minksurf website :
<https://minksurf.com>
The Definitive Surfboard Fin Guide. Retrieved July 10 2021, from Boardcave website :
<https://www.boardcave.com/the-surfers-corner/the-surfboard-fin-guide>

EPILOG

DESAIN SEBAGAI PENDORONG INOVASI SOSIAL DI MASA PANDEMIK (Studi Kasus: Membangun Community Action Plan Untuk RW Kumuh Jakarta Utara) Bagian 1

SOCIAL INNOVATION DESIGN IN PANDEMIC TIME (Case Study: Building a Community Action Plan for Slum Area in North Jakarta, Part 1)

Berbeda dengan epilogue JSDIS pada Volume dan Edisi sebelumnya, kali ini saya ingin memperlihatkan contoh bagaimana Desain benar-benar bisa bergerak sebagai pendorong inovasi sosial bahkan ketika berada di tengah-tengah masa pandemik. Epilogue ini juga mengonfirmasi beberapa argumen yang sudah pernah saya utarakan sebelumnya: 1) bagaimana Metodologi Desain sebagai Generator yang pernah dijelaskan pada JSDIS Vol.1, Ed. 2 (Katoppo, 2017; Katoppo, 2018; Katoppo, 2020a), 2) Dimensi Desain Sosial, khususnya dimensi 'Inovasi Desain Berbasis Manusia' yang diuraikan pada JSDIS Vol. 2, Ed. 1 (Katoppo, 2020b), 3) Kemampuan adaptasi Desain Sosial di masa pandemik dengan model kombinasi daring dan luring – yang dipaparkan pada JSDIS Vol. 2, Ed. 2 (Katoppo, 2021), dan 4) hal yang baru saya sampaikan pada bagian prologue JSDIS Vol.3, Ed.1 kali ini perihal keluwesan konteks ranah Desain Sosial dapat bergerak.

Studi kasus yang saya angkat adalah penyusunan *Community Action Plan* (CAP) Peningkatan Kualitas Kawasan Permukiman di 4 RW Kumuh, yaitu: Kelurahan Sukapura RW 01, RW 02, dan RW 10, dan Kelurahan Semper Timur RW 10, Kecamatan Cilincing, Kota Administrasi Jakarta Utara, yang merupakan bentuk kolaborasi Suku Dinas Perumahan Rakyat & Kawasan Permukiman Kotamadya Jakarta Utara dan Fakultas Desain (*School of Design*), Universitas Pelita Harapan (UPH). Penyusunan CAP ini dilaksanakan dari bulan Maret hingga November 2021, di tengah-tengah masa pandemik. Ini sekaligus juga mengonfirmasi argumen penutup saya dalam Epilogue JSDIS Vol. 2, Ed. 2 (Katoppo, 2021) perihal kelincahan (*agility*) Desain Sosial dalam menghadapi COVID-19: '***Situasi pandemik mampu mendorong dan mengedepankan peran Desain Sosial dalam arus utama (mainstream) Desain dan pembangunan situasi sosial masyarakat yang lebih baik.***'

DASAR KERJA SAMA, DASAR HUKUM & ISU PELAKSANAAN CAP 2021

Penyusunan *Community Action Plan* (CAP) Peningkatan Kualitas Kawasan Permukiman Kelurahan Sukapura RW 01, RW 02, dan RW 10, dan Kelurahan

Semper Timur RW 10, Kecamatan Cilincing, Kota Administrasi Jakarta Utara, adalah kolaborasi Suku Dinas Perumahan Rakyat & Kawasan Permukiman Kotamadya Jakarta Utara dan Fakultas Desain (*School of Design*), Universitas Pelita Harapan (UPH). Kerja sama ini berdasarkan Nota Kesepakatan Bersama antara Dinas Perumahan Rakyat dan Kawasan Permukiman DKI Jakarta dan Universitas Pelita Harapan No: III/-072 dan No.226/R-UPH/II/2020 dan berdasarkan Kontrak Kerja Sama Penyusunan *Community Action Plan* (CAP) Peningkatan Kualitas Kawasan Permukiman di Wilayah Kota Administrasi Jakarta Utara No. 226 /-076.94 dan No. 006/MoU-SoD-UPH/III/2021 bertanggal 12 Maret 2021 antara Suku Dinas Perumahan Rakyat dan Kawasan Permukiman (SDPRKP) Kotamadya Jakarta Utara dan Fakultas Desain, UPH.



Gambar 1. Lokasi, Waktu dan Rencana Kegiatan Community Action Plan di 4 RW Kumuh Jakarta Utara (Sumber: Tim Penulis, 2021)

FD-UPH dipilih sebagai mitra karena memenuhi persyaratan organisasi akademis yang mampu melaksanakan pemberdayaan masyarakat, aktivitas perencanaan dan perancangan desain yang berkaitan dengan kegiatan pemberdayaan masyarakat. Hasil CAP akan dilaksanakan dalam kegiatan *Collaborative Implementation Program* (CIP) pada tahun 2022.

Dasar Hukum Pelaksanaan CAP adalah **Peraturan Gubernur Provinsi DKI Jakarta Nomor 90 tahun 2018 tentang Peningkatan Kualitas Permukiman dalam Rangka Penataan Kawasan Permukiman Terpadu dan Surat Edaran Kepala Dinas Perumahan Rakyat No. 32 tahun 2018 Tentang Petunjuk Pelaksanaan dan Standarisasi Format Keluaran Community Action Plan (CAP) dalam Rangka Peningkatan Kualitas Permukiman di Provinsi DKI Jakarta**. Berdasarkan diskusi bersama rancangan Peraturan Daerah Provinsi DKI Jaya tahun 2020 tentang Pencegahan dan Peningkatan Kualitas Perumahan Kumuh dan Permukiman Kumuh ada 5 isu kumuh yang kemudian dikeluarkan sebagai kesepakatan, yaitu: Tata Guna Lahan yang tidak sesuai, Kualitas Sarana Prasarana yang tidak layak, Kondisi situasi Sosial – Budaya yang tergolong masih rendah, Kondisi situasi Ekonomi yang tidak berdaya dan Sistem Tata Kelola yang tidak memadai. Hubungan antar ke-5 isu kumuh tersebut dapat dilihat pada gambar:

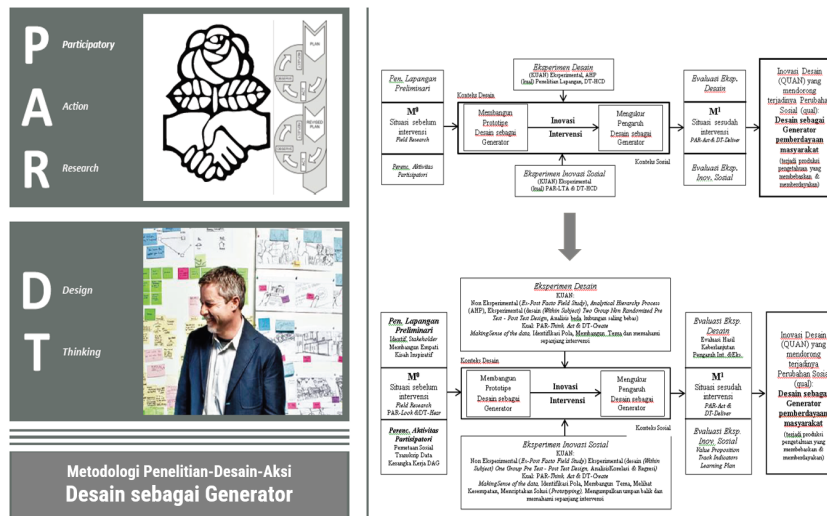


Gambar 2. Dasar Hukum Pelaksanaan CAP dan Isu Kumuh
(Sumber: Penyusunan Raperda Kumuh, 2020)

METODOLOGI HIBRID CAP: DESAIN SEBAGAI GENERATOR **(meneliti-mendesain-aksi)**

Pelaksanaan kegiatan penyusunan *Community Action Plan* (CAP) Peningkatan Kualitas Kawasan Permukiman di ke-4 RW Kumuh Jakarta Utara dilaksanakan menggunakan metodologi penelitian Desain sebagai Generator (DAG) (Katoppo, dkk., 2017; Katoppo, 2017; Katoppo, 2018). Metodologi DAG ini didasarkan pada Metode Penelitian Kombinasi Model Eksperimen Berkelindan dengan Rangkaian Berurutan (*Sequential Embedded Experimental Model*) Creswell dan Clark (2007) yang memformulasikan skema analisis dan interpretasi analisis tautan penelitian kualitatif *Participatory Action Research* (Taggart, 2006, Creswell, 2008) dan *Design Thinking* (Brown, 2008; Brown dan Katz, 2009; Brown dan Wyatt, 2010) dengan penelitian kuantitatif eksperimental (Neuman, 2014). Kombinasi ini memungkinkan peneliti bergerak secara kolaboratif dan dinamis baik di dalam ranah kuantitatif untuk melakukan aktivitas eksperimental menciptakan karya desain yang inovatif; maupun di dalam ranah kualitatif untuk melakukan aktivitas partisipatoris bersama-sama para pemangku kepentingan mendorong terjadinya inovasi sosial. Harapannya pada titik ultima karya desain yang hadir akan mendorong terjadinya produksi pengetahuan dari setiap individu maupun kelompok manusia yang bersinggungan dengan karya desain tersebut hingga bersama-sama terbebasan dan akhirnya berdaya (Katoppo dan Sudradjat, 2015). Operasionalisasi metodologi DAG: meneliti, mendesain dan melakukan aksi dapat dilihat pada bagan mendetil di bawah ini:

