

CandraRupa

Journal of Art, Design, and Media

Relasi Gender Dalam Film-Film Bertema Islam

Ariza Qurrata A'yun

*Pengembangan Desain Produk Tas Kuliah Yang Efisien Bagi Mahasiswa
Desain Di Stikom Surabaya*

Hardman Budiarjo, Darwin Yuwono Riyanto, Faisal Fuadi Mahmud

*Penyutradaraan Dan Editing Dalam Pembuatan Film Animasi 3d Bergenre
Action Berjudul "Beda"*

Mega Pandan Wangi, Muhammad Hanif Taquiuddin

*Relasi Persepsi Visualisasi Desain Kemasan Obat Sakit Kepala Terhadap
Kepercayaan Konsumen*

Miranti Nurul Huda

*Ilustrasi Sebagai Bahasa Komunikasi Audio Visual Film,
Televisi Dan Animasi*

Thomas Hanandry

*Penciptaan Prototipe Locomotif Dari Barang Bekas Menjadi Karya
Seni Bernilai Ekonomis*

Wahyu Hidayat

*Pengembangan Lembar Kerja Mahasiswa Mata Kuliah Praktek Tata Teknik
Pentas Dan Cahaya (01-*

Welly Suryandoko, I Nengah Mariasa, Eko Wahyuni Rahayu

Dewan Redaksi

Jurnal CandraRupa : Seni, Desain dan Media

Pembina:

Rektor Universitas Dinamika

Penanggung Jawab:

Universitas Dinamika

Dewan Pengarah:

Drs. Bambang Hariadi, M.Pd (Universitas Dinamika).

Karsam. M.A., Ph.D (Universitas Dinamika).

Mitra Bestari:

Dr. Drs. Bramantyo, M.Sn (Sekolah Tinggi Kesenian Wilwatikta Surabaya)

Dr. (c). Muh. Bahruddin, S.Sos., M.Med.Kom (Universitas Dinamika)

Advan Navis Zubaidi, S.ST, M.Si, Ph.D (UIN Sunan Ampel Surabaya)

Dr. (c). Daniel Susilo (Universitas Dr. Soetomo Surabaya)

Abdul Aziz, S.Sn., M.Med.Kom (Universitas Bina Nusantara)

Pimpinan Redaksi:

Yunanto Tri Laksono, M.Pd. (Universitas Dinamika)

Sekretaris Redaksi:

Ardian Jaya Prasetya, S.T., M.Ds. (Universitas Dinamika)

Dewan Redaksi:

Novan Andrianto, M.I.Kom (Universitas Dinamika)

Harpang Yudha Karyawanto S.Pd., M.Pd. (Universitas Negeri Surabaya)

Dr. Koko Hari Pramono, M.Pd. (Sekolah Tinggi Kesenian Wilwatikta Surabaya)

SK no. 0005.27148076/JI.3.1/SK.ISSN/2019.11 - 29 November 2019

Publisher : Universitas Dinamika

Website : <http://e-journals.dinamika.ac.id/index.php/Candrarupa>

Email : candrarupa@dinamika.ac.id

Alamat : Jl. Raya Kedung Baruk No. 89 Surabaya.



9 772714 807008

E-ISSN : 2714-8076

RELASI GENDER DALAM FILM-FILM BERTEMA ISLAM

Ariza Qurrata A'yun¹

Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Sunan Ampel Surabaya

Email: arizaqurrata@uinsby.ac.id

Abstrak: Penelitian ini mencoba membahas tentang relasi gender yang ditampilkan dalam kedua film Hanung Bramantyo, yang mempunyai perbedaan *setting* waktu dan latarnya. Film “Perempuan Berkalung Sorban” dengan *setting* waktu tahun 1990-an yang berlatarbelakang kehidupan di pesantren tradisional di Jawa Timur. Dan film “Hijab” dengan *setting* waktu tahun 2014 yang berlatarbelakang kehidupan di Jakarta. Relasi gender yang dimaksud adalah hubungan antara tokoh utama perempuan, baik dengan ayah, suami, maupun kakak laki-laki, dalam usahanya mengangkat hak-hak kaum perempuan, dengan tidak selalu memosisikan laki-laki pada pihak superior dan merugikan pihak perempuan. Permasalahan yang berusaha untuk dijawab adalah bagaimana penggambaran tokoh utama perempuan dalam relasinya dengan tokoh laki-laki di kehidupannya dalam film-film bertema Islam? Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan penggambaran tokoh utama perempuan muslim dalam relasinya dengan tokoh laki-laki di film-film bertema Islam. Dalam penelitian ini, metode yang dilakukan adalah analisis tekstual semiotik milik Barthes yang melihat denotasi, konotasi, dan mitos sebuah teks (adegan maupun dialoag) dalam film bertema Islam. Hasil temuan data berupa makna denotasi dan konotasi setiap *scene* film yang berkaitan dengan relasi gender pada film “Perempuan Berkalung Sorban” dan “Hijab”. Tidak banyak yang berubah mengenai posisi perempuan dalam film, sekalipun ditampilkan di film bertema Islam. Agama Islam yang sesungguhnya datang membawa ajaran pembebasan secara evolusioner terhadap ketertindasan kaum perempuan oleh kaum laki-laki, justru tidak dicerminkan dalam kedua film Islam tersebut. Dalam jalan cerita kedua film yang diangkat dalam penelitian ini masih terdapat teks ataupun adegan yang menunjukkan ketimpangan dalam relasi gendernya.

Kata Kunci: Gender, Relasi Gender dalam Islam, Film Islam.

Abstract: This study tries to discuss about gender relations are shown by both of movies by Hanung Bramantyo, which has different time setting and background. The film "Perempuan Berkalung Sorban" by setting of time in the 1990s situation whose background life in traditional boarding school in East Java. And the movie has titled "Hijab" by setting time in 2014 situation whose background life in Jakarta. Gender relation is the relationship between the main character, her good father, her husband, or her brother, in her attempt to raise the rights of women from the men who always positioned in the superior and detrimental to women. The problem is trying to answer is how the description of female main character in relation to the male character in their life in an Islamic films? The purpose of this study was to determine and describe of Muslim female main character in relation to the male figure in the Islamic films. In this study, the method performed is textual analysis Barthes semiotic property of the view denotation, connotation, and the myth of a text (dialogue or scene) in Islam films. The findings of the data in the form of denotation and connotation meaning every movie scene relating to gender relations in the film. "Perempuan Berkalung Sorban" and "Hijab". It does not much have changed regarding the position of women in the film, even if displayed in Islamic films. True Islamic religion brought evolutionary teachings of liberation against the oppression of women by men; it is not reflected in either the Islamic movie. In the second story of the film is raised in this study there are texts or scenes that show the imbalance in gender relations.

Keywords: Gender, Gender Relations in Islam, Islamic Film.

PENDAHULUAN

Sejarah film Indonesia tidak pernah lepas dari hubungan politik dengan agama, khususnya Islam di Indonesia. Karena berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) 2010, penduduk Indonesia 87,18 % beragama Islam, artinya pemeluk agama Islam terbesar di dunia adalah di Indonesia. Hal tersebut menjadikan suara golongan Islam menjadi sangat penting dalam beragam aspek kehidupan, termasuk film.¹ Namun pada masa pemerintahan orde baru menerapkan pengawasan yang sangat ketat terhadap isu-isu yang dapat menggoyang stabilitas pemerintah yang ada. Agama menjadi salah satu isu yang sangat sensitif pada saat itu. Hal-hal yang berkaitan dengan agama salah satunya, mendapat pengawasan yang sangat ketat dari pemerintah, termasuk yang terdapat pada film. Maka dari itu film-film bertema agama sangat minim diproduksi dan harus mendapatkan izin oleh departemen penerangan.

Pada saat pasca reformasi menjadi momentum awal kebangkitan perfilman Indonesia, termasuk film bernuansakan Islam. Kesempatan dalam memanfaatkan film sebagai media dakwah semakin terbuka luas pasca reformasi. Pasar yang mengelola kebutuhan simbolik beragama, tumbuh seiring dengan meluasnya pemakaian jilbab. Televisi hingga film berebut mengelola pasar religi tersebut, maka dari itu bermunculan tema-tema Islam dalam televisi maupun film. Para pemeran perempuan khususnya dalam film bertema Islam menggunakan jilbab sebagai simbol kebaikan.

Menurut Deddy Mizwar salah satu sutradara film religi di Indonesia, karena mayoritas penduduk Indonesia adalah beragama Islam maka dari program siaran televisi harus ada yang mencerminkan tentang nilai-nilai Islam. Tema keislaman dalam film merupakan bagian dari syiar dan dakwah Islam.² Seperti munculnya film berjudul “Kiamat Sudah Dekat” pada 2003 yang disutradarai Deddy Mizwar, yang membuka jalan bagi sutradara lainnya turut mencoba memproduksi film-film bertema Islam. Yang sebelumnya perfilman Indonesia dikuasai oleh film-film non religi dengan genre drama, drama romantis, horor, dan komedi.

Namun hingga saat ini, belum terdapat definisi yang baku terhadap film religi itu sendiri. Anggy Umbara sebagai salah satu sutradara film

Indonesia menuturkan, belum tentu dapat dikatakan sebagai film religi jika di dalamnya menggunakan atribut religius, tetapi tidak menanamkan nilai-nilai agama pada jalan ceritanya. Sedangkan sebuah film yang dalam ceritanya terdapat nilai-nilai agama sebagai pegangan hidup walaupun tidak menggunakan atribut yang menunjukkan identitas suatu agama, dapat dikatakan sebagai film religi.³ Secara garis besar dapat disimpulkan bahwa film religi adalah film yang menampilkan simbol atau atribut agama di dalamnya dan mencerminkan nilai-nilai agama pada jalan ceritanya.

Sebagai salah satu sutradara yang terkenal juga di Indonesia, Hanung Bramantyo tak ketinggalan pula mencoba membuat film-film yang bernuansakan Islam. Seperti halnya kedua film yang diangkat dalam penelitian ini, yaitu film “Perempuan Berkalung Sorban” yang berlatarbelakang pondok pesantren pada era 1990-an dan film “Hijab” yang memiliki setting latar di kota metropolitan pada era modern seperti saat ini.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian kali ini dirasa perlu untuk melihat relasi gender dalam Islam. Mengingat film-film yang diangkat dalam penelitian kali ini bernuansakan Islam terutama pada film “Perempuan Berkalung Sorban” dan film “Hijab” yang dalam penggambaran tokoh dan jalan ceritanya menggunakan nuansa atau simbol Islam, walaupun diakui oleh Hanung Bramantyo bahwa film “Hijab” tidak kental tema religi nya.

Dalam ajaran Islam juga memperkenalkan konsep relasi gender yang mengacu kepada ayat-ayat Alqur’an. Karena misi pokok diturunkannya Alqur’an adalah untuk membebaskan manusia dari berbagai bentuk diskriminasi dan penindasan.⁴ Terdapat pada ayat-ayat Alqur’an di antaranya, perempuan yang berdasarkan mitos adalah sebagai “pelengkap” keinginan laki-laki (Nabi Adam) tiba-tiba diakui setara di depan Allah dan mempunyai hak dan kewajiban yang sama sebagai penghuni surga (QS.Al Baqarah,2:35), Allah menciptakan seorang laki-laki dan perempuan dengan tidak membedakannya atau tidak mendiskriminasi berdasarkan seksual, etnis, warna kulit (QS.Al Hujurat,49:13), Islam sejak awal menegaskan bahwa

¹ Garin Nugroho, dkk, *Krisis dan Paradoks Film Indonesia* (Jakarta: PT.Kompas Media Nusantara, 2015), hal.265.