METODOLOGI HIBRID CAP: DESAIN SEBAGAI GENERATOR (meneliti-mendesain-aksi)



Gambar 3. Metodologi Desain sebagai Generator (DAG) (Sumber: Katoppo, 2017)

Metodologi ini juga sudah dibuktikan bekerja dengan baik di saat pandemi dengan mengombinasikan cara beroperasi daring dan luring (Katoppo, dkk., 2021). Operasi daring digunakan terutama di saat tahap kelindan masyarakat (*community engagement*) dan berdiskusi dengan para ahli (*talk to experts*) yang alih-alih terbatas justru menjadi semakin akrab karena berhasil masuk hingga ruang paling privat dan semakin luas cakupannya (Mann dan Stewart, 2000; Salmons, 2015). Operasi luring digunakan untuk tetap menjaga identitas dan konteks dimana penelitian dilakukan. Untuk sementara paling tidak ada 3 tawaran moda kerja sebagai penyempurnaan metodologi spesifik Desain sebagai Generator yang liat (*resilient*) di masa pandemi melalui kombinasi daring dan luring, yaitu (Katoppo, 2021):

1. **Moda kerja penelitian, khususnya di fase ‘Temukan’ dapat mengombinasikan penelitian lapangan (*field research*) secara langsung dengan model *e-interview* berbasis penelitian kualitatif.** Moda kerja *e-interview* memungkinkan jumlah partisipan dan pewawancara lebih banyak, waktu dan biaya yang lebih fleksibel dan optimal, rekaman hasil wawancara lebih akurat dan terbukanya akses berbagai nara sumber. Moda kerja ini juga mengizinkan ruang wawancara terjadi di tempat paling akrab partisipan.
2. **Moda kerja desain, khususnya di fase ‘Bedakan’ dapat mengombinasikan model kerja desain konvensional langsung dengan menggunakan *platform* digital desain kolaboratif yang memungkinkan Tim, kolaborator, para ahli (*expert*) bahkan anggota komunitas bekerja bersama-sama pada satu waktu.**
3. **Moda kerja aksi, khususnya di fase ‘Jadikan’ data mengombinasikan aksi secara fisik dan melalui *platform* digital.** Kombinasi ini memungkinkan terjadinya aksi di pusat kegiatan sebagai pembangun identitas serta penguatan konteks, namun pada saat yang bersamaan juga dapat meluaskan cakupan aksi melalui pelaksanaan serentak di berbagai lokasi melalui *platform* digital.

Rasionalisasi Metodologi DAG dalam Konteks CAP

Metodologi Desain sebagai Generator (DAG) memiliki kekhususan fleksibilitas mengabdikan metode-metode penelitian dan alat kerja yang ada di dalamnya agar tujuan utama dalam setiap proyek partisipatif pemberdayaan melalui desain dapat tercapai (Creswell dan Clark, 2007; Berg dan Lune, 2012; Crouch dan Pearce, 2012; Neuman, 2014). Dalam konteks pelaksanaan kegiatan penyusunan *Community Action Plan* (CAP) dengan Warga Kelurahan Sukapura RW 01, RW 02, RW 10, dan Warga Kelurahan Semper Timur RW 010, Tim Pelaksana CAP Fakultas Desain, UPH mengembangkan 2 model metode identifikasi dan kelindan. Kedua model metode identifikasi dan kelindan ini digunakan untuk memetakan situasi fisik, sosial, ekonomi dan budaya Warga Kelurahan Sukapura RW 01, RW 02, RW 10, dan Warga Kelurahan Semper Timur RW 010 serta untuk mendorong warga membuat rencana aksi (CAP) yang memungkinkan warga bergerak dan berdaya.

A. Metode Pemetaan Situasi Fisik RW Kumuh CAP

Metode pemetaan situasi fisik menggunakan 11 parameter kekumuhan dari Badan Pusat Statistik (BPS) yang dapat dilihat dari jabaran di bawah ini:

1. Kepadatan Kependudukan (yang berkaitan dengan Data Kependudukan: Jumlah Penduduk, Pendidikan dan Usia Produktif, Pekerjaan, Penghasilan di bawah UMR, dan Status Tinggal),
2. Kepadatan Bangunan,
3. Kondisi Hunian, dilihat dari 4 parameter: Konstruksi Bangunan Tempat Tinggal, Keadaan Ventilasi & Pencahayaan, Tempat Buang Air Besar dan Tata Letak Bangunan.
4. Kondisi Lingkungan, dilihat dari 3 parameter: Keadaan Drainase/Saluran, Keadaan Jalan Lingkungan dan Penerangan Jalan Umum.
5. Kondisi Pengelolaan Sampah, dilihat dari 2 parameter: Cara Pembuangan dan Pengangkutan Sampah.



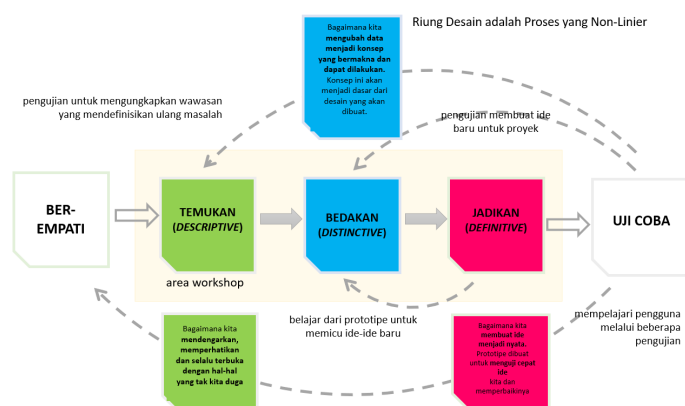
Gambar 4. Parameter/Variabel Kekumuhan menurut BPS dan dari berbagai sumber (Sumber : Naskah Akademik Raperda Provinsi DKI Jaya tentang Pencegahan Peningkatan Kualitas Perumahan Kumuh dan Permukiman Kumuh, DPRKP DKI Jaya, 2020)

B. Metode untuk Pemetaan Situasi Sosial, Budaya dan Ekonomi sekaligus Pembangunan Intervensi dan Rencana Aksi Masyarakat: Riung Desain

Metode Riung Desain (RD) adalah cara pikir siklus yang mengutamakan empati & berpusat pada kebutuhan manusia, kerjasama kolaborasi tim dari semua pemangku kepentingan untuk merumuskan cepat masalah tepat dan menawarkan pasti solusi inovatif & yang mewujudkan pada sebuah hasil purwakarya yang nyata, berkelanjutan dan berdaya (Tim DAG, 2017-2021). Ada 3 tahap dalam Metode Riung Desain ini, yaitu (Brown, 2008; Brown dan Katz, 2009; Brown dan Wyatt, 2010; IDEO, 2013):

1. Tahap Temukan adalah tentang bagaimana kita **mendengarkan, memperhatikan dan selalu terbuka dengan hal-hal yang tidak kita duga**. Pada tahap temukan ini yang dilakukan adalah melakukan wawancara mendalam dan melakukan kelindan dengan setiap pemangku kepentingan serta belajar dari situasi-situasi yang serupa maupun yang dapat menjadi inspirasi. Ada 4 fase dalam tahap ini: *community engagement* (rembug warga), *talk to experts* (berdiskusi dengan warga), *immerse in context* (berbaur dengan konteks) dan *analogous research* (inspirasi dari situasi lain).
2. Tahap Bedakan adalah tentang bagaimana kita **mengubah data menjadi konsep yang bermakna dan dapat dirumuskan fokus permasalahan yang perlu diselesaikan**. Konsep ini menjadi dasar kerangka perencanaan *Community Action Plan* (CAP) yang akan dibuat. Dalam tahap ini ada beberapa fase dimana kita akan mengubah: **Data Tema** $\rightarrow$ **Konsep** $\rightarrow$ **Bagaimana Kita Bisa** (rumusan masalah).
3. Tahap Jadikan adalah tentang bagaimana kita **membuat ide menjadi nyata** melalui pengusulan dan pembuatan prototipe solusi. Prototipe solusi dibuat untuk **menguji cepat ide** kita dan terus memperbaikinya. Ide dikembangkan dengan membuat peta pengalaman pengguna (*journey and experience map*) dan proposisi nilai ide (*value proposition*) (Osterwalder dan Pigneur, 2012; Osterwalder, dkk., 2014) sebelum menjadi rencana intervensi dan aksi masyarakat – *Community Action Plan* (CAP).

Metode Riung Desain adalah metode yang bersifat siklis dan dapat dilihat cara bekerja pada gambar di bawah:



Gambar 5. Tahapan Riung Desain (Sumber: Tim DAG, 2017, 2021; Brown, 2008)

METODE HIBRID CAP: RIUNG DESAIN (Tahap TEMUKAN)

Tahap pertama Metode Riung Desain adalah tahap Temukan (Brown, 2008; Brown dan Katz, 2009; Brown dan Wyatt, 2010; IDEO, 2013; Stringer, 1999; Creswell, 2008; Berg dan Lune, 2012). Pada tahap ini Tim Pelaksana CAP mencari dan mengumpulkan data dengan melakukan wawancara mendalam serta berkelindan dengan setiap pemangku kepentingan (*stakeholder*) serta belajar dari situasi-situasi yang serupa maupun yang dapat menjadi inspirasi. Tahap Temukan dilaksanakan melalui 4 fase yaitu: *community engagement* (rembug warga), *talk to experts* (berdiskusi dengan warga), *immerse in context* (berbaur dengan konteks) dan *analogous research* (mencari inspirasi dari situasi lain). Gambar di bawah menunjukkan pelaksanaan ke-4 fase Tahap Temukan di ke-4 RW yang dilaksanakan dengan kombinasi daring dan luring, juga dengan para ahli dan studi-studi kasus *immerse* maupun *analogous* untuk dicari *lesson-learned*-nya:



Gambar 6. Pelaksanaan 4 fase Temukan Riung Desain (Sumber: Tim Penulis, 2021)

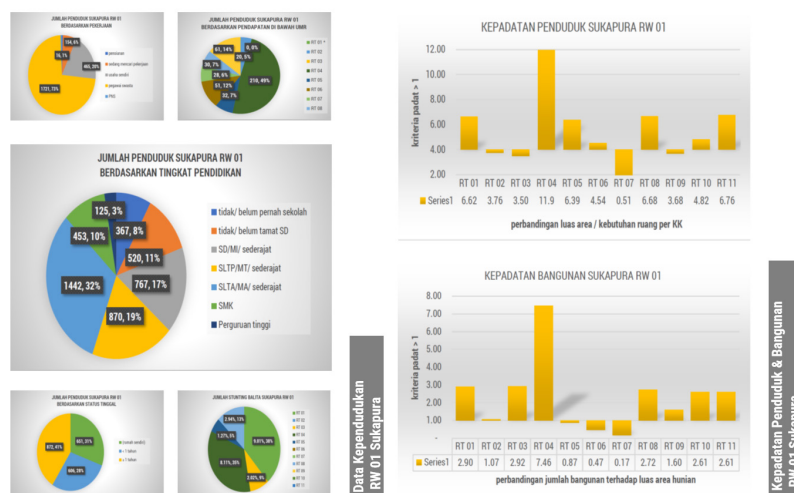
Kondisi Fisik, Sosial, Ekonomi & Budaya Semper Timur RW 010

Kondisi Fisik RW 010 Kelurahan Semper Timur dilihat dari 11 parameter fisik kekumuhan: Data Kependudukan (yang terdiri dari: Jumlah Penduduk, Pendidikan dan Usia Produktif, Pekerjaan, Penghasilan di bawah UMR, Status Tinggal, Kepadatan Penduduk), Data Kepadatan Bangunan, Kondisi Hunian (dilihat dari: Konstruksi Bangunan Tempat Tinggal, Keadaan Ventilasi & Pencahayaan, Tempat Buang Air Besar dan Tata Letak Bangunan), Kondisi Lingkungan (dilihat dari: Keadaan Drainase/Saluran, Keadaan Jalan Lingkungan dan Penerangan Jalan) dan Kondisi Pengelolaan Sampah, dilihat dari: Cara Pembuangan, dan Pengangkutan Sampah.



(a)

DATA KEPENDUDUKAN & KEPADATAN BANGUNAN SUKAPURA RW 01



(a)



(c)

Gambar 7. Peta Drone, Data Kependudukan dan Situasi Fisik Eksisting RW 10 Semper Timur
(Sumber: Tim Penulis, 2021)

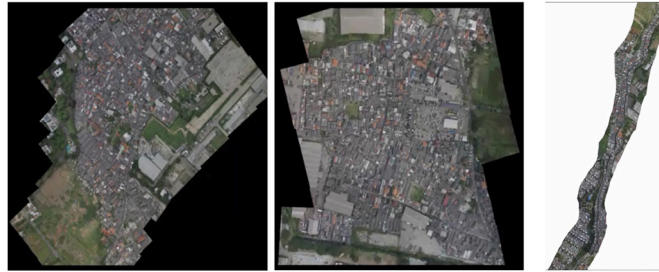
Untuk melihat secara cepat kondisi eksisting situasi sosial, ekonomi dan budaya RW 10, Kelurahan Semper Timur, Tim CAP Fakultas Desain, UPH menggunakan teropong: potensi, permasalahan, aktivitas/interaksi dan harapan yang diambil dari metode *Design Thinking* – Riung Desain (DT-RD) (Brown, 2008; Brown dan Katz, 2009; Brown dan Wyatt, 210; IDEO, 2013) . Ringkasan hasilnya ada pada tabel di bawah ini:

Tabel 1. Tangkapan situasi kondisi Sosial, Ekonomi dan Budaya RW 10 Semper Timur (Sumber: Tim Penulis, 2021)

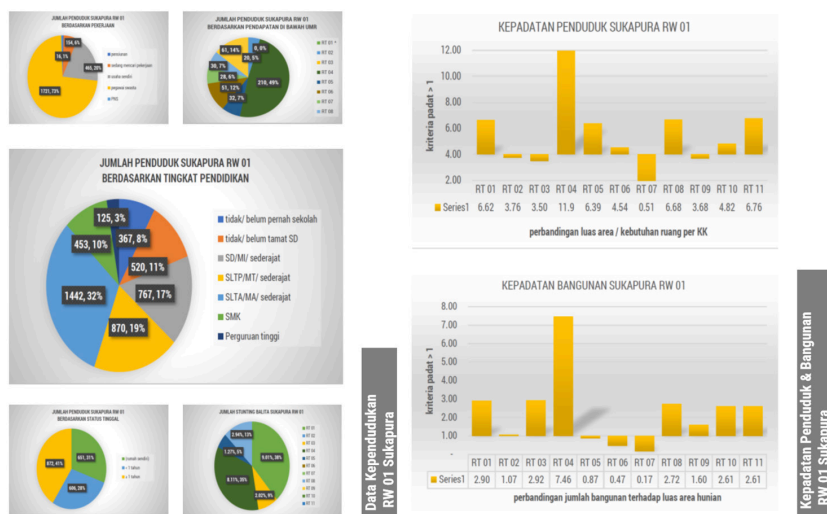
Overview Kondisi Sosial		Overview Kondisi Ekonomi		Overview Permasalahan Budaya	
Potensi	- Kehidupan di RW 10 ini terdiri dari warga pendatang dan warga asli, mereka begitu rukun dan gubuh, kekeluargaan hangat, baik yang tua dan yang muda. - Saling menghormati terutama mereka yang berbeda agama dan saling mengenal antar warga. - Dari awal, ada 2 keluarga besar yang cukup dominan yang semakin dikuatkan dengan perkawinan. - Pengurus RT RW dari 1 turunan. Seperti dinasti kecil. - Pak Husein sebagai orang yang dituakan, sebagai pemimpin yang pendapatnya cenderung didengar warga. Anak pak Husein baru lulus dari pesantren sudah aktif di davis. Hubungan persaudaraan yang erat, dan turun temurun. - Ibu-ibu aktif di Dasa Wisma (Davis).	- Rata-rata warga RW 10 Semper Timur memiliki pekerjaan, baik itu serabutan, usaha mandiri ataupun sebagai pegawai. - Para warga yang kerjanya serabutan cenderung bapak-bapak, karena mereka bisa bekerja sebagai kuli bangunan, pemulung sampah, supir, ojek online, ataupun terkadang membantu di Pelabuhan Priok, pekerjaan serabutan inilah yang dilakoni oleh pak Narki. Usaha mandiri biasanya banyak dilakukan ibu-ibu di rumah masing-masing, misalnya toko kelontong, Ibu Maysaroh di RT 07 biasanya aada pesanan kue untuk hajatan atau lebaran. Beberapa warga juga memiliki kontrakan dan juga pemancingan. - Selain itu juga warga ada yang bekerja di pabrik. Ibu-ibu cenderung lebih aktif di Dasa Wisma (Davis). Agar bisa masuk terlibat di Dasa Wisma maka biasanya ada seleksi dengan melihat keaktifan. - Demi meningkatkan perekonomian, warga juga diberikan pelatihan oleh pemerintah untuk lebih produktif, seperti pelatihana bikin kue, pelatihan bikin kerajinan tangan, pelatihan mengolah bahan bekas. Ibu Yulianti yang bekerja di Sukapura, XBN ternyata di PHK, kemudian beralih profesi menjadi penjahit. - Biasanya di RW 10 dalam beberapa waktu mengadakan pasar malam, melalui pasar malam ini warga bisa berjualan. - Anak-anak juga ada keginan untuk mengumpulkan uang dengan cara mengumpulkan sampah dari tiap-tiap rumah dan dibuang di TPS. - Anak-anak di RW 10 ini sebenarnya tidak mengalami kesulitan keuangan untuk mengenyam bangku sekolah, warga juga mendapatkan KJP (Kartu Jakarta Pintar) supaya anak-anak bisa sekolah. - Pak Agus (Kelurahan) mengatakan bahwa beberapa warga RT 04 mengunggu negosiasi harga untuk menjual tanah mereka ke pabrik.	- Fajar sebagai ketua Karang Taruna RW 10 Semper Timur ini sangat optimis agar para pemuda bisa memiliki kegiatan yang produktif dan positif. Ada banyak kegiatan dari mulai musik hadroh dan teatrikal, sampai pada saat pernikahan warga. Kemudian ada kegiatan pengajian. Ada usaha mengajak pemuda untuk peduli lingkungan dan mengelola sampah. 'Kami aktif dan yang membina kami adalah Pak Dadang (mantan RW). Beliau membantu menenbuskan proposal-proposal kegiatan kami'. - Ibu RW, selaku kepala sekolah PAUD, mengelola PAUD supaya anak-anak mendapatkan pendidikan yang layak. - Pak Husein, mengingatkan adanya ruang terbuka hijau yang ramah untuk anak-anak bisa bermain.	Potensi	
Permasalahan	- Ibu-ibu lebih berperan aktif melalui Davis dalam kegiatan-kegiatan di warga. Bapak-bapak kurang dominan. Adanya sikap negatif karena isu RW 11 yang muncul. - Pak Husein sebagai orang yang dipercaya sudah tidak semangat lagi menunggu janji-janji pemerintah untuk memperbaiki RW ini	- Masyarakat aktif ikut pelatihan tetapi mereka bingung mau menjual hasilnya kemana, karena daya beli warga rendah, mereka berharap bisa di jual di luar Kelurahan Semper Timur. - Anak-anak yang mengumpulkan sampah terkadang tidak mendapatkan dukungan yang positif, karena ada warga yang tidak rela mengeluarkan uang untuk membayar akan-anak tersebut. - Akses menuju Hutun kota dan danau serapan masih ditutup karena merupakan tanah sengketa. - Terkadang warga sudah mendapatkan dana (baik itu untuk Pendidikan), tapi tidak digunakan untuk tujuan awalnya.	- Kekawatiran Fajar adalah pada area lokalisasi di RW sebelah Rawa Malang, karena saat ini banyak pemuda/remaja yang berkumpul/nongkrong di area lokalisasi, hal ini bisa merusak mental para pemuda/remaja. Narkoba dan Miras juga diduga adadi area ini. - Pola pikir dari keluarga, biasanya anak-anak yang diasuh kakak nenek cenderung tidak menomorutuskan Pendidikan. - Kesulitan lahan kosong yang bisa diolah menjadi taman bermain anak-anak. Karena adanya tanah sengketa dan juga tanah yang sudah dibeli pabrik, selain itu ada tanah penakaman.	Permasalahan	
Aktivitas	- Acara keagamaan paling utama. - Hajatan, senam ibu-ibu. - Kegiatan Karang Taruna di RW 010 sangat aktif. - Semakin erat persaudaraan di RW 010	- Pasar malam, dari Dinas Lingkungan Hidup mengadakan bazaar. - Rini, pemudi di RW 010 yang aktif sebagai kader Karang Taruna melihat potensi hutun kota dan danau serapan yang ada di wilayah Semper Timur. Jika dibuka sebagai tempat wisata maka akan meningkatkan taraf ekonomi dengan mempekerjakan warga RW 010 Semper Timur ini. - Sekian banyak pelatihan yang diberikan untuk meningkatkan produktifraas ekonomi, harapan warga dapat dibuka kesempatan untuk menjual hasil karya dari pelatihan yang sudah mereka ikuti. Daya beli warga rendah, harapannya bisa dijual di luar Kelurahan Semper Timur.	- Kerja sama dengan Dinas Lingkungan Hidup untuk mengikuti pelatihan pengelolaan sampah dan menjadi lingkungan, bekerjasama dengan PKSM (Pusat Kegiatan Belajar Mengajar) untuk mendapatkan pengetahuan yang lebih luas. - Para pemuda/remaja memiliki pola pikir yang lebih luas dan produktif yang positif. Dijauhkan dari pengaruh negatif lokalisasi.	Aktivitas	
Harapan				Harapan	