² www.dakwatuna.com, diakses pada 19 November 2015

³ www.muvila.com, diakses pada 19 November 2015.

⁴ Sri Suhandjati Sukri, *Pemahaman Islam dan Tantangan Keadilan Jender*,.....hal.15.

diskriminasi peran dan relasi gender adalah salah satu pelanggaran hak asasi manusia yang harus dieliminir (QS. An Nisa,4:75).

Laki-laki dan perempuan mempunyai hak dan kewajiban yang sama dalam menjalankan peran sebagai *khalifah* di muka bumi ini dan hamba Allah SWT. Tidak terdapat ayat atau hadis yang melarang kaum perempuan untuk aktif dalam berbagai profesi seperti yang dapat dilakukan oleh laki-laki. Pendapat umum yang mengatakan bahwa perempuan harus di dalam rumah, mengabdikan pada suami, dan hanya mempunyai peran domestik, terjadi akibat belum dipahaminya konsep relasi gender yang sesungguhnya. Secara kodrat, dalam Alqur'an diakui adanya perbedaan laki-laki dan perempuan yaitu dalam aspek biologis yang masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan agar saling melengkapi. Perbedaan secara biologis antara laki-laki dan perempuan senantiasa digunakan untuk menentukan dalam relasi gender, seperti pembagian peran, hak, dan status nya dalam masyarakat.

Pada masa awal hadirnya Islam, kaum perempuan memperoleh kebebasannya, baik tetap dalam ranah domestik maupun menjangkau ranah publik, yang tadinya hanya menjadi milik laki-laki saja. Namun kenyataan tersebut tidak berlangsung lama karena banyak faktor, seperti dalam Alqur'an, kitab-kitab hadis, banyak memiliki tafsiran yang dipengaruhi oleh budaya lokal. Hal tersebut dapat berpengaruh terhadap pemberian batasan hak dan gerak kaum perempuan, kemudian adanya upaya melanggengkan tradisi patriarki yang menguntungkan kaum laki-laki. Berbagai nilai diarahkan dan digunakan untuk mempertahankan *status quo* pola relasi gender yang berakar dalam masyarakat.⁵ Hal itu terjadi cukup lama sehingga seolah-olah pola relasi gender adalah sudah kodratnya.

Isu mengenai gender yang berkembang di masyarakat memiliki berbagai penafsiran, sehingga masih sering terjadi kesalahpahaman tentang pengertian gender yang sesungguhnya. Seringkali gender disamakan dengan seks atau jenis kelamin. Berbicara soal gender hingga saat ini masih menjadi persoalan yang menarik, seperti halnya beberapa penelitian terdahulu yang masih banyak dilakukan dengan mengambil tema tentang relasi gender baik dalam kehidupan nyata maupun yang ditampilkan di media massa. Untuk memahami konsep gender, terlebih dahulu harus dapat membedakan antara

gender dan seks. Seks atau jenis kelamin adalah sesuatu yang telah melekat pada perempuan maupun laki-laki berdasarkan kodrat Tuhan yang tidak bisa ditukar, seperti laki-laki memiliki penis dan memproduksi sperma, seorang perempuan memiliki alat untuk menyusui, dan sebagainya. Identitas seks biologis tersebut ditentukan oleh ciri-ciri genetika dan anatomis.⁶

Sedangkan gender merupakan perbedaan peran atau perilaku laki-laki dan perempuan melalui proses sosial dan kultural yang panjang, bukan kodrat Tuhan, yang dapat dipertukarkan antara sifat perempuan dan laki-laki, bisa berubah dan berbeda dari waktu ke waktu, tempat ke tempat lain, suatu kelas ke kelas lain.⁷ Gayle Rubin sebagai tokoh yang pertama kali mempopulerkan konsep kesetaraan gender, juga mengungkapkan bahwa gender merupakan pembedaan peran perempuan dan laki-laki di mana yang membentuk adalah konstruksi sosial dan kebudayaan⁸, dibentuk berdasarkan pemahaman yang tumbuh dan berkembang di masyarakat, bukan bawaan sejak lahir atau faktor biologis.

Perkembangan tentang relasi gender dan perbedaannya sebenarnya tidak ada masalah, selama tidak menimbulkan ketidaksetaraan hubungan antara laki-laki dan perempuan yang sebagian besar dibentuk oleh perbedaan konstruksi sosial-budaya. Munculnya bentuk ketertindasan kaum perempuan oleh kaum laki-laki akibat dari gender yang hanya menguntungkan satu pihak, yaitu laki-laki, terjadi karena ketidakjelasan dan kesalahpahaman tentang pengertian gender yang berhubungan dengan usaha kaum perempuan dalam menyetarakan haknya.

Bukan menjadi sesuatu yang baru dan telah ada dalam sejarah panjang peradaban manusia bahwa kaum lelaki berada pada perannya di ranah publik dan kaum perempuan pada urusan rumah tangga atau domestikasi perempuan. Dengan *mindset* yang seperti itu, banyak yang menganggap bahwa domestikasi perempuan telah menjadi kodratnya. Marginalisasi perempuan yang muncul itu menunjukkan bahwa perempuan menjadi *the second sex* yang keberadaannya tidak begitu diperhitungkan.

⁶ A Gender Equity Project, Agriteam Canada, Cida, Indonesia, *Pelatihan Jender di Indonesia Inventarisasi*, (Jakarta: WSP, 1996), hal..51

⁷ Mansour Fakhri, *Analisis Gender & Transformasi Sosial* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1999), hal.8.

⁸ Riant Nugroho, *Gender dan Strategi Pengarus-utamaannya di Indonesia* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), hal.ix

⁵ Istisbyaroh, *Hak-Hak Perempuan; Relasi Jender menurut Tafsir Al-Sya'rawi* (Jakarta: Teraju, 2004), hal.xiv.

Para feminis sangat hati-hati dalam membuat perbedaan antara seks dan gender. Anggapan bahwa kaum perempuan selalu ada di ranah domestik menjadi kaum inferior, ditolak oleh para feminis yang berupaya melakukan pembebasan diri dari ketimpangan posisi kaum perempuan dibandingkan laki-laki dalam segala aspek kehidupan. Karena menurut pandangannya seks atau jenis kelamin berbeda dengan gender. Misalnya, bagi kaum perempuan memiliki peran gender dalam mengelola rumah tangga baik mendidik anak maupun urusan dapur, merupakan suatu konstruksi kultural dalam masyarakat tertentu. Karena jenis pekerjaan bisa dipertukarkan, maka kaum laki-laki dapat juga memerankan gender dalam urusan mendidik anak dan mengelola rumah tangga.

Persoalan gender dan seks yang hingga saat ini terdapat kesalahpahaman dalam membedakannya, mendapatkan perhatian dan peringatan pula dari Islam bahwa harus berhati-hati dalam memahami relasi seksual dan relasi gender. Relasi gender adalah sebuah konsep dan realitas sosial yang berbeda di mana pembagian kerja seksual antara laki-laki dan perempuan tidak didasarkan pada pemahaman yang bersifat normatif serta kategori biologis, namun pada kualitas kemampuan dan peran berdasarkan konvensi sosial.⁹ Konsep relasi gender lebih dinamis dengan mempertimbangkan variabel psiko-sosial yang berkembang, maksudnya seorang perempuan dapat berperan sebagai laki-laki, begitupun sebaliknya.

Bahasan mengenai relasi laki-laki dan perempuan dengan mengacu pada suatu ajaran, dapat menimbulkan perbedaan pendapat yang dipengaruhi oleh banyak faktor, baik tingkat pengetahuan, pendidikan, budaya, dan kondisi sosial masyarakat saat itu, begitu juga dalam memahami suatu teks dan bahasa dari suatu sumber ajaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gender menjadi wacana sosial yang membentuk cara pandang manusia mengenai peran laki-laki dan perempuan dalam menjalin relasinya. Pemahaman mengenai gender dalam masyarakat masih terdapat berbagai macam penafsiran. Maka itu perbedaan antara gender dengan jenis kelamin (seks) sangat penting, karena selama ini masih terdapat pencampuradukan ciri-ciri manusia yang berdasarkan kodrat Tuhan dan yang bersifat bukan kodrat (gender). Perbedaan peran tersebut sangat

membantu untuk memikirkan kembali tentang pembagian peran yang selama ini dianggap telah melekat pada manusia perempuan dan laki-laki untuk membangun gambaran relasi gender yang dinamis dan tepat dengan kenyataan yang ada dalam masyarakat.

Meskipun gender dapat dipertukarkan dan bukan kodrat Tuhan, tetapi secara historis telah membawa pada pemahaman bahwa kaum perempuan sebagai pihak subordinat. Yaitu menempatkan perempuan pada posisi yang tidak penting karena anggapan perempuan selalu mengedepankan perasaan atau sisi emosionalnya sehingga tidak dapat menjadi seorang pemimpin dan lebih tepat berada pada peran domestik saja. Hal tersebut juga didasari karena adanya *mindset* yang sangat kaku dan konservatif di sebagian masyarakat, yaitu *mindset* tentang pembagian peran antara laki-laki dan perempuan adalah sudah ditakdirkan dan tidak perlu untuk diubah (misalnya kodrat perempuan adalah mengasuh anak, kodrat laki-laki mencari nafkah). *Mindset* tersebut masih terus berlaku di sebagian masyarakat, meskipun mengabaikan fakta seperti, tidak sedikit perempuan Indonesia yang menjadi Tenaga Kerja Wanita (TKW) ke luar negeri dan mengambil alih tugas suami sebagai pencari nafkah utama.¹⁰

Film “Perempuan Berkalung Sorban” dan “Hijab” merupakan film yang sarat dengan simbol-simbol kehidupan. Penelitian yang bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan penggambaran tokoh perempuan dalam relasi nya dengan tokoh laki-laki pada film “Perempuan Berkalung Sorban” dan “Hijab”, menggunakan analisis teks semiotika Roland Barthes menghasilkan beberapa hal yaitu posisi dan peran tokoh laki-laki dan perempuan dalam menjalin relasinya, terutama posisi yang melekat pada perempuan dalam berbagai bidang kehidupan.

Dalam film “Perempuan Berkalung Sorban” relasi gender yang terjalin antara tokoh laki-laki dan perempuan masih dominan terdapat ketimpangan. Terutama pada tokoh perempuan mempunyai beberapa peran dan posisi yang seringkali dianggap tidak penting, termarginal, sehingga mereka sering merasa tertekan bahkan mengalami kekerasan. Begitupun pada film “Hijab”, ketergantungan perempuan terlihat sangat besar terhadap laki-laki sehingga menyebabkan tidak utuhnya identitas seorang perempuan. Budaya tampaknya masih

⁹ Nasaruddin Umar, *Argumen Kesetaraan Gender Perspektif Alqur'an* (Jakarta: Paramadina, 2001), hal.xx.

¹⁰ Ibid.,

memihak kepada laki-laki sebagai pemegang kekuasaan dan pemegang kebijakan, karena hanya didasarkan pada norma dan selera laki-laki, sehingga mengakibatkan mengakibatkan perempuan semakin terhimpit dalam budaya patriarki yang nyaris tidak cukup nyali untuk menggugat budaya yang sudah mengakar dan melembaga di masyarakat.

Walaupun demikian, ketika kaum perempuan mampu menunjukkan sikap yang bijaksana dan memberdayakan dirinya serta membuat lebih berperan dalam kehidupannya, maka saat itu perempuan akan mendapatkan tempat dari lingkungan atau komunitasnya. Serta bisa membuat perubahan pada relasinya dengan tokoh laki-laki, yang mana sebagai ayah, kakak laki-laki, maupun suami. Selain itu, perempuan akan dapat meraih "kebebasan" dan eksistensinya setelah keluar dari lingkungan yang melanggengkan budaya patriarki. Namun tetap kebebasan dalam menjalani hak-haknya tersebut berada pada koridor agama dan berdasarkan kesepakatan bersama antara laki-laki dan perempuan dalam relasinya.

Relasi gender yang terjadi pada film "Perempuan Berkalung Sorban" yang sesuai setting lokasi dan waktu film tersebut, yaitu digambarkan pada era konservatif pada sebuah lokasi pondok pesantren salaf menunjukkan adanya ketertindasan kaum perempuan dalam menjalani hak-haknya. Seperti perempuan tidak boleh menjadi pemimpin, membaca buku-buku modern, menunggang kuda, memberikan pendapatnya, melanjutkan pada pendidikan tinggi, dan harus patuh pada apapun yang diperintahkan suami sekalipun bertentangan dengan hati nurani, tidak berdasarkan kesepakatan bersama, dan ajaran agama (tidak ada kuasa untuk menentang). Tindakan yang dilakukan sosok perempuan dalam film tersebut adalah berusaha keluar dari tekanan ayah, kakak laki-laki, maupun suaminya, dengan diam-diam melanjutkan pendidikan tinggi, menyebarkan berbagai ilmu melalui buku-buku umum selain agama, dan menulis sebagai sikap berontak atas segala hak yang juga ingin didapatkan perempuan. Berbeda dengan film "Hijab" yang ada pada era kontemporer. Dalam film tersebut menggambarkan usaha kaum perempuan dalam mendapatkan haknya agar bisa bekerja atau mendapatkan pemasukan untuk rumah tangganya dengan cara diam-diam tidak diketahui oleh para suami, membuka bisnis *onlinefashion* hijab yang saat pada era saat ini sedang *booming* di kalangan muslimah.

Relasi gender yang ditampilkan pada kedua

film bertema Islam tersebut, memiliki kesamaan dalam bentuk ketimpangan gender. Namun terlihat perbedaan bentuk perlakuan tokoh laki-laki terhadap perempuan dalam relasinya. Hal tersebut dikarenakan setting waktu dan lokasi kedua film ini tidak sama, yakni para era konservatif dan kontemporer. Sehingga dalam usaha memperjuangkan untuk meraih hak-hak kaum perempuan pun berbeda sesuai dengan era yang berlangsung saat itu. Pada film Perempuan Berkalung Sorban, tokoh utama perempuan berusaha untuk dapat melakukan aktivitas atau kegiatan yang juga diperbolehkan oleh kaum laki-laki (menjadi pemimpin, menempuh pendidikan tinggi, bergaul dengan dunia luar selain terkungkung pada lingkungan pesantren) dan mendapatkan perlakuan yang sama dengan laki-laki (dapat memilih sesuatu yang disukai ataupun tidak, dihormati dan dihargai dengan tidak menggunakan kekerasan). Berbeda pada Film Hijab yang berada pada era kontemporer, menekankan pada ketimpangan bahwa wanita tidak boleh bekerja untuk meringankan beban suami, sekalipun mendapatkan penghasilan hanya melalui bisnis *online* yang tidak berada di lingkungan kantor. Hal tersebut membuat suami merasa malu jika istri mendapat pemasukan lebih besar dibanding suami dan semakin memudarnya perhatian pada suami juga anaknya.

KESIMPULAN

Pada kedua film bertema Islam ini, relasi gender antara tokoh utama perempuan dengan tokoh laki-laki sebagai ayah, suami, maupun kakak laki-lakinya, berakhir dengan kesepakatan bersama. Tokoh perempuan dalam film berhasil memperjuangkan hak-haknya untuk dapat dihargai dan mendapat dukungan atas pilihannya. Perempuan Berkalung Sorban, Anisa berhasil memperjuangkan haknya, mampu melawan penindasan terhadap kaum laki-laki yang membuat posisi perempuan termarjinalkan. Anisa mendapatkan kebebasan untuk memperoleh pendidikan dan pengalaman bekerja di luar pondoknya dan mengajarkan berbagai pengetahuan umum selain keagamaan dalam pondok. Yakni dengan didirikannya perpustakaan dalam pondok sebagai awal masuknya ide-ide pembaharuan di pesantren salafiyah tersebut. Dan dalam film Hijab, tokoh utama wanita mampu memperjuangkan haknya untuk bisa kembali menjadi perempuan yang mandiri, tidak bergantung pada pemberian suami dalam hal materi. Memiliki pekerjaan berupa bisnis online, yang bertujuan membantu pemasukan ekonomi rumah tangganya. Namun bentuk-bentuk

perjuangan para tokoh wanita dalam meraih hak yang sama dengan kaum laki-laki pada kedua film ini, tidak lepas dari koridor agama. Bagaimanapun kesetaraan yang telah diperoleh, laki-laki tetap pemimpin bagi kaum perempuan. relasi gender yang terjalin pada akhirnya yang terbaik adalah berdasarkan kesepakatan bersama antara kedua belah pihak, laki-laki dan perempuan, tetap menjalankan peran masing-masing dalam rumah tangga. Dalam hal ini tidak ada yang merasa dirugikan, demi kebaikan dalam rumah tangga masing-masing.

- Nugroho, Riant. 2008. *Gender dan Strategi Pengarus-utamaannya di Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Oakley, Ann. 1985. *Sex, Gender, and Society*. England: Gower Publishing Company.
- Melani, Friska. 2008. *Representasi Hubungan Laki-laki dan Perempuan dalam Lirik Lagu Grup Band Dewa 19*. Universitas Indonesia, Tesis, Tidak Dipublikasikan. Surabaya: Pusat Studi Gender IAIN Sunan Ampel Surabaya.
- Pawito. 2008. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKiS Pelangi Aksara.
- Rohimi, Primi. 2012. *Representasi Tokoh Perempuan dalam Film Indonesia Bertema Islam*. IAIN Walisongo Tesis, Tidak Dipublikasikan.
- Puspitawati, Herien. 2013. *Konsep, Teori, dan Analisis Gender*. Bogor: PT. IPB Press.
- Sasongko, Sri Sundari. 2009. *Konsep dan Teori Gender*. Pusat Pelatihan Gender dan Peningkatan Kualitas Perempuan BKKBN, 2009.
- Sukri, Sri Suhandjati, dkk. 2002. *Pemahaman Islam dan Tantangan Keadilan Gender*. Yogyakarta: Gama Media.
- Sobur, Alex. 2004. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Stokes, Jane. 2003. *How to do Media and Cultural Studies: Panduan untuk Melaksanakan Penelitian dalam Kajian Media dan Budaya*. Yogyakarta: Bentang Pustaka.
- Umar, Nasaruddin. 2001. *Argumen Kesetaraan Gender Perspektif Alqur'an*. Jakarta: Paramadina.
- Fakih, Mansour. 1999. *Analisis Gender & Transformasi Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ida, Rachmah. 2014. *Metode Penelitian Studi Media dan Kajian Budaya*. Jakarta: Kencana.

REFERENSI/DAFTAR PUSTAKA

- A Gender Equity Project, Agriteam Canada, Cida, Indonesia. 1996. *Pelatihan Jender di Indonesia Inventarisasi*. Jakarta: WSP
- Ashaf, Abdul Firman. 2007. *Perempuan dalam Konflik: Refleksi atas Pencitraannya di Media Film*, Jurnal Progress No.28, Th. XII, Juni, 2007. Bandar Lampung: FISIP Universitas Tulang Bawang.
- Agung, Arif S. 2001. *Hubungan Gender dalam Representasi Iklan Televisi*. Nirmana Vol. 3, No. 1, Januari 2001.
- Andrianto, Novan. 2018. *Pesan Kreatif Iklan Televisi Dalam Bulan Ramadan: Analisis Semiotika Iklan Bahagiannya adalah Bahagiaku*. Surabaya: Jurnal Studi Komunikasi.
- Andrianto, Novan. 2016. *Jam Prime Time Televisi Menjadi Dampak Psikologis bagi Anak dan Remaja (Analisis Sinetron "Anak Jalanan" RCTI)*. Surabaya: SCROLL Jendela Teknologi Informasi
- Andrianto, Novan, Verlita, Rike & Fuad Amsyari. 2018. *Content Analysis Television Program Featured with Title "Dunia Tanpa Batas" (Episode of Tiara Handicraft Embracing Persons with Disabilities With Social Entrepreneurs)*. Surabaya: International Conference on Information Technology Applications and Systems (ICITAS).
- Istibsyaroh. 2004. *Hak-Hak Perempuan; Relasi Jender menurut Tafsir Al-Sya'rawi*. Jakarta: Teraju.
- Karim, Abdul, dkk. 2005. *Perempuan Sutradara Kehidupan; di Tangan Dia Masa Depan Dunia* Surabaya: CV. Al Hikmah.
- Kholidah, Umi. 2013. *Relasi Gender dalam Perspektif Para Mufassir (Tinjauan atas Kepemimpinan Rumah Tangga)*. Jurnal Studi Gender Indonesia Vol.04 No.02 .
- Moch. Haqi Pamungkas, Karsam Karsam, Novan Andrianto. 2019. *Pembuatan Video Klip Bergenre Alternative Rock Berjudul "Tak Pernah Padam" Karya Dari Eka Prasetyawan*. Surabaya: Jurnal Art Nouveau
- Sudaryanto Andi, Karsam Karsam, Andrianto Novan. 2019. *Pembuatan Film Fiksi Bergenre Adventure Tentang Kepribadian Introvert Berjudul Merindu Sepi*. Jurnal Art Nouveau
- WEBSITE :**
www.dakwatuna.com
www.dream.co.id
www.muville.com
- *)Mahasiswa Magister Media dan Komunikasi, Universitas Airlangga

PENGEMBANGAN DESAIN PRODUK TAS KULIAH YANG EFISIEN BAGI MAHASISWA DESAIN DI STIKOM SURABAYA

Darwin Yuwono Riyanto¹, Hardman Budiarto², Faisal Fuadi Mahmud³

Fakultas Teknologi dan Informatika Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya

Email: ¹darwin@stikom.edu , ²hardman@stikom.edu , ³15420200017@stikom.edu

Abstrak: Salah satu sarana yang sangat dibutuhkan dalam dunia perkuliahan adalah tas, karena tas digunakan oleh mahasiswa untuk menyimpan barang-barang atau untuk membawa peralatan dan kebutuhan mahasiswa. berbagai macam jenis dan model tas yang ada di pasaran yang bisa menjadi pilihan bagi mahasiswa. Tetapi model tas yang paling banyak digemari oleh mahasiswa adalah tas model *backpack* ransel. Karena tas kuliah model *backpack* ransel dapat menyimpan segala kebutuhan dan peralatan kuliah. Bagi mahasiswa prodi desain peralatan kuliah yang harus dibawa sangat banyak dan beragam yaitu antara lain buku gambar, kertas gambar (A3) alat gambar, alat tulis, laptop, buku kuliah. Sehingga tidak jarang mahasiswa yang membawa 2 tas yaitu tas kuliah dan tas pipa gambar. Hal tersebut menyebabkan ketidak efisienan bagi mahasiswa di dalam membawa tas. Oleh karena itu timbulah gagasan penulis untuk merancang desain tas kuliah yang efisien bagi mahasiswa desain di Stikom Surabaya. Sehingga konsep dari perancangan ini adalah mengefisienkan tas kuliah yang bisa membawa semua peralatan dan kebutuhan kuliah bagi mahasiswa prodi desain.