Kondisi Fisik, Sosial, Ekonomi & Budaya Sukapura RW 01, 02 & 10

Kondisi Fisik RW 01, 02, dan 010 Kelurahan Sukapura juga dilihat dari 11 parameter fisik kekumuhan seperti pada pencarian kondisi fisik RW 10 Semper Timur. Di bawah ini dapat dilihat beberapa data perihal tersebut di ke-3 RW Sukapura:



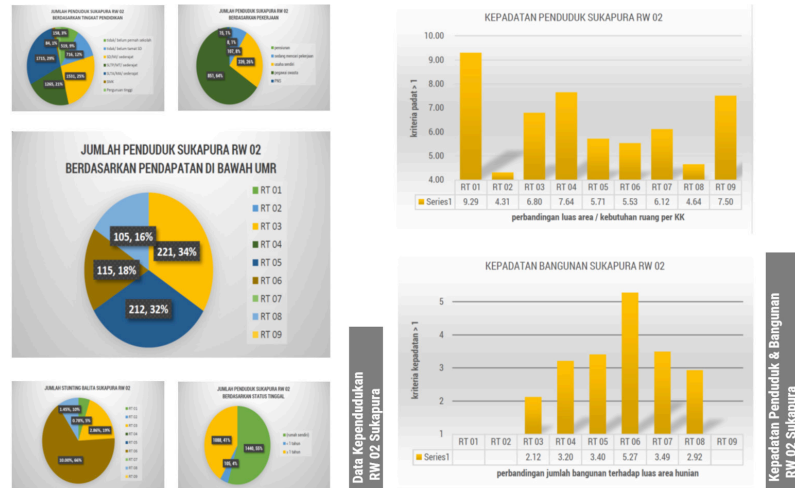
(a) Peta Drone RW 01, 02, 10 Sukapura



(b) Data Kependudukan RW 01 Sukapura



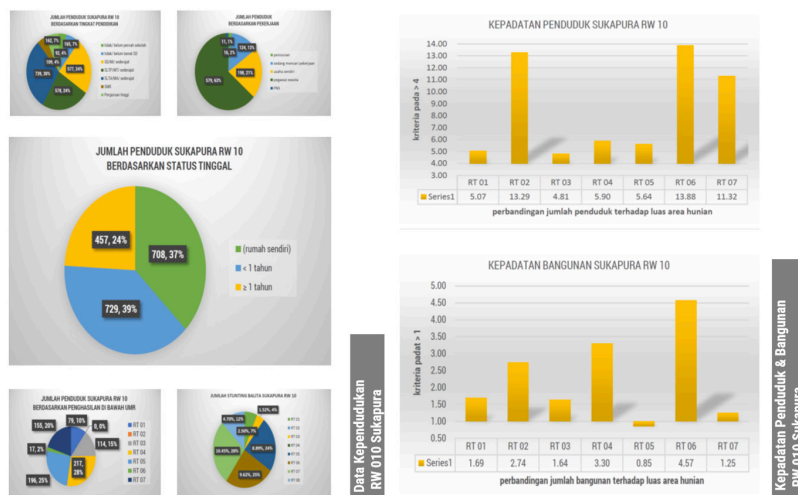
(c) Kondisi Fisik Eksisting RW 01 Sukapura



(d) Data Kependudukan RW 02 Sukapura



(e) Kondisi Fisik Eksisting RW 02 Sukapura



(f) Data Kependudukan RW 10 Sukapura



(g) Kondisi Fisik Eksisting RW 10 Sukapura

Gambar 8. Peta Drone, Data Kependudukan dan Situasi Fisik Eksisting RW 01, 02, 10 Sukapura (Sumber: Tim Penulis, 2021)

Untuk melihat secara cepat kondisi eksisting situasi sosial, ekonomi dan budaya RW 01, 02 dan 10, Kelurahan Sukapura, Tim CAP Fakultas Desain juga menggunakan teropong: potensi, permasalahan, aktivitas/interaksi dan harapan yang diambil dari metode *Design Thinking* – Riung Desain (DT-RD) (Brown, 2008; Brown dan Katz, 2009; Brown dan Wyatt, 210; IDEO, 2013). Hasilnya ada pada tabel-tabel di bawah ini:

Tabel 2. Tangkapan situasi kondisi Sosial, Ekonomi dan Budaya RW 01 Sukapura (Sumber: Tim Penulis, 2021)