Kata Kunci: Tas *backpack*, Bisban tali, *Helpfull*.

Abstract: *One of the facilities that are needed in the world of lectures is a bag, because the bag is used by students to store goods or to carry equipment and student needs. various types and models of bags on the market that can be an option for students. But the bag model that is most popular with students is the backpack model. Because the backpack model college backpack can store all the needs and equipment for college. For college study program design students who have to be brought in very many and varied, including drawing books, drawing paper (A3) drawing tools, stationery, laptops, lecture books. So it is not uncommon for students to carry 2 bags namely college bags and picture pipe bags. This causes inefficiency for students in carrying bags. Therefore arises the idea of the writer to design an efficient college bag design for design students at Stikom Surabaya. So the concept of this design is to streamline the college bag that can carry all the equipment and lecture needs for design study students.*

Keyword: *Bag backpack, Rope Bisban, Helpfull.*

Latar Belakang

Tas adalah salah satu *fashion* yang sangat penting untuk diperhatikan. Fungsinya tidak hanya untuk membawa kebutuhan kita saja, tetapi juga untuk menambah penampilan menjadi *stylish* (www.gotomall.com/articles). Untuk memilih produk *fashion* seperti tas selain fungsi, kenyamanan, desain yang selalu mengikuti zaman adalah hal yang sangat penting. Selain itu, pemakaian tas yang tepat juga mampu menunjang penampilan seseorang karena dapat meningkatkan *prestige* atau *image* bagi yang memakainya.

Jenis tas yang bisa kita pilih untuk digunakan di kampus biasanya disesuaikan dengan gaya hidup masing-masing mahasiswa. Model tas ada yang bermacam-macam, antara lain yaitu: *backpack*, *handbag*, *bucket bag*, *hobo bag*, *slingbag*. Ada beberapa mahasiswa yang lebih menyukai tas model *handbag*, sebagian lain menyukai model *slingbag*, tetapi bagi mahasiswa yang tidak suka ribet biasanya akan memilih tas model *backpack* (tas punggung). Tas model *backpack* ini, termasuk tas yang paling sering digunakan oleh mahasiswa baik laki-laki maupun perempuan. Terutama yang membawa laptop, buku tebal, buku gambar, kertas gambar, alat tulis, dan alat gambar.

Tas kuliah model *backpack* ransel dapat menyimpan segala perlengkapan dan juga peralatan kuliah. Di jaman yang sudah semakin modern dan dunia *fashion* yang sudah banyak berubah, juga ikut mempengaruhi desain tas *backpack* model ransel yang ada di pasaran. Dari model tas *backpack* ransel saja bisa ditemukan berbagai jenis tas yang berbeda-beda misalnya, tas gunung, tas sekolah, tas kuliah, tas kerja, dan tas untuk bepergian atau sekedar untuk jalan-jalan. Fungsi dan bagian dari tas *backpack* ransel dibuat dengan teknologi aman untuk menyimpan berbagai barang bawaan kuliah. Tas ransel *backpack* juga dibuat dengan komponen tas yang dapat membuat nyaman ketika dipakai oleh siapa saja. Bagian punggung dibuat dengan teknologi yang dapat membuat nyaman.

Dari semua yang telah dipaparkan diatas, tas merupakan salah satu sarana yang sangat dibutuhkan dalam dunia perkuliahan. Oleh karena itu penulis ingin berbuat sesuatu yang dapat bermanfaat dibidang pendidikan maupun bidang *fashion* terkini. Adapun salah satu hal yang ingin penulis perbuat dalam hal ini adalah mengembangkan desain produk tas kuliah yang efisien bagi mahasiswa program studi desain khususnya bagi mahasiswa prodi desain di Stikom Surabaya, yaitu tas model *backpack* ransel. Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, maka dapat diambil rumusan masalah, "bagaimana mengembangkan desain produk tas kuliah yang efisien bagi mahasiswa desain di Stikom Surabaya?".

Desain Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Penelitian kualitatif sebagai penelitian yang melibatkan analisis data berupa deskripsi dan data tersebut tidak secara langsung dapat di kuantifikasi. Jenis penelitian ini berupaya untuk mentransformasi objek penelitian ke dalam bentuk yang dapat dipresentasikan seperti catatan lapangan (*field note*), hasil *interview*, percakapan, foto-foto, rekaman, dan memo. Metode kualitatif ini digunakan pada penelitian dengan kondisi objek yang alamiah bukan eksperimental (Indrawati, 2015: 2).

Sekaran dan Bougie (2010: 422), menuliskan penelitian kualitatif sebagai *research involving analysis of data/information that are descriptive in nature and not readily quantifiable, yang diartikan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang melibatkan analisis data atau informasi yang aslinya bersifat deskriptif dan tidak secara langsung dapat dikuantifikasikan. Pengkuantifikasian data kualitatif dilakukan dengan pemberian kode atau kategori.*

Teknik Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan memiliki peranan yang sangat penting untuk mengetahui garis besar permasalahan yang dihadapi dalam mengembangkan desain produk. Tujuan dari langkah pengumpulan data adalah demi mendapatkan data yang valid sehingga hasil dan kesimpulan penelitian pun tidak akan diragukan kebenarannya. Pengumpulan data kualitatif harus dilakukan meminimalkan pengurangan data (*reduction*) data. Tujuan pengumpulan data dalam penelitian kualitatif adalah untuk mendapatkan dan membuat catatan yang komprehensif terkait apa yang dikatakan atau dilakukan obyek penelitian dan atau narasumber. (Indrawati, 2018: 168).

Observasi.

Metode observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. observasi dengan peneliti langsung turun ke lapangan untuk mengamati perilaku dan aktivitas individu-individu di lokasi penelitian disebut dengan Observasi kualitatif. Dalam pengamatan ini, dilakukan kegiatan merekam dan mencatat dengan baik secara terstruktur maupun semistruktur aktivitas ini di lokasi penelitian. (John Creswell, 2016: 254)

Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang menggunakan pertanyaan secara lisan kepada responden atau narasumber. Wawancara dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan

terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. (Moleong, 2016: 186). Dalam wawancara ini telah menggali lebih dalam dari beberapa sumber yang diperoleh dari observasi.

Studi Literatur

Studi literatur dilakukan dengan cara mencari referensi literatur, buku, atau teori-teori yang diperlukan dari berbagai wacana yang berkaitan dengan penyusunan laporan dan mempelajari peraturan-peraturan yang berhubungan dengan penelitian sehingga mampu untuk menunjang keabsahan data yang diperoleh dilapangan. Pada metode ini menggunakan berbagai macam literatur yang berhubungan dengan pengembangan desain produk tas kuliah yang efisien bagi mahasiswa desain.

Studi Eksisting

Metode eksisting merupakan metode pengumpulan data dengan cara mempelajari produk tas *backpack* yang sudah ada. Hal ini dimaksudkan untuk mencari kelemahan kemudian untuk diubah menjadi kekuatan produk tersebut.

Studi Kompetitor

Studi kompetitor adalah pengumpulan data dengan cara mempelajari dan membandingkan produk tas *backpack* yang diteliti dengan tas *backpack* kompetitor. Hal ini dimaksudkan untuk mencari kelemahan produk kompetitor untuk diubah menjadi kekuatan tas *backpack* yang akan dikembangkan.

Dokumentasi

Dokumentasi adalah sebuah cara yang dilakukan untuk menyediakan dokumen-dokumen dengan menggunakan bukti yang akurat dari pencatatan sumber informasi. Metode dokumentasi pada penelitian ini dilakukan dengan cara mendokumentasikan semua yang berkaitan dengan tas kuliah yang digunakan mahasiswa prodi desain, proses pembuatan tas kuliah, yang semuanya dapat menunjang kebutuhan data peneliti baik secara tertulis, video, foto dan berkas yang membantu mendapatkan informasi. Metode dokumentasi merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh semua informasi berupa gambar yang berkaitan dengan media produk.

Analisis SWOT dan *Keyword*

Metode ini dilakukan dengan cara menggabungkan berberapa kekuatan yang akan membantu dalam proses perancangan penelitian. Adapun hasil analisis SWOT adalah sebagai berikut :

Tabel Analisis SWOT

Internal	Strength	Weakness
Eksternal	1. Bentuk tas <i>backpack</i> persegi panjang yang melengkung di setiap sudutnya. 2. Memiliki material kain Cordura, Eksatek, Parasit. 3. Memiliki bisban tali di bagian bawah tas untuk tempat pipa gambar. 4. Memiliki aksesoris yang berfungsi. 5. Warna yang digunakan adalah perpaduan warna yang pas yang menggambar kan kemandirian dan keberanaian.	1. Kekuatan tas belum maksimal dan belum mencapai ergonomi dan antropometri yang pas. 2. Desain tas masih standart dan belum berkesan modern. 3. Variasi bisban tali tidak berfungsi kalau tidak membawa tas pipa.
	Opportunity (peluang) 1. Belum memiliki tempat untuk menaruh kertas gambar	Strategi S-O Merancang desain tas <i>backpack</i> yang memiliki bisban tali sebagai bagian

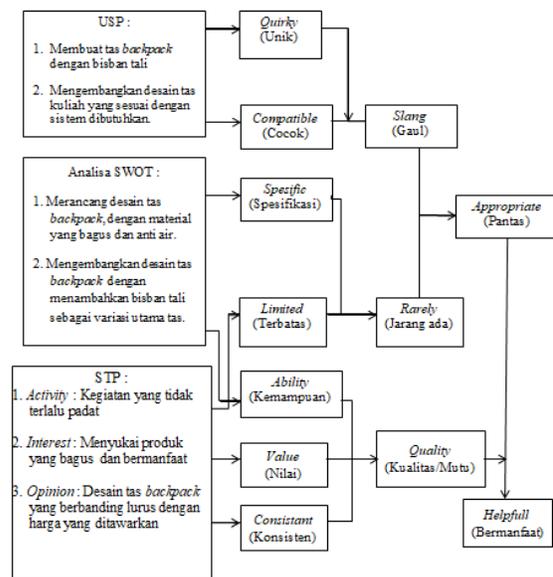
<p>A3 (pipa gambar).</p> <p>2. Belum memiliki tempat – tempat khusus untuk menaruh pernik – pernik kebutuhan mahasiswa.</p>	<p>tas dengan kompartemen yang penting bagi tas</p>	<p>tali di bagian bawah tas.</p>
<p>Threat</p> <p>1. Bentuk tas persegi panjang dengan sudut yang melingkar atau lengkung membuat tas dapat menampung banyak semua peralatan untuk kuliah.</p> <p>2. Memiliki ergonomi dan antropometri yang sudah sesuai dengan pengguna.</p> <p>3. Memiliki bahan material yang kuat dan anti air (<i>waterproof</i>)</p> <p>4. Kombinasi warna yang cerah yang membuat produk dapat terlihat jelas.</p>	<p>Strategi S-T</p> <p>Merancang tas <i>backpack</i> dengan menggunakan material yang kuat dan <i>waterproof</i> yakni kain cordura, eksatek dan parasit.</p>	<p>Strategi W-T</p> <p>Mengembangkan desain tas <i>backpack</i> agar terlihat lebih menarik dari segi warna dan bentuk.</p>

<p>Strategi Utama</p>	<p>Mengembangkan desain tas <i>backpack</i> dengan bisban tali sebagai aksesoris utama, dan aksesoris yang dapat menambah fungsi tas serta menciptakan ergonomi maupun antropometri yang tepat bagi mahasiswa desain di Stikom Surabaya.</p>
------------------------------	--

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2019

Keyword

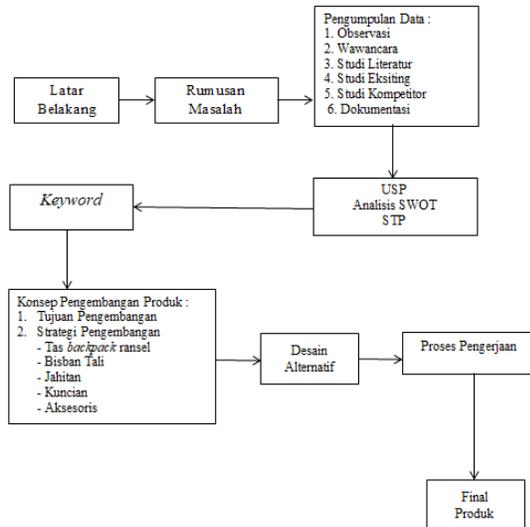
Berikut pemilihan *keyword* berdasarkan data dari analisa STP, SWOT, USP.



Gambar Keyword

Sumber : Hasil Olahan Peneliti.

Alur Perancangan Karya



Gambar Alur Perancangan Karya

Sumber : Hasil Olahan Peneliti.

Perancangan Kreatif

Tujuan Kreatif

Tujuan dari pengembangan produk tas kuliah ini adalah untuk meningkatkan efisiensi pemakaian tas kuliah khususnya bagi mahasiswa desain.

Strategi Kreatif

Pada proses pengembangan produk tas kuliah ini disusun dari penggabungan antara ilustrasi dan produk yang akan ditampilkan secara menarik serta sistem penggunaan yang praktis. Karena tema yang diangkat penulis adalah bagaimana mengembangkan desain produk tas kuliah yang efisien bagi mahasiswa desain, maka pengembangan desain tas kuliah ini adalah dengan menambahkan aksesoris yang berupa bisban tali yang ditaruh di bagian bawah tas, dan dibagian samping kanan kiri tas diatas *pocket* yang mana aksesoris tersebut dibuat untuk difungsikan sebagai tempat untuk menaruh pipa gambar yaitu dengan cara ditali sehingga memudahkan mahasiswa untuk membawa pipa gambar tersebut. Sehingga hanya dengan membawa satu tas yaitu tas *backpack* ransel, mahasiswa sudah bisa membawa semua peralatan atau kebutuhan kuliah dengan efisien dan nyaman.

Pengembangan desain tas kuliah ini dibuat dengan model yang sangat bersahabat yaitu dengan aksesoris yang memang dibutuhkan dan mengurangi penggunaan bagian-bagian aksesoris yang kurang tepat untuk mahasiswa.

Desain

Alternatif Desain

1. Alternatif Desain 1



Gambar Alternatif 1

Sumber : Olahan Peneliti

Desain Alternatif 1 adalah desain tas *backpack* yang dibagian bawah tas diberi aksesories bisban tali sebanyak 2 bisban tali yang fungsinya untuk menaruh pipa gambar, supaya lebih efisien dalam membawa tas. Selain itu di bagian dalam tas juga ada banyak tempat untuk menyimpan berbagai peralatan dan kebutuhan kuliah.

2. Alternatif Desain 2



Gambar Alternatif 2

Sumber : Olahan Peneliti

Desain alternatif 2 adalah tas *backpack* yang dibagian samping kanan dan kiri, tepatnya terletak diatas *pocket* samping kanan dan kiri diberi aksesoris bisban tali yang fungsinya untuk menaruh botol minuman, atau juga pipa gambar. Sehingga efisiensi dalam membawa peralatan pipa gambar bisa diletakkan di bagian samping tas yang ada bisban tali.

3. Alternatif Desain 3

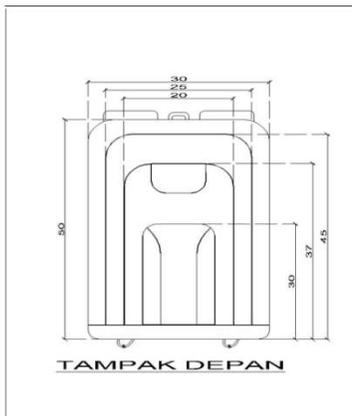


Gambar Alternatif 3
Sumber : Olahan Peneliti

Desain alternatif 3 ini adalah gabungan dari alternatif 1 dan alternatif 2 yaitu desain tas *backpack* yang ada tambahan aksesories bisban tali yang ditaruh di bagian bawah tas dan bagian samping kanan dan kiri tas. Tambahan aksesories ini fungsinya juga sama yaitu untuk menaruh pipa gambar. Jadi ada pilihan dalam menaruh pipa gambar, yaitu bisa ditaruh di bageian bawah atau di bagian samping tas. Tujuannya sama yaitu supaya mahasiswa bisa lebih efisien dalam menggunakan tas kuliah.

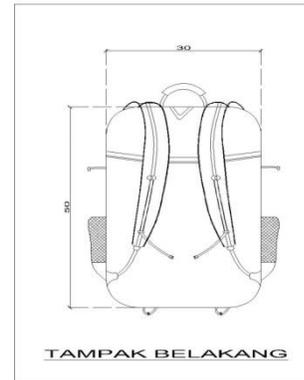
Gambar Teknik

1. Gambar Teknik Tampak Depan



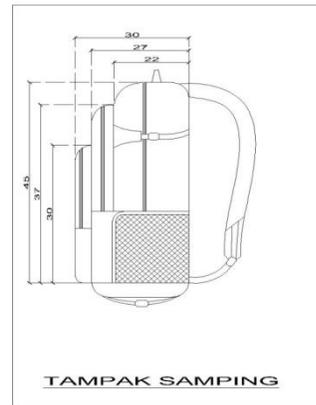
Gambar Teknik Tampak Depan
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2019

2. Gambar Teknik Tampak Belakang



Gambar Teknik Tampak Belakang
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2019

3. Gambar Teknik Tampak Samping



Gambar Teknik Tampak Samping
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2019

Final Produk



Gambar Final Produk Tas Tampak Depan
Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2019



Gambar Final Produk Tas Tampak Samping
Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2019



Gambar Final Produk Tas Tampak Belakang
Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2019

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan dari pengembangan desain produk tas kuliah yang efisien bagi mahasiswa desain di Stikom Surabaya adalah sebagai berikut:

1. Penambahan bisban tali pada tas *backpack* dibagian bawah tas dan di bagian samping kanan dan kiri tas tepatnya diatas *side pocket*, diharapkan bisa memudahkan mahasiswa dalam membawa pipa gambar.
2. Terdapat pengembangan desain dalam hal ini adalah desain tas kuliah dengan mempertimbangkan nilai efisiensi dan ergonomis sehingga mampu meningkatkan nilai produk.
3. Penggunaan material dan pengembangan desain bisa menambah keamanan dan kenyamanan pada mahasiswa dalam membawa semua peralatan kuliah.

Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan penelitian mengenai pengembangan desain produk tas kuliah, ada beberapa saran yang diberikan untuk pengembangan tas kuliah yang lain agar lebih baik yaitu :

1. Pemilihan sistem jahitan dan aksesoris harus sesuai dengan kegunaan produk karena secara langsung bisa mempengaruhi kualitas tas itu sendiri.
2. Pemilihan model, desain, warna, dan material sedapat mungkin bisa mengikuti tren karena produk tas tersebut adalah tas kuliah.
3. Pertimbangan terhadap desain demi keamanan dan kenyamanan pengguna saat produk digunakan.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Arikunto, Suharsimi, 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Creswell, John, 2015. *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Creswell, John, 2016. *Research Design Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dudung, Agus, 2012. *Merancang Produk*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Indrawati, 2018. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Moleong,L.J, 2016. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. Edisi Revisi.
- Nurmianto, Eko, 1996. *Ergonomi Konsep Dasar dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Candimas Metropole.
- Palgunadi,Bram, 2007. *Disain Produk 1*. Bandung, ITB.
- Palgunadi, Bram, 2008. *Disain Produk, Analisis dan konsep Desain*, Bandung: ITB.
- Santoso, Gempur, 2004. *Ergonomi Manusia, Peralatan dan Lingkungan*. Jakarta: Prestasi Pustaka.
- Sugiono, 2011. *Metode Penelitian, Kuantitatif, Kuantitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutama, 2015. *Metode Penelitian Pendidikan, Kuantitatif, Kualitatif, PTK, R&D*. Surakarta: Fairuz Media.
- Wignjosoebroto,Sritomo, 2006. *Ergonomi Studi Gerak dan Waktu*. Surabaya: Prima Printing.

Wawancara:

- Cholis (2019,Maret 6) Pemilik UD. Yulia Jaya (pengrajin tas Mojokerto. (Faisal F.M, interviewer)
- David (2019 Maret,2) Tukang jahit/ bagian produksi UD. Yulia Jaya (Faisal F.M interviewer).
- Khoyum (2019, Meret 2) Tukang potong / bagian produksi UD. Yulia Jaya (Faisal F.M interviewer)
- Wiwit (2019, Maret 6) Desainer UD. Yulia Jaya (Faisal F.M Interviewer).

Sumber Dari Internet:

Atribut Produk Menurut Muchlisin
(www.kajianpustaka.com/2018)

Arti warna dalam Psikologi warna
(www.kapanlagi.com/2019/01/04)

Ergonomi Tas Recieved from backpacks.global/id/ergonomic. Panduan Ransel Ergonomis (2018,27 Desember)

Mengenal Bahan Kain Cordura
(<https://www.bahankain.com/2014/08/16>)

Macam – macam Bagian Parts Ransel dan Fungsinya. (2017, April 1). Retrieved

Mengenal Cordura Bahan Pembuatan Tas.
(<https://www.wadezig.com>)

Pengertian Budaya
(www.wikipedia.org/wiki/Budaya)

Pengertian Efisien (www.salamadian.com)

Perbedaan Fahion dan Style. Retrieved from/<http://lajavastyle.com/posted> on September. 2016

Sejarah dan Pengertian Fashion
(<http://nurrulmuayadah.91.com/2014/03>)

Teori Analisis Trend Menurut Para Ahli
(www.galinesia.com/2017/11)

PENYUTRADARAAN DAN *EDITING* DALAM PEMBUATAN FILM ANIMASI 3D BERGENRE *ACTION* BERJUDUL “BEDA”

Mega Pandan Wangi¹, Muhammad Hanif Taquiuddin²
Fakultas Teknologi dan Informatika Institut Bisnis dan Informatika
Stikom Surabaya

Email: [1pandan@stikom.edu](mailto:pandan@stikom.edu), [215510160020@stikom.edu](mailto:15510160020@stikom.edu)

Abstrak: Tujuan yang ingin dicapai dalam Tugas Akhir ini adalah menghasilkan Film Animasi 3D bergenre *Action* Berjudul “BEDA”. Tugas Akhir ini akan menggunakan tema Perbedaan ras atau Rasisme, dengan cerita tentang kondisi yang akan terjadi jika terus ada pertentangan karena perbedaan. Karya ini dibuat karena semakin banyaknya kasus tentang pertentangan perbedaan ras (SARA) yang semakin hari semakin parah. Perbedaan ras ini terjadi kebanyakan karena dilatar belakangi oleh keinginan individu atau kelompok yang ingin menjadi yang terbaik dari ras, individu atau kelompok lainnya. Ras merupakan suatu pengkategorian atau pengkelompokan manusia berdasarkan ciri fisik tubuh. Tugas Akhir ini akan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara, studi literatur, observasi, dan studi eksisting. Dalam film animasi 3D ini akan menggunakan alur maju mundur, menampilkan cerita *Fantasy* dengan genre *action* dan dipadukan dengan efek visual ilusi digital, dengan fokus cerita antara 2 karakter yaitu tokoh utama pria “N” dan tokoh utama wanita “Tuan Putri” yang berjanji untuk mengakhiri perang, berdurasi 12 menit. Dengan dibuatnya film pendek ini, diharapkan dapat menambah wawasan masyarakat tentang arti dari perbedaan ras dan dapat saling menghargai perbedaan.

Kata kunci: Film Animasi 3D, Perbedaan, *Action*.

Abstract: *The objective to be achieved in this Final Project is to produce an Action Animation 3D Film titled "DIFFERENT". This Final Project will use the theme of Racial Differences or Racism, with stories about conditions that will occur if there continues to be conflict due to differences. This work was made because of the increasing number of cases of racial differences (SARA) that are getting worse and worse. This racial difference occurs mostly because it is motivated by the desires of individuals or groups who want to be the best of other races, individuals or groups. Race is a categorization or grouping of humans based on the physical characteristics of the body. This Final Project will use qualitative research methods using data collection techniques in the form of interviews, literature studies, observations, and existing studies. In this 3D animated film, it will use the back and forth flow, displaying Fantasy stories with action genres and combined with visual effects of digital illusions, focusing on stories between 2 characters namely the main character "N" and the female lead character "Princess" who promised to end the war, lasted 12 minutes. With the creation of this short film, it is hoped that it can add insight into the meaning of racial differences and can respect differences.*

Keywords: 3D Animation Film, Difference, *Action*.

METODE

Tugas Akhir ini dikerjakan oleh 1 tim yang terdiri dari 2 mahasiswa, satu mahasiswa berperan sebagai sutradara dan editor yang ke dua berperan sebagai modeler dan animator dalam pembuatan film ini. Hal utama yang diinginkan dalam Tugas akhir ini adalah membuat film animasi 3D bergenre *action* berjudul “BEDA” berceritakan tentang perang karena perbedaan ras. Penulis berperan sebagai sutradara dan editor, berkeinginan untuk membuat film animasi berbasis 3D bergenre *action* berjudul “BEDA”. Hal ini dilatar belakangi karena kondisi masyarakat akhir akhir ini sering terjadi perpecahan karena perbedaan. Sumber berita dari “Jakarta, Kompas.com. Komisioner Komnas HAM Munafrizal Manan menuturkan, pihaknya masih menemukan konflik yang dilatar belakangi perbedaan suku, agama, ras, dan antargolongan (SARA) pada Pilkada 2018.

Hal tersebut diungkapkan Munafrizal dalam Evaluasi Pelaksanaan Pilkada 2018 dalam Perspektif HAM di kantor Komnas HAM, Jakarta, Senin (6/8/2018). “Dalam pilkada kemarin masih terdapat konflik di beberapa daerah, karena perbedaan pilihan yang dilatarbelakangi agama dan etnis (SARA),” ujar Munafrizal melalui suara pers” (<https://nasional.kompas.com>). Jadi dapat disimpulkan bahwa masih adanya konflik-konflik dengan unsur perbedaan ras yang mengakibatkan perpecahan. Rasisme adalah sebuah keyakinan kelompok yang beranggapan bahwa mereka adalah kelompok ras yang paling unggul dari ras lainnya. Rasisme juga merupakan perkembangan ideologi yang berakar dari konflik sosial perbedaan ras. (Hafizh, 2016: 177). Fredrickson (2002: 9) yang dikutip dalam jurnal (Hafizh, 2016: 179) Menjelaskan rasisme yaitu: sebuah keyakinan yang memiliki 2 komponen, perbedaan dan kekuasaan, ini berasal dari sikap mental tentang pandangan orang lain berbeda dengan rasnya dengan permanen tanpa ada jembatan.

akhirnya dengan perasaan itu menginspirasi ras yang lebih unggul untuk menguasai dan mendominasi masyarakat ras lain. Hal ini terjadi selama berulang-ulang saat ras-ras yang berbeda bertemu dan bersaing. Ideologi dan institusi neokolonialisme tersebut memproduksi dan menegosiasikan secara hegemonik tentang keyakinan keunggulan ras membuat masalah rasisme akan sangat sulit untuk diselesaikan seperti halnya meluruskan benang kusut. Sniderman (1991: 423) mengatakan rasisme tidak akan hilang nantinya akan digantikan oleh rasisme

bentuk baru yang seolah-olah tidak rasis. film menurut Ahazrina dalam jurnal (Matahari, Karsam, & Andrianto, 2019) merupakan gambar bergerak yang menggunakan media penyimpanan seperti kaset, CD, atau ben-tuk digital lainnya.

Film animasi ini menggunakan genre *action* atau aksi yang merupakan sebuah genre film yang menampilkan banyak aksi-aksi laga yang seru dan menegangkan membuat genre satu ini merupakan genre yang sedang populer akhir-akhir ini, dan juga sebagai produk unggulan film-film Hollywood (Krisna, 2016: 221). Genre ini terkenal karena memiliki aksi-aksi laga yang seru untuk ditonton dan juga adanya tokoh pahlawan atau protagonist memberi kesan mendalam dan inspirasi kepada orang yang menonton, dalam film action juga terdapat *villain* atau tokoh penjahat yang berperan seram, kejam, licik. Film action tanpa adanya penjahat dan pahlawan tidak akan seru dan tidak lengkap.

Penjahat dalam film action merupakan tokoh antagonis yang nantinya dilawan dan biasanya kalah di akhir filmnya. Penulis menggunakan film Animasi yang sekarang merupakan salah satu media visual yang patut diperhitungkan karena hampir semua media visual menggunakan animasi walaupun hanya sebagai tambahan visual, tetapi efek yang ditimbulkan luar biasa. Animasi mampu memberikan kesan tersendiri pada penontonnya, karena mampu menciptakan hal yang di luar akal sehat sesuai imajinasi pembuat animasi.

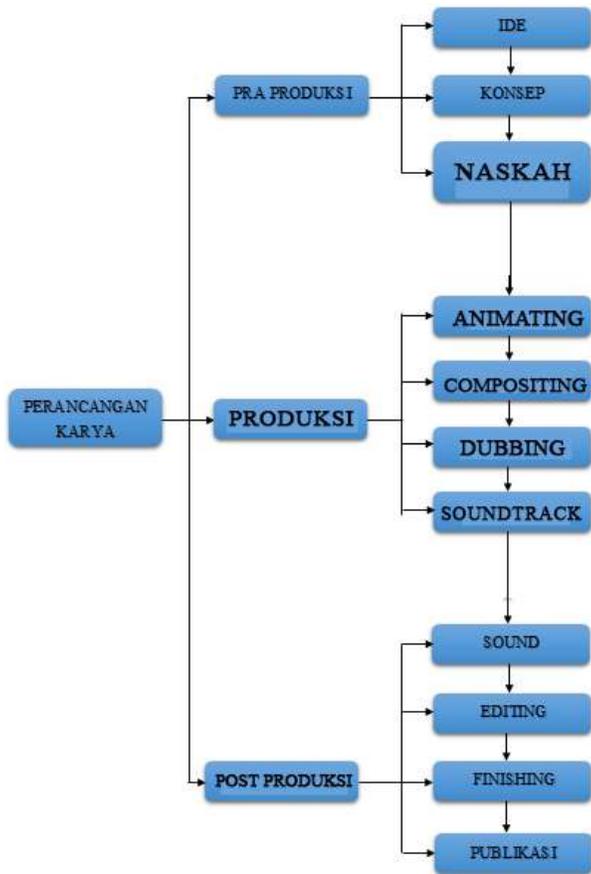
Dengan tambahan Efek *digital illusion* yang merupakan sebuah efek permainan ilusi digital di dalam aplikasi komputer yang membuat suatu hal yang tidak ada jadi ada, contoh seperti menambahkan efek api di dalam ruangan kosong. Selain membuat animasi 3D menjadi nyata efek ini dipilih untuk mendukung film dengan genre *action* yang penulis atau sutradara inginkan. Berdasarkan latar belakang di atas, permasalahan dalam pembuatan film animasi 3D bergenre *action* Berjudul “BEDA”. Dengan menggunakan metode yang Kualitatif, karena berdasarkan Studi Literatur, Wawancara dan Studi Eksisting.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data yang dicari, berikut adalah hasil dan pembahasan dalam penciptaan film animasi 3D bergenre *action* berjudul “BEDA”, mulai dari proses pra produksi, produksi dan pasca produksi. mulai proses pra produksi yang terdiri dari pembuatan naskah (ide, konsep,

sinopsis, skenario, *treatment*, dan *storyboard*), dan manajemen produksi yang terdiri dari *list* karakter, anggaran biaya, dan jadwal kerja. Lalu juga produksi dan pasca produksi. Seperti pada gambar di bawah ini.

film animasi 3D:



Gambar 1. Konsep Perancangan Karya
(Sumber: Olahan Penulis).