Overview Kondisi Sosial		Overview Kondisi Ekonomi		Overview Kondisi Budaya	
Potensi	- RW 01 Sukapura cenderung solid dalam hubungan kekeluargaan, tidak ada pertengkaran satu dengan yang lain, serta saling kenal antar warganya. Untuk kekompakan dapat dilihat dari kesediaan warga dalam bergotong-royong. - Pak RT 01 dan Pak Baikumi sekretaris RT 03 lah yang mencetuskan bahwa pada saat acara-acara seperti pernikahan dan kematian solidaritas warga masih sangat tinggi. - Warga RT 01 bahkan dengan disiplin bergotong royong untuk membeli CCTV yang akhirnya menyelesaikan permasalahan lingkungan yang seringkali kemalingan. - Warga RT 08 lebih disiplin warganya, mematuhi peraturan karena Pak RT nya berprofesi sebagai petugas keamanan. - Warga RW 01 sudah pernah bergotong-royong mengumpulkan iuran untuk perbaikan drainase namun dana yang terkumpul belum cukup untuk merestorasi drainase yang mampet. - RW 01 memiliki anggota DPRD Badan Anggaran: Ibu Hj. Yusnir	Potensi	- Rata-rata warga asli (bukan pendatang) RW 01 memiliki kontrakan banyak pintu, sehingga keadaan ekonomi sebagian besar warga asli baik. - Pak Ubay sekretaris RT 03 mengatakan “Kalau di sini dibiling susah banget juga engga (karena 70% punya kontrakan)” - Semenjak banyaknya penutupan KBN (dari 156 pabrik menjadi hanya 8 pabrik sekarang), kontrakan banyak yang menjadi kosong dan terbengkalai, khususnya di RT 10. - Bukan hanya kontrakan, hal tersebut berpengaruh juga terhadap roda perekonomian pedagang (seperti warung, warteg, dsb) karena jumlah pekerja berkurang drastis. Sesuai dengan perkataan Pak Matali, Pak RT 08 yang mengatakan “Dengan tutupnya KBN maka kontrakan kosong dan ekonomi melemah dan kita kesulitan juga.” - Begitu juga dengan pernyataan dari Pak H. Jayadi mantan RT 01 penggerak masyarakat, beliau mengatakan, “Kalau kampungnya sih engga maju, disini-sini aja engga kemana-mana. Kalau dulu di sini sawah dan bukan tanah garapan tapi diharapkan penghasilannya dari pertanian, setelah pertanian tidak ada di ambil Kawasan KBN maka warga bikin kontrakan. Sekarang sudah jalan berapa tahun pabrik2 ini keluar karena cost-nya semakin tinggi, karyawan-karyawannya banyak tuntutan tidak sesuai dengan biaya produksi, nilai ekspornya juga engga sesuai, akhirnya mereka pilih pindah. Dampaknya seperti ini, kontrakan ada kosong semua, kalau dibiling maju ya.... sekarang mundur, dulu kita akui perputaran ekonomi paling besar di Sukapura, tukang nasi uduk saja berjejer dari ujung ke ujung bisa habis 11 liter perhari, sekarang 2 liter saja engga habis.” - Banyak juga warga yang terlibat dalam hutang piutang dengan rentenir dengan bunga tinggi.	Potensi	- Terdapat kegiatan sejenis Ibu-Ibu PKK yang membuat kerajinan dari manik-manik berupa tas, dompet, dan karya-karya yang dijual di Pasar Kaget (semenjak pandemi tidak dijalankan), digerakkan oleh Ibu Fatimah di RT 11. - Di RT 06 (Tim Fasil lupa nama sang Ibu), seorang Ibu menjual kerajinan Barbie Candy (boneka barbie yang bagian roknya dihias menggunakan permen), mendapatkan penghasilan dari Kelurahan dan melakukan pelatihan untuk lansia.
Permasalahan	- Aktivitas penggerak ekonomi yang dilakukan warga cenderung belum ada. Dari hasil wawancara, banyak warga yang buntu dengan kondisi ekonominya semenjak penutupan masif di Gudang KBN. - Pak H. Jayadi mengatakan bahwa dulu sempat ada kegiatan pelatihan namun warga malas-malasan karena pekerja KBN masih banyak: “karena waktu KBN rame, saya aktif sebagai pengepul limbah2 garmen, penampung kain majun dan kain2 sisa produk ada yang satu, dua bahkan lima meter lebih, kita ingin karyakan, sampai waktu itu ada BLK (Balai Latihan Kerja) ingin membentuk satu komunitas, tapi warga males2an karena perusahaan masih banyak dan hasil dari kontrakan masih banyak, jadi ide saya tidak jalan, akhirnya kita kirim ke daerah seperti Cipulir jadi maju, Kerawang, Tegal Gubug, Bandung, Ciganewa, Cijerah kita oper ke sana.” - Adanya kegiatan dan pelatihan untuk warga untuk memulihkan roda ekonomi. Pak H. Jayadi, mantan RT 01 mengatakan, “pasti ada caranya, saya pengennya anak muda yang nganggur diberi kegiatan apa untuk mengurangi pengangguran.” - Adanya koperasi simpan-pinjam untuk mengurangi beban warga dalam hutang-piutang.	Permasalahan	- Ketidapedulian warga untuk mengikuti kegiatan pelatihan. - Banyaknya anak-anak yang bermain skuter sewaan (semacam Grabwheels) yang mengalami kecelakaan minor di sekitar jalanan. - Kurangnya sarana dan prasarana untuk melakukan kegiatan budaya dan pelatihan dikarenakan minimnya lahan kosong, sesuai dengan perkataan Pak RT 08 Pak Matali, “di seluruh RW01 hampir rata2 tidak ada area kosong, sebab kalau ada area sedikit saja dijadikan kontrakan. Jadi kalau cari area untuk buat tenis, futsal, atau bulutangkis agak kesulitan, hampir semua RT di RW01 seperti itu”.	Permasalahan	- Belum ada kegiatan dan aktivitas budaya, mayoritas kegiatan adalah acara hajatan, dsb. - Pada RT 08, Suharda (anak muda di RT 08) mengharapkan adanya pembangunan gapura dan kegiatan mural, poster dan desain di sekitar gapura dan tembok gang.
Aktivitas		Aktivitas		Aktivitas	
Harapan	- Tidak ada aktivitas sosial khusus yang dilakukan selain berkumpul pada acara hajatan, pengajian, dan tahllian. - Tidak ada harapan khusus dalam bidang sosial.	Harapan		Harapan	

Tabel 3. Tangkapan situasi kondisi Sosial, Ekonomi dan Budaya RW 02 Sukapura (Sumber: Tim Penulis, 2021)

Overview Kondisi Sosial		Overview Kondisi Ekonomi		Overview Kondisi Budaya	
Potensi	- RW 02 Sukapura memiliki hubungan kekeluargaan yang cukup baik, hal itu bisa dilihat dari masih adanya kesadaran warga secara rutin bergotong royong untuk membersihkan kali, drainase dalam area kompleks RW 02. - Sebagian besar warga di masing-masing RT masih menjalankan luran bulanan untuk gotong royong kebersihan, luran sampah maupun kepentingan umum lainnya. - Ibu Siti mantan Karang Taruna RT 005 berbicara bahwa pada saat adanya musibah, bencana maupun kesulitan di warganya masih saling membantu dan bergotong royong. - Drainase sering dibersihkan di beberapa area, bahkan ada yang rutin membersihkannya. - Mbak Ulfah anak Pak RT 008 mengajar mengaji di rumahnya. - RW 02 memiliki anggota DPRD Komisi Pembangunan: Ibu Hj. Neneng	Potensi	- Rata-rata warga di pemukiman RW 02 memiliki banyak kontrakan dengan jumlah rata-rata di atas 20 unit per orang, sehingga keadaan ekonomi sebagian besar warga terbilang cukup baik sebelum KBN sejak tahun 2016 mulai menutup pabrik dan gudangnya. - RT 006 dan RT 007 beberapa rumah kontrakan yang kosong dijadikan sebagai ternak lele atau ikan nila sementara untuk dapat dikonsumsi atau dijual kembali. - Ibu RT 009 berjualan kue dan memiliki tempat makan. Beliau dibantu oleh Ibu-Ibu warga sekitar sebagai pegawainya yang membantu menyiapkan dan berjualan.	Potensi	- Semua RT memiliki kegiatan posyandu yang aktif, salah satunya kegiatan vaksinasi covid-19 untuk Lansia. - Anak-anak muda maupun anak-anak kecil sering mencari tempat untuk berkumpul dan bermain bola. - Kegiatan mengaji untuk anak-anak diarahkan Mbak Ulfah RT 008.
Permasalahan	- Pada beberapa RT, adanya perbedaan pendapat dengan RW dan kepengurusan dari RW sehingga terjadi kesulitan komunikasi antara RW dan beberapa RT di kepengurusan RW 02. - RW 02 cenderung melakukan kegiatan dibantu dengan Ibu-Ibu Dasa Wisma (Dawis) yang berperan aktif dalam membantu menjalankan program yang diselenggarakan RT maupun RW terkait. - RT 01, 02, 04, 05 cenderung mengandalkan pasukan oranye dan PPSU untuk kebersihan lingkungan secara rutin. Karena dekat dengan lingkungan pasar sehingga secara otomatis diperfatkan oleh PPSU. - RT 09 memiliki konflik antar keluarga termasuk penutupan akses drainase salah satu area yang berimbas pada keadaan lingkungan, kebersihan dan tetangga sekitar.	Permasalahan	- Semenjak banyaknya penutupan KBN (dari 156 pabrik menjadi hanya tinggal 8 pabrik sekarang), kontrakan banyak yang menjadi kosong dan terbengkalai. Banyak bangunan kontrakan yang masih berdiri berada dalam kondisi hampir rubuh karena material dan bangunan tidak dijaga. - Sebagian bangunan kontrakan kosong menjadi tempat tumpukan sampah yang dibuang secara sembarangan oleh warga yang tidak bertanggung jawab. - Para pedagang yang berjualan di sekitar RW 02 mengalami penurunan pendapatan yang cukup drastis seiring dengan penutupan Pabrik dan Gudang di wilayah KBN. Hal tersebut sangat berpengaruh terhadap perekonomian warganya.	Permasalahan	- Kurangnya keinginan memperbanyak kegiatan yang dapat melibatkan banyak warga. - RT 02, 03 yang disebut Kampung Sawah mengurangi kegiatan bersama karena kurangnya lahan untuk melakukan kegiatan bersama. - Ketua RT 09 Pak Samsudin "Sekarang gak ada lahan kosong dimana semua sistem irigasi aja sudah jadi bangunan, anak-anak mau bermain bola pun harus bayar. Kalau dulu kita mau main bola atau ngumpul ya dimana aja lebih terasa kekeluargaannya, kalau (sekarang) ini duit dulu"
Aktivitas	- RT 01, 02, 04, 05 cenderung mengandalkan pasukan oranye dan PPSU untuk kebersihan lingkungan secara rutin. Karena dekat dengan lingkungan pasar sehingga secara otomatis diperfatkan oleh PPSU. - RT 09 memiliki konflik antar keluarga termasuk penutupan akses drainase salah satu area yang berimbas pada keadaan lingkungan, kebersihan dan tetangga sekitar.	Aktivitas	- Aktivitas penggerak ekonomi yang dilakukan warga belum ada secara signifikan. Semenjak adanya penutupan beberapa lapangan kerja di KBN banyak warga yang pasrah terhadap kondisi tersebut.	Aktivitas	- Belum ada kegiatan dan aktivitas budaya. - Kegiatan masih berupa kegiatan posyandu, hajatan, tahllan, pengajian, dsb-nya.
Harapan	- Tidak ada aktivitas sosial khusus yang dilakukan selain berkumpul pada acara hajatan, pengajian, dan tahllan, posyandu, dan bergotong royong - Tidak ada harapan khusus dalam bidang sosial.	Harapan	- Ibu Siti RT 05 mengharapkan adanya kegiatan untuk anak-anak dan warga sekitar yang lebih positif, rutin serta berdampak secara ekonomi untuk meningkatkan kualitas hidup di lingkungan RW 02. Perlombaan misalnya tidak hanya setahun sekali pada 17 Agustus atau hanya diikuti oleh anak-anak saja.	Harapan	- RT 09 perapahan area-area yang minimun sampah dan bangunan yang mengganggu akses drainase. Sehingga warga bisa memanfaatkan lahan-lahan tersebut untuk kegiatan bersama.

Tabel 4. Tangkapan situasi kondisi Sosial, Ekonomi dan Budaya RW 10 Sukapura (Sumber: Tim Penulis, 2021)

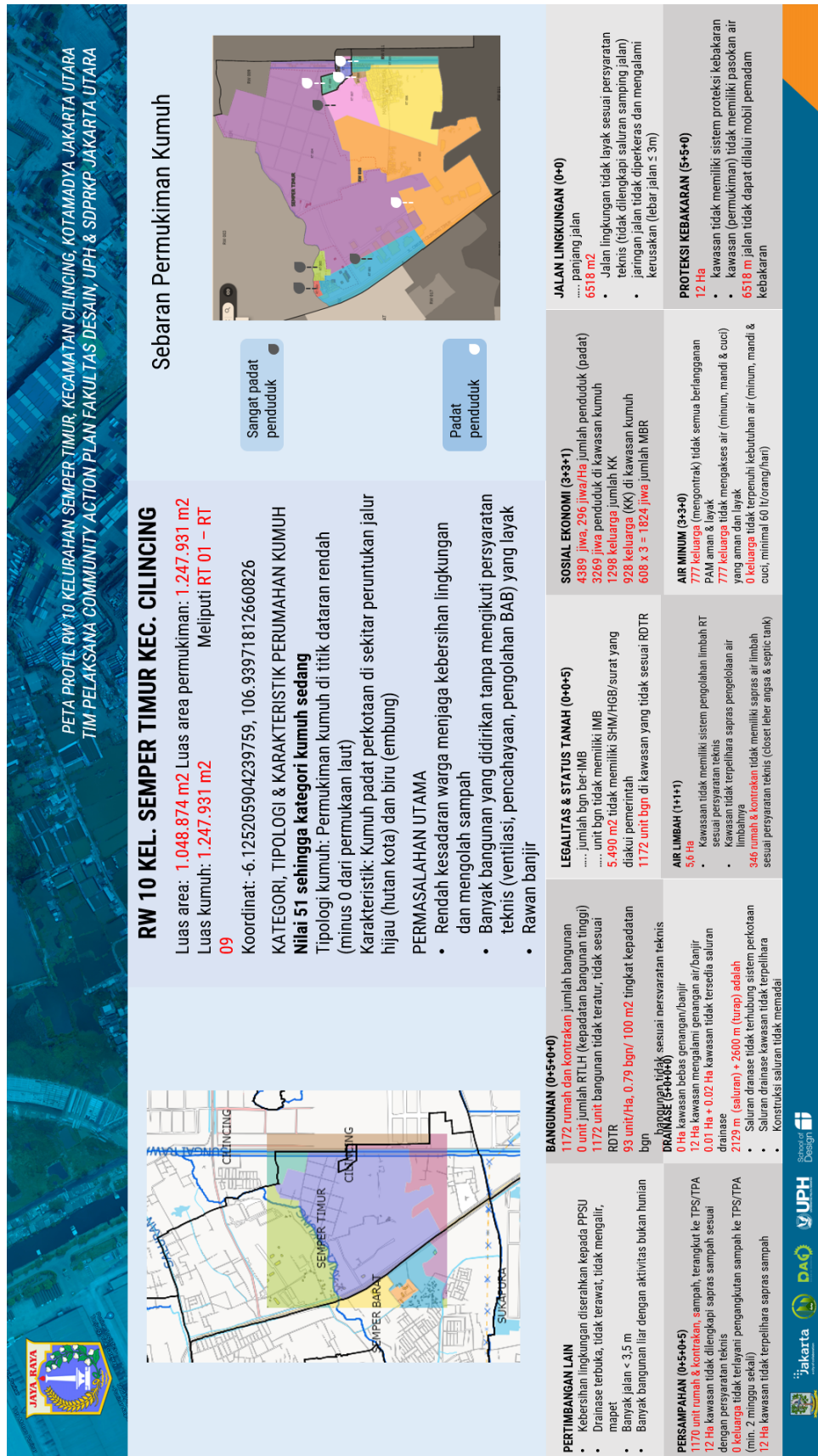
	Overview Kondisi Sosial	Overview Kondisi Ekonomi	Overview Kondisi Budaya
Potensi	- Lingkungan RW 010 Sukapura terbilang cukup kekeluargaan. Sebelum hadirnya petugas kebersihan dari pasukan oranye, warga RW 010 Sukapura secara berkala melakukan kerja bakti untuk membersihkan kampung. - Ibu Yuli (RT 05) yang dahulu pernah tergabung sebagai Karang Taruna menceritakan keguyuban warga RW 010 yang ketika ada warga yang meninggal ataupun terkena musibah mereka bersatu untuk membantu warga tersebut. Ibu Yuli sendiri kini menjadi pengajar sebagai guru mengaji untuk anak-anak di RW 010. - Anak muda kampung ini cukup kompak mereka memiliki kelompok untuk berolahraga bersama seperti bermain futsal, dan lain-lain. - Mas Andi (RT 02) Sebagai FKDM RW 010 Sukapura, Andi termasuk pemuda yang aktif dalam RW 010. Ia memiliki visi untuk kampung ini menjadikan kampung yang bersih, dan ia mengatakan potensi kampung ini yang bisa menjadi indah dengan adanya sungai yang bersih di samping kampung. Kini ia menjadi pengajar bagi anak-anak kecil di RW 010 dengan memberikan pengajaran yang dahulu ia buat gratis untuk pendidikan usia dini, sekarang pengajarannya dikenal tarif 5000 rupiah untuk setiap kedatangan. Hal ini juga adalah usulan orang tua dari murid-muridnya.	- Mayoritas warga RW 010 bekerja sebagai karyawan swasta di dekat area ini, seperti bekerja di area KBN. - Banyak juga warga kampung ini yang berprofesi sebagai tukang ojek. - Beberapa warga yang memiliki ekonomi keluarga lebih baik terlihat bekerja sebagai pengrajin tahu dan tempe. Kerajinan tahu dan tempe di area RW 010 ini terlihat cukup banyak dikerjakan oleh warga. Tahu dan tempe tersebut mereka distribusikan ke pasar tradisional di daerah sekitar. Salah satunya adalah Ketua RT 001 yang memiliki usaha kerajinan tahu dan tempe.	- Warga RW 010 yang mayoritas adalah pendatang menjadikan kampung ini adalah daerah yang majemuk, tapi lingkungan ini terlihat guyub. Dari cerita warga yang mengatakan pemuda di kampung ini suka bersama-sama melakukan kegiatan berolahraga bersama, ada kegiatan senam bersama, dan juga ada pengajian untuk anak-anak. - Kerajinan tahu dan tempe yang dilakukan oleh banyak warga di RW 010 ini berpotensi dijadikan budaya turun temurun sehingga kampung ini dapat dikenal sebagai daerah penghasil tahu dan tempe lebih luas lagi.
Permasalahan		- Pemerataan ekonomi di RW 010 terlihat kurang baik. Hal ini dapat dilihat dari masih banyak warga yang mencari pekerjaan dan warga yang sudah bekerja tetapi memiliki penghasilan masih di bawah UMR.	- Warga merasa kurangnya ruang terbuka untuk melakukan kegiatan bersama seperti berolahraga, bermain bulutangkis, bermain futsal, padahal hal ini dapat membuat warga semakin guyub rukun.
Aktivitas			- Belum ada aktivitas bersama yang dapat di katakan sebuah kegiatan budaya.
Harapan	- Warga RW 010 memiliki ruang terbuka untuk dapat mengadakan kegiatan bersama seperti olahraga dan kegiatan perayaan hari-hari besar.	- Saat ini terlihat belum ada aktivitas bersama yang dapat menambah potensi perkembangan ekonomi di kampung ini seperti pelatihan keterampilan. - Warga RW 010 mengharapkan adanya pelatihan untuk keterampilan seperti menjahit, membuat kue, agar dapat mengerjakan perekonomian.	- Pekerjaan perapihan RW 010 ini diharapkan berdampak pada perapihan sungai sehingga penumpukan sampah di tepi sungai, pengecoran bibir sungai untuk membangun parkir mobil pribadi dapat diatur secara rapih. - Warga akan memotong rumah mereka menjadikan jalan inspeksi di depan rumah mereka, sehingga area bersama mereka menjadi banyak dan dapat membangun kegiatan bersama yang dapat menjadi budaya bagi kampung ini.