1. Pra Produksi

Pada proses ini ada hal-hal yang harus dilakukan, yaitu:

a. Ide cerita

Ide dalam film animasi 3D ini berasal dari keinginan penulis untuk membuat film genre *action* yang mana genre tersebut selalu penulis tonton hampir setiap saat menonton film, film *action* selalu menampilkan adegan-adegan aksi yang seru, dan menantang sebagai menu utama dari film itu. Umumnya film *action* menampilkan sebuah kisah perang, aksi, dan lain lain yang amat seru ditonton dan juga memberikan pesan tentang pantang menyerah, buruknya perpecahan, pertemanan atau persahabatan. Dalam hal ini maka penulis menggunakan genre

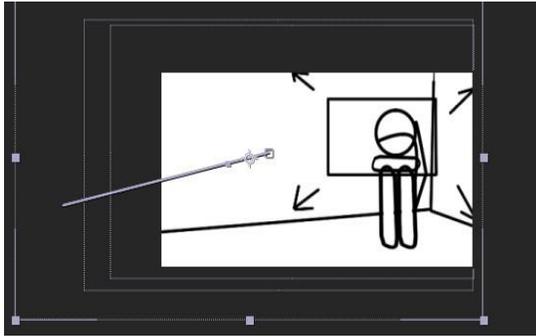
action untuk mengangkat cerita tentang perbedaan khususnya perbedaan ras (*rasisme*) yang berakhir mengakibatkan perang kubu, dikemas dengan sudut pandang pihak ke 3 atau korban dari perang, yang mana perang selalu membuat kekacauan yang menyebabkan kerugian bahkan korban nyawa berjatuhan. *Rasisme* sendiri merupakan sebuah konsep keyakinan kelompok yang menyatakan bahwa ras/kelompoknya lah yang paling hebat, hal itu menyebabkan adanya perbedaan kasta dan akhirnya ras yang minoritas atau sedikit atau lebih lemah akan ditindas, dikucilkan, dan kemungkinan terburuk akan diperbudak. Dari latar belakang itu penulis menggabungkan 3 hal tersebut yaitu *action*, perang dan *rasisme* dalam bentuk film animasi 3D bergenre *action* berjudul "BEDA".

b. Konsep

Film animasi 3D ini dikemas dengan menggunakan alur maju mundur dimana nantinya film ini menggunakan *scene flash back* secara terpisah untuk menjelaskan alasan kenapa hal itu bisa terjadi, *flash back* dipisah supaya penonton tidak langsung tahu ceritanya, juga supaya penasaran tentang cerita selanjutnya, dimulai dengan pertanyaan tentang perbedaan lalu menuju keakhir perang dunia sihir dengan keadaan tokoh utama yaitu "N" dan tokoh utama wanita yaitu "Tuan Putri" bertemu dan bertarung, fokus cerita akan berfokus ke N dan Tuan Putri nantinya setiap adegan akan memiliki pesan tentang tema yaitu perbedaan ras (*rasisme*) untuk menambah ketertarikan penonton.

Akan ada 3 karakter didalam film tokoh utama bernama "N", tokoh utama wanita bernama "Tuan Putri" dan peran pembantu bernama "Wakil" setiap karakter memiliki pengisi suaranya atau disebut *dubber* sebagai ganti aktor, Tuan Putri disuarakan oleh wanita dengan karakter yang memiliki kecenderungan pesimis dan pemaarah, karakter Tuan Putri adalah penyihir terkuat didunia yang dikurung di kamarnya supaya dia tidak dimanfaatkan, lalu N akan disuarakan oleh laki-laki yang bersifat serius dan jahat yang mana karakter N berperan sebagai karakter kunci dan bertemu Tuan Putri setelah itu mereka berjanji untuk mengakhiri perang, dan Wakil disuarakan oleh laki-laki *ekstrovet* atau bersifat terbuka, wakil merupakan teman dari N dan salah satu orang terpercayanya yang akan membantu

menyelesaikan janji N kepada Tuan Putri. Dengan



konsep perang didunia sihir maka akan menggunakan *editing visual effect digital illusion* untuk membuat film semakin seru dan terlihat nyata.

Gambar 2. Storyboard.
(Sumber: Olahan Penulis)

c. Sinopsis

Cerita tentang perang di dunia sihir yang sudah terjadi lebih dari 100 tahun, mengisahkan tentang pertemuan

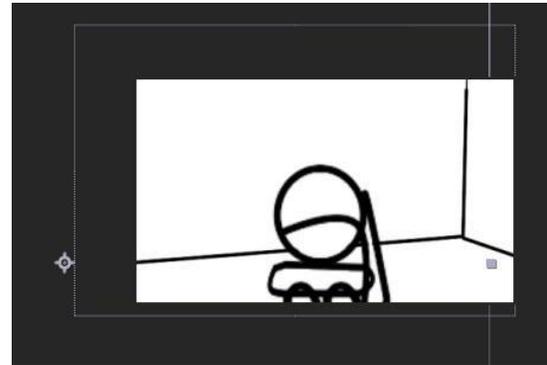
dan perpisahan 2 (dua) orang yang saling berjanji untuk mengakhiri perang. 2 (dua) orang tersebut adalah N dan Tuan Putri. Awal kisah adalah puncak dari perang. N dan Tuan Putri akhirnya bertemu lagi setelah perjanjian mereka, tetapi posisi mereka sekarang terbalik bukan sebagai kawan tetapi sebagai lawan. Tuan Putri mencoba menghentikan N dengan melawannya.

2. Produksi

Tahap produksi merupakan lanjutan dari tahap pembuatan film animasi dimana semua konsep yang sudah disusun dan dibuat saat pra produksi mulai diterapkan. Kegiatan yang dilakukan pada tahap ini adalah *animating, compositing, dubbing, soundtrack*, lalu akan diserahkan kepada tim ke 2 yaitu animator. Teknik yang akan digunakan pada tahap produksi adalah sebagai berikut:

a. Animation

Penulis berperan sebagai sutradara dan editor akan melakukan *animating storyboard*, hal ini adalah teknik pembuatan animasi secara kasar atau percobaan kegunaan teknik ini adalah untuk memberikan gambaran animasi kepada animator supaya memperkecil kesalahan animasi pada film ini nantinya. Hasil dari teknik ini dapat dilihat pada gambar 2 dan 3 berikut ini:



Gambar 3. *Animatic Storyboard 2*
(Sumber: Olahan Penulis).

b. Compositing

Teknik ini merupakan lanjutan dari teknik *animating* yaitu menggabungkan *scene-scene* dari *animatic storyboard*. menjadi 1. Kegunaan dari teknik ini ialah memberikan gambaran tentang urutan *scene* dan efek transisi kepada editor, sama seperti sebelumnya hal ini dilakukan supaya menghindari dan mengurangi kemungkinan kesalahan produksi pada film animasi 3D ini.

c. Dubbing

Teknik lanjutan dari *animatic storyboard* termasuk didalam tahap produksi film animasi yaitu sebuah tahap pengisian suara khusus dari karakter animasi didalam film animasi 3D "BEDA". Sebelum melakukan *dubbing* maka seorang sutradara akan melakukan *cast- ing* atau pencarian *dubber* atau pengisi suara yang cocok, setelah itu maka *dubbing* akan dimulai. Berikut adalah beberapa foto proses *dubbing*:



Gambar 4. Proses pengisian suara 1
(Sumber: Olahan Penulis).



Gambar 5 Proses pengisian suara 2.
(Sumber: Olahan Penulis).

d. *Soundtrack*

Soundtrack adalah lagu atau musik pengiring dalam film dibuat oleh *marvey tallaut*, yang akan penulis arahkan se- bagai seorang sutradara, berkonsep *music cinematic*, yang akan memberikan sebuah suasana serius, dengan durasi yang disamakan dengan film animasi 3D “BEDA”. Setelah semua selesai maka tahap produksi selanjutnya akan dikerjakan oleh animator dan modeler, penulis hanya akan mengarahkan tahap tersebut. Tahapan selanjutnya merupakan tahapan terakhir dalam pembuatan film animasi 3D yaitu Pasca produksi.

3. Pasca Produksi

Pasca produksi merupakan tahap produksi terakhir didalam pembuatan film animasi 3D, pasca produksi film animasi 3D mulai dari *process editing visual effect*, yang selanjutnya akan *diedit* atau digabungkan menjadi 1 setelah itu dipublikasikan. Tahap-tahap didalam pasca produksi adalah sebagai berikut:

a. *Editing visual effect*

Pada tahap pertama adalah melakukan *editing visual effect* yaitu menambahkan sebuah visual baru ke dalam video animasi yang telah dibuat oleh animator. Teknik *editing visual effect* yang digunakan adalah *digital illusion* yang merupakan efek ilusi digital dibuat melalui komputer, ilusi ilusi yang digunakan antara lain adalah lingkaran sihir, temba- kan laser, api, asap, dan ledakan, proses edting dan hasil dapat dilihat pada gambar 6 sampai dengan gambar 13.

Setelah melakukan *editing visual effect* maka langkah selanjutnya adalah proses *rendering visual effect* supaya dapat menjadi 1 video yang nantinya digabungkan kedalam film animasi 3D. *process rendering visual effect*.

DAFTAR PUSTAKA

- Andrianto, Novan, Verlita, Rike & Fuad Amsyari. 2018. Content Analysis Television Program Featured with Title "Dunia Tanpa Batas" (Episode of Tiara Handicraft Embracing Persons with Disabilities With Social Entrepreneurs). Surabaya: International Conference on Information Technology Applications and Systems (ICITAS)
- Andrianto, Novan. 2018. Pesan Kreatif Iklan Televisi Dalam Bulan Ramadan: Analisis Semiotika Iklan Bahagiannya adalah Bahagiaku. Surabaya: Jurnal Studi Komunikasi.
- Andrianto, Novan. 2016. Jam Prime Time Televisi Menjadi Dampak Psikologis bagi Anak dan Remaja (Analisis Sinetron "Anak Jalanan" RCTI). Surabaya: SCROLL Jendela Teknologi Informasi Moch. Haqi Pamungkas, Karsam Karsam, Novan Andrianto. 2019. Pembuatan Video Klip Bergenre Alternative Rock Berjudul “Tak Pernah Padam” Karya Dari Eka Prasetyawan. Sura- baya: Jurnal Art Nouveau.
- Nurchayawati, Vivine, Prasetya, Ardian, J., & Andrianto, Novan. 2018. Pelatihan Pengelolaan Dokumen Administrasi Dan Desain Optical Illusion.

RELASI PERSEPSI VISUALISASI DESAIN KEMASAN OBAT SAKIT KEPALA TERHADAP KEPERCAYAAN KONSUMEN

Miranti Nurul Huda

Fakultas Teknologi dan Desain, Institut Teknologi Kreatif Bina Nusantara Malang
Email: miranti.huda@binus.ac.id

Abstrak: Interaksi antara konsumen dengan desain kemasan produk adalah sebuah proses pemaknaan yang melibatkan penglihatan dan proses berpikir yang dipengaruhi oleh pengetahuan, referensi, pengalaman, dan latar belakang budaya. Kemasan produk memiliki peranan penting karena berhadapan langsung dengan calon pembeli dan menjadi *first experience* konsumen dengan produk. Terlebih untuk kemasan obat-obatan yang tidak hanya sebagai sarana untuk menarik perhatian konsumen tapi juga harus memenuhi standar keamanan bagi konsumen dalam mengonsumsi obat tersebut. Tujuan penelitian ini untuk menemukan relasi antara tampilan visual desain kemasan obat sakit kepala terhadap sikap konsumen. Penelitian ini akan menggunakan metode kuantitatif dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner. Pertanyaan dalam kuesioner menggunakan skala ukur *Likert* untuk mengukur faktor psikometri responden terhadap tampilan visual kemasan produk obat. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini yaitu terdapat hubungan relasi antara faktor demografis responden dengan sikap responden terhadap tampilan visual desain kemasan produk obat sakit kepala.