Peta Profil RW 10 Semper Timur, RW 01, 02, 10 Sukapura

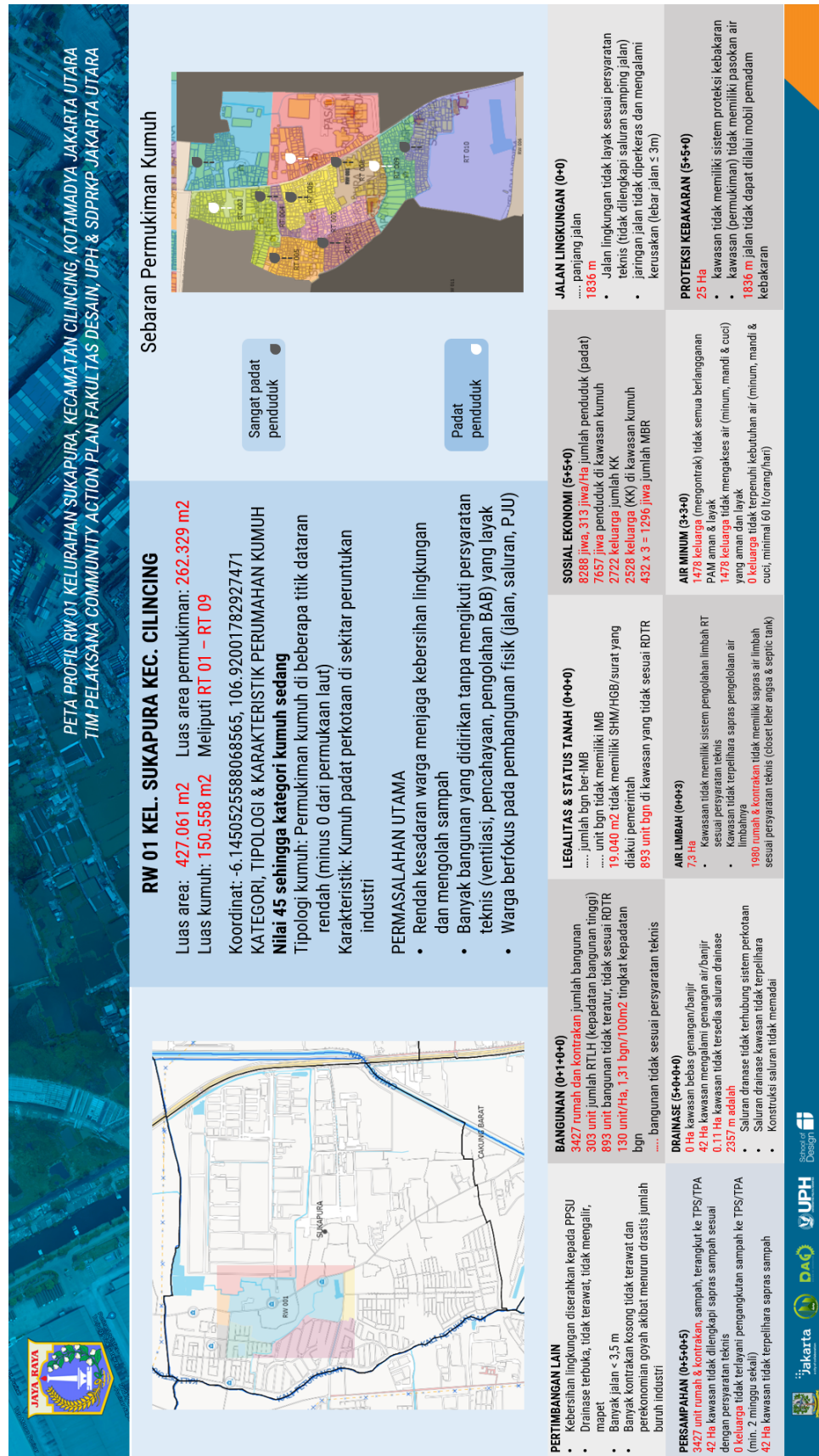
Peta Profil RW 10 Semper Timur, RW 01, 02 dan 10 Sukapura disusun berdasarkan:

1. Hasil pemetaan situasi fisik menggunakan 11 parameter kekumuhan BPS yang disederhanakan menjadi: Data Kependudukan (yang terdiri dari jumlah penduduk, pendidikan dan usia produktif, pekerjaan, penghasilan di bawah UMR, status tinggal, stunting, kepadatan penduduk), Data Kepadatan Bangunan, Kondisi Hunian (dilihat dari konstruksi bangunan tempat tinggal, keadaan ventilasi dan pencahayaan, tempat buang air besar dan tata letak bangunan), Kondisi Lingkungan (dilihat dari keadaan drainase/saluran, keadaan jalan lingkungan dan penerangan jalan) dan Kondisi Pengelolaan Sampah (dilihat dari cara pembuangan dan pengangkutan sampah).
2. Hasil pengamatan Kondisi Sosial, Ekonomi dan Budaya menggunakan Metode Riung Desain – khususnya Tahap Temuan (Brown, 2008; Brown dan Katz, 2009; Brown dan Wyatt, 2010; IDEO, 2013) menggunakan teropong: potensi, permasalahan, aktivitas/interaksi dan harapan yang didapatkan melalui:
a) *rembug* warga bersama Tim Fasilitator yang dituangkan sebagai daftar keinginan dan kebutuhan tertulis warga, dan b) Hasil wawancara mendalam Tim Fasilitator dengan warga yang dituangkan sebagai daftar keinginan dan kebutuhan warga secara lebih personal,

Peta Profil ini menunjukkan kategori, tipologi dan karakteristik permukiman kumuh dan indikasi permasalahan utama RW 10 Semper Timur, RW 01, 02 dan 10 Sukapura. Peta profil ini juga menunjukkan ringkasan temuan situasi kekumuhan RW 10 Semper Timur, RW 01, 02 dan 10 Sukapura dari parameter kekumuhan: kondisi bangunan, legalitas dan status lahan, situasi jalan lingkungan, sistem drainase, sistem pengelolaan persampahan, sistem penyediaan air bersih, sistem pengelolaan air limbah, sistem proteksi kebakaran, situasi sosial-ekonomi dan pertimbangan lain. Peta Profil RW 10 Semper Timur, RW 01, 02 dan 10 Sukapura dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

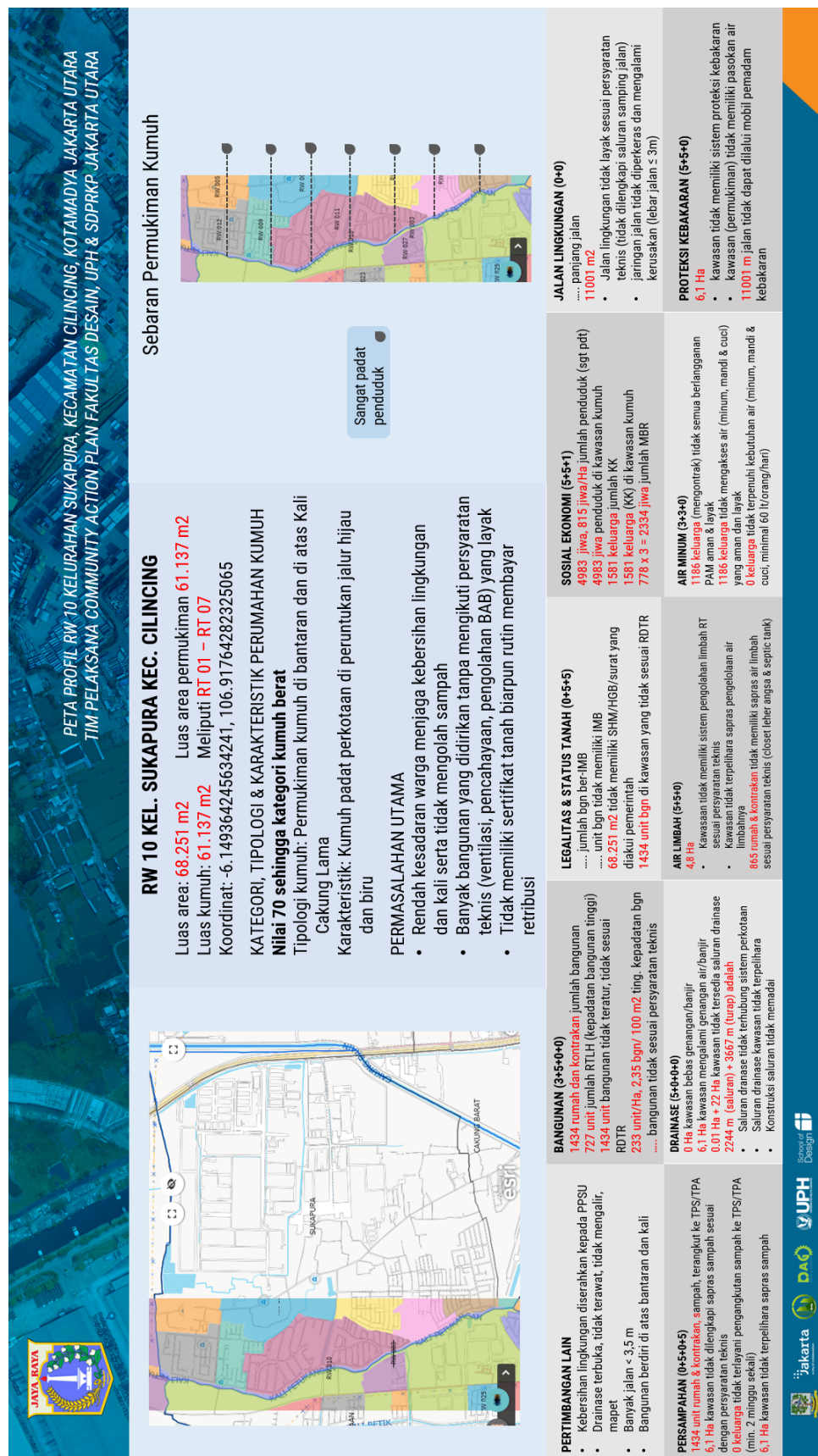


Gambar 9. Peta Profil RW 10 Kelurahan Semper Timur (Sumber: Analisis Tim Pelaksana CAP SoD-UPH, 2021)



Gambar 10 Peta Profil RW 01 Kelurahan Sukapura (Sumber: Analisis Tim Pelaksana CAP SoD-UPH, 2021)





Gambar 12 Peta Profil RW 10 Kelurahan Sukapura (Sumber: Analisis Tim Pelaksana CAP SoD-UPH, 2021)

METODE HIBRID CAP: RIUNG DESAIN (Tahap BEDAKAN)

Tahap kedua Metode Riung Desain adalah tahap Temukan (Brown, 2008; Brown dan Katz, 2009; Brown dan Wyatt, 2010; IDEO, 2013; Stringer, 1999; Creswell, 2008; Berg dan Lune, 2012). Pada tahap ini Tim Pelaksana CAP bersama dengan warga dan para ahli **mengubah data yang didapatkan dari Tahap Temukan menjadi konsep yang bermakna dan dapat dirumuskan kemudian menjadi fokus permasalahan yang perlu diselesaikan**. Konsep ini yang menjadi dasar dari kerangka perencanaan *Community Action Plan* (CAP) yang pada tahap berikutnya akan dibuat. Fase Tahap Bedakan adalah sebagai berikut: **Data** ✍ **Tema** ✍ **Konsep** ✍ **Bagaimana Kita Bisa** (rumusan permasalahan – *problem statement*).