Kata Kunci : *desain kemasan, obat, relasi*

Abstract: *The interaction between consumer and product packaging design is a process of meaning which involves vision and thought processes that influenced by knowledge, references, experience, and cultural backgrounds. Packaging products have an important role as dealing directly with prospective buyers and consumers and become the first experience with the product. Especially packaging for drugs, that are not only to attract consumers but also must meet safety standards for consumers to consume the drug. The purpose of this study to discover the facts of how consumers perceive packaging design and its influence on purchasing decisions and verify the trust level of the product. This research will use quantitative methods with semantic approach and using questionnaire to collecting data. Questions in the questionnaire using two scales measuring, Likert scale to measure respondent's psychometric factors. The expected outcome of this research is the acquisition of a formulation headache medicine packaging design that maximizes consumer confidence in the usefulness of the drug without prejudice to the safety of consumers when consumed.*

Keywords: *packaging design, consumer beliefs, semantic.*

1. PENDAHULUAN

Saat kita ingin membeli sebuah produk, maka proses pertama yang akan kita lakukan saat berhadapan dengan produk tersebut adalah mencoba membaca dan menerka karakteristik produk melalui desain kemasannya. Informasi yang diberikan produsen kepada calon konsumennya diberikan melalui desain kemasan. Interaksi antara konsumen dengan desain kemasan produk adalah sebuah proses pemaknaan yang melibatkan penglihatan dan proses berpikir yang dipengaruhi

oleh pengetahuan, referensi, pengalaman dan latar belakang budaya maupun pendidikannya. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa kemasan produk memiliki peranan penting karena berhadapan langsung dengan calon pembeli dan menjadi *first experience* konsumen dengan produk. Melihat bahwa desain kemasan berhadapan langsung dengan calon pembeli, maka bukan tidak mungkin keputusan membeli calon konsumen dipengaruhi oleh bentuk dan desain kemasan produk.

Terdapat hubungan relasi antara faktor demografis responden dengan sikap responden terhadap tampilan visual desain kemasan produk obat sakit kepala.

konsumen dalam mengonsumsi obat tersebut. Seorang pembeli akan memilih satu produk obat diantara sederet obat yang lain karena mereka memersepsi visual desain kemasan produk tersebut yang paling dapat dipercaya. Walaupun jika dilihat berdasarkan komposisi obat tersebut tidak jauh berbeda dan bahkan sama. Dari hal ini terlihat bahwa desain kemasan untuk produk obat tidak bisa semata-mata memandang faktor estetika desain, namun harus dapat memenuhi kebutuhan informasi tentang obat serta memperhatikan keselamatan pengguna obat tersebut.

Unsur-unsur visual dalam desain kemasan sangat penting untuk menciptakan memunculkan persepsi akan kebutuhan terhadap produk, kepercayaan terhadap produk, hingga faktor prestise seperti gaya hidup. Sebuah data menyebutkan bahwa konsumsi obat bebas atau over the counter (OTC) di Indonesia mencapai US\$ 4,44 miliar per tahun (Burhanuddin, 2014) angka tersebut naik sebesar 11% dari tahun sebelumnya dan diprediksikan akan terus naik. Ini menunjukkan bahwa masyarakat di Indonesia memiliki kepercayaan terhadap produk obat dalam negeri. Penelitian ini akan menguji peran unsur semantik dalam desain kemasan produk obat sakit kepala (warna, tipografi, ilustrasi dan layout) kaitannya dengan persepsi dan preferensi responden terhadap desain kemasan produk obat yang dapat mempengaruhi kepercayaan konsumen terhadap produk. Hipotesis awal dalam penelitian ini adalah bahwa unsur warna, tipografi, ilustrasi dan layout pada kemasan obat sakit kepala dapat mempengaruhi persepsi dan preferensi responden terhadap produk yang kemudian dapat mempengaruhi juga kepercayaan mereka. Hipotesis awal didasarkan pada kaji literatur dan studi perbandingan dengan penelitian terdahulu yang memiliki kemiripan bidang kaji. Maka penelitian ini akan mengkaji unsur visualisasi desain kemasan pada lima desain kemasan produk obat sakit kepala OTC yang ada di Indonesia. Tujuan penelitian ini untuk menemukan fakta bagaimana konsumen memersepsi dan menentukan preferensi mereka melalui desain kemasan yang kemudian diverifikasi relasinya dengan keputusan membeli mereka terhadap produk.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan menggunakan metode kuantitatif dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner. Metode ini dilakukan untuk mendapatkan data preferensi dan persepsi mereka terhadap produk melalui desain kemasan. Responden kuesioner berumur 18 - 45 tahun berdomisili di kota Bandung. Pertanyaan dalam kuesioner menggunakan skala

Likert (*Likert Scale*) untuk mengukur variabel dalam kuesioner yang berkaitan dengan faktor psikometri responden dan untuk mengukur impresi konsumen terhadap tampilan visual kemasan produk obat.

1. Instrumen Penelitian

- a. Alat uji dalam penelitian ini adalah kuesioner yang diberikan kepada responden sebagai instrument untuk mendapatkan data primer.
- b. Skala Likert (*Likert Scale*) untuk mengukur variable dalam kuesioner yang berkaitan dengan respon psikometri responden terhadap produk. Respon psikometri diukur dalam kuesioner untuk mendapatkan preferensi atau tingkat kesepakatan responden dengan pernyataan. Skala Likert dipakai pada pernyataan yang sifatnya non-komparatif dan unidimensional (hanya mengukur sifat tunggal). Responden diminta untuk menunjukkan tingkat kesepakatan melalui pernyataan yang diberikan dengan cara skala ordinal dengan nilai berjenjang antara 1-5 (nilai 1 untuk menyatakan sangat setuju dan 5 untuk sangat tidak setuju terhadap pernyataan).

2. Teknik Perolehan Data

3. Sumber data pada penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu data premier dan data sekunder. Untuk data sekunder terdiri dari teori pendukung dan studi penelitian terdahulu sebagai landasan teori pada penelitian. Data premier didapatkan dari hasil penyebaran kuesioner yang terbagi dalam dua tahap. Pada praktiknya koesioner akan diberikan dalam satu waktu kepada responden namun antara koesioner mengukur persepsi dan preferensi (Tahap 1) dan koesioner mengukur kepercayaan (Tahap 2) diberi waktu jeda selama 10 menit. Jeda waktu ini diberikan agar responden bisa *merefresh* pikirannya, sehingga jawaban pada koesioner mengukur kepercayaan bukan merupakan pola jawaban pada koesioner mengukur persepsi dan preferensi. Untuk lebih jelas tahapan pengumpulan data premier akan dijelaskan dibawah ini.

A. Tahap 1

Responden: Menggunakan teknik *Purposive Sampling* dengan jumlah responden sebanyak 50 orang, berumur 18-45 tahun, dengan domisili di kota Bandung.

Stimuli: Stimuli penelitian ini berupa desain kemasan produk obat Paramex, Bodrex, Aspirin, Pamol dan Panadol Paracetamol. Bagian desain kemasan yang diukur hanya pada tampilan kemasan terluar karena bagian kemasan tersebut merupakan bagian yang pertama kali dilihat oleh calon

konsumen. Responden diberikan stimuli dalam bentuk gambar bukan berupa produk asli, hal ini untuk menghindari kerancuan data akibat faktor material pembentuk kemasan.

Prosedur: Relasi unsur visual desain kemasan obat diidentifikasi dengan sikap responden terhadap produk. Dalam kuesioner tahap 1, responden akan diukur persepsi terhadap visualisasi desain kemasan obat (tipografi, ilustrasi, *layout*, dan warna) dan preferensi mereka (karakteristik *brand*, merek, dan pengalaman mereka dengan obat tersebut). Persepsi akan diukur melalui 12 item pernyataan dan preferensi diukur melalui 8 item pernyataan dalam kuesioner, sehingga kuesioner tahap 1 berisi 20 item pernyataan. Setiap item kuesioner akan diukur dengan 5 (lima) skala Likert. Variabel dalam kuesioner menggunakan variabel yang diadopsi dari penelitian terdahulu. Selain berisi pertanyaan yang mengukur sikap konsumen terhadap desain kemasan produk, kuesioner juga terdapat delapan pertanyaan terkait pola pembelian obat-obatan (DPO). Kuesioner dibagikan secara manual.

B. Tahap 2

Responden: Menggunakan responden yang sama dengan Tahap 1.

Prosedur: Responden pada tahap ini akan diukur kepercayaan mereka terhadap (a) obat sakit kepala bebas yang mereka konsumsi, dan (b) kepercayaan mereka terhadap obat-obatan pada umumnya. Pada tahap 2 ini kuesioner menggunakan kuesioner BMQ (*Beliefs about Medicines Questionnaire*) yang dibagi menjadi dua kelompok yaitu BMQ-*Specific* dan BMQ-*General* dengan item pertanyaan yang sudah diadaptasi unsur bahasanya agar mudah dipahami oleh responden. Setiap item kuesioner akan diukur dengan 5 (lima) skala Likert.

4. Teknik Analisis Data

Data yang didapatkan akan dianalisis dengan perhitungan statistika dengan bantuan *software* SPSS. Untuk melihat adanya hubungan antar variabel, peneliti menggunakan *scatter plot*. Sedangkan untuk melihat aspek visual pada kemasan yang memiliki nilai hubungan pada aspek yang lain peneliti menggunakan analisis korelasi Pearson. Selanjutnya, hasil data kuantitatif tersebut akan diberikan juga analisis secara kualitatif. Tujuannya untuk lebih memberikan pemahaman yang mendalam tentang hasil data kuantitatif. Ulasan kualitatif nantinya akan membahas semua unsur visualisasi desain kemasan obat yaitu tipografi, warna, *layout*, dan ilustrasi dan relasinya dengan persepsi, preferensi, dan kepercayaan konsumen.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil

1. 1 Nilai Kepercayaan Responden

A. Kepercayaan Terhadap Obat Sakit Kepala (BMQ – *Specific*).

No	Pernyataan	Jumlah Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya merasa kesehatan saya saat ini bergantung pada obat sakit kepala saya	4	-	3	27	16
2	Saya merasa khawatir setelah meminum obat sakit kepala	5	10	15	20	-
3	Saya merasa tidak bisa lepas dari obat sakit kepala	2	3	1	24	20
4	Tanpa obat sakit kepala saya akan merasa sangat sakit	-	3	4	26	17
5	Saya kadang-kadang khawatir tentang efek jangka panjang dari obat sakit kepala saya	1 3	19	5	11	2
6	Kesehatan saya di masa depan akan tergantung pada obat sakit kepala saya	2	6	4	16	22
7	Saya merasa mengkonsumsi obat sakit kepala, mengganggu aktifitas sehari-hari karena sering menyebabkan kantuk.	6	14	19	11	-
8	Saya merasa khawatir jika menjadi terlalu tergantung pada obat sakit kepala	1 6	26	-	6	2
9	Obat sakit kepala saya melindungi saya dari sakit kepala yang lebih buruk	5	17	17	6	5

*Ket : SS = Sangat setuju S = Setuju N = Netral

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

Tabel 1 Data Jumlah Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Kepercayaan Responden terhadap Obat Sakit Kepala (BMQ-*Specific*) (Sumber: olahan penulis).

Data pada tabel diatas dapat diambil kesimpulan bahwa pada pernyataan 1, responden tidak setuju bahwa kesehatan mereka tergantung pada obat sakit kepala. Responden juga tidak