Tim Pelaksana CAP, warga RW 010 Semper Timur, warga RW 01, 02, dan 10 Sukapura beserta para ahli bersama-sama melakukan lokakarya (*workshop*) DT-RD Internal dengan metode daring (*online*). Pada tahap ini Tim Fasilitator yang melakukan wawancara mendalam (*depth-interview*) dengan warga (*community engagement*) dan Tim Pelaksana CAP yang melakukan diskusi dengan para ahli (*talk to experts*) dan mempelajari situasi serupa (*immerse in context*) serta situasi lain yang memberi inspirasi (*analogous research*) menceritakan semua hasil wawancara, *rembug*, diskusi dan studi banding kepada peserta lokakarya. Peserta lokakarya kemudian menuliskan hal-hal yang dianggap menarik untuk kemudian hal-hal ini secara bersama-sama dikelompokkan ke dalam tema-tema operasional (*clustering into themes*).

Setelah penemuan tema-tema operasional yang penting untuk RW 010 Semper Timur dan RW 01, 02, 10 Sukapura, maka langkah selanjutnya adalah membuat perumusan masalah dengan membuat terlebih dahulu pernyataan-pernyataan bermakna (*insight statement*) dari masing-masing tema-tema operasional tersebut. Hal ini dicapai dengan mengidentifikasi batasan tema (tantangan) dan potensi tema. Gambar di bawah menunjukkan proses lokakarya Riung Desain secara daring, 6 Tema Operasional yang ditemukan dan Rumusan Masalah (*'How Might We Question'* – *'Bagaimana kita bisa...?'*) (Brown dan Wyatt, 2010; IDEO, 2013) dari ke-4 RW.

RW 01 SUKAPURA **WORKSHOP Riung Desain**

6 Tema yang muncul

- 1) Identifikasi Keragaman Kegiatan Warga sebagai Potensi, 2) Membangun Kegiatan Persekolahan bersama-sama yang tepat, 3) Pembenahan Situasi Fisik, 4) Tidak ada Champion, 5) Kumuh karena tidak peduli dan situasi ekonomi, 6) Daya Juang Warga lemah karena situasi ekonomi

PEMILIHAN How Might We Questions

'Bagaimana kita bisa...?' terpilih

Bagaimana Warga Sukapura RW 01 bisa bersama-sama merumuskan kegiatan perekonomian secara individu maupun berkelompok yang tepat guna dan benar-benar berdampak bagi warga berkolaborasi dengan semua kegiatan SKPD ataupun UKPD terkait pelatihan dan pembinaan perihal usaha mandiri warga?

Bagaimana kita bisa meningkatkan rasa kepedulian warga Sukapura RW 01 terhadap lingkungan walaupun terkendala ekonomi?

RW 02 SUKAPURA **WORKSHOP Riung Desain**

6 Tema yang muncul

- 1) Situasi Sosial & Koordinasi Kelembagaan, 2) Potensi Kegiatan & Pemberdayaan Warga, 3) Pemmasalahan Lingk. & Fisik, 4) Tidak Peka Situasi Fisik yang Kumuh, 5) Miskomunikasi Peran Warga dan Pemerintah (antar pemangku kepentingan), 6) Peluang Ekonomi Mikro Mandiri

PEMILIHAN How Might We Questions

'Bagaimana kita bisa...?' terpilih

Bagaimana Warga Sukapura RW 02 memetakan kegiatan-kegiatan yang positif yang berpotensi mengembalikan perekonomian dan memberdayakan warga secara mandiri sekaligus mengaplikasikan wadah fisik & non fisik berkaitan dengan pelatihan (produksi, jasa & pemasaran) serta program dari Pemerintah yang tepat sasaran (sesuai tingkat pendidikan dan kebutuhan warga)?

Bagaimana Warga Sukapura RW 02 bisa membangun koordinasi kelembagaan yang baik secara internal maupun eksternal serta transparan dengan menemukan champion tiap RT, atau tiap kelompok sehingga bisa menjadi landasan kegiatan-kegiatan positif bersama yang memberdayakan sekaligus juga landasan pembenahan lingkungan dan fisik Sukapura RW 02?

(a) Lokakarya Riung Desain, Tema Operasional dan Rumusan Masalah RW 01 dan 02 Sukapura



(b) Lokakarya Riung Desain, Tema Operasional dan Rumusan Masalah RW 01 dan 02 Sukapura

Gambar 13. Riung Desain: Tema Operasional dan Rumusan masalah ke-4 RW
(Sumber: Tim Pelaksana CAP SoD-UPH, 2021)

APA SELANJUTNYA?

Saya akan memperlihatkan hasil Desain kolaboratif ke-4 RW yang menjadi bagian penyusunan Rencana Aksi Masyarakat (*Community Action Plan*) dan menunjukkan titik akhir dari implementasi metodologi DAG, khususnya metode Riung Desain pada tahap Jadikan pada bagian ke-2 di JSDIS Vol.3 Ed.2. Semoga apa yang diperlihatkan dapat menginspirasi semua rekan-rekan Desainer - akademisi dan profesional, bahwa Desain mampu dan dapat mendorong terjadinya inovasi sosial bahkan di masa pandemi.

Stay safe, healthy, and productive! Sampai jumpa di Jurnal Strategi Desain dan Inovasi Sosial Vol.3, Ed. 2!

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi DKI Jakarta (2017): *Dokumen Pendataan RW Kumuh DKI Jakarta 2017*.
- 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.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.
- Creswell, J. W dan Clark, V. L. P. (2007): *Designing and conducting mixed methods research*, Sage Publication, London – New Delhi.
- Creswell, J. W. (3rd ed. © 2008, 2005, 2002): *Educational research – planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research*, Pearson Education. Inc, Pearson International Edition, New Jersey.

- Crouch, C. dan Pearce, J. (2012): *Doing research in design*, Bloomsbury Publishing, UK-USA.
- 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. (2017): *DESAIN SEBAGAI GENERATOR PEMBERDAYAAN MASYARAKAT*, Disertasi Program Doktor, Institut Teknologi Bandung.
- Katoppo, M.L. (2018): Desain sebagai Generator: Bagaimana Desain menjadi terang bagi semua orang, *Seminar Nasional Desain Sosial, Design Week 2018*, ISBN: 978-602-17184-3-8, 24th, July 2018, Fakultas Desain, Universitas Pelita Harapan, Tangerang, Indonesia.
- Katoppo, M. L. (2020a): Membangun Wacana Desain Sebagai Strategi Dan (Terus) Melihat Kemungkinan Desain Sebagai Pendorong Inovasi Sosial, *Jurnal Strategi Desain dan Inovasi Sosial Vol.1, Ed. 2*, Fakultas Desain, Universitas Pelita Harapan (UPH), Indonesia, 219-223, ISSN:2715-2898, E-ISSN: 2715-5129.
- Katoppo, M. L. (2020b): Menelaah Dimensi Desain Sebagai Strategi Pendorong Inovasi Sosial, *Jurnal Strategi Desain dan Inovasi Sosial Vol.2, Ed. 1*, Fakultas Desain, Universitas Pelita Harapan (UPH), Indonesia, 89-94, ISSN:2715-2898, E-ISSN: 2715-5129.
- Katoppo, M. L. (2021): Menerawang Adaptabilitas Desain Sosial Di Masa Pandemi, *Jurnal Strategi Desain dan Inovasi Sosial Vol.2, Ed. 2*, Fakultas Desain, Universitas Pelita Harapan (UPH), Indonesia, 154-160, ISSN:2715-2898, E-ISSN: 2715-5129.
- 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, ML and Oppusunggu, R and Valencia, P and Lusiana, C and Himawan, M and Wiradinata, K, Design as Generator: Design Education Approach That Combines Participatory Action Research and Design Thinking (March 8, 2021). Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3799923> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3799923>
- Mann, C. and Stewart, F. (2000, reprinted 2002) *Internet Communication and Qualitative Research - A Handbook for Researching Online*, Sage Publishing: USA.
- Naskah Akademik Raperda Provinsi DKI Jaya tahun 2020 tentang Pencegahan dan Peningkatan Kualitas Perumahan Kumuh dan Permukiman Kumuh, DPRKP DKI Jaya, 2020.

- Neuman, L. W. (2014): *Social research methods – qualitative and quantitative approaches – 7th.edition*. Pearson Education, Inc., Boston, NY, SF etc.
- Osterwalder, A. dan Pigneur, Y. (2012): *Business Model Generation*, PT Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., dan Smith, A. (2014): *Value Proposition Design*, John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.
- Salmons, J. (2015) *Qualitative Online Interview - strategies, design, and skills*, Sage Publication: USA.
- 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.

Sumber Internal:

- Tim DAG (2017-2021): Presentasi dan Bahan Lokakarya Riung Desain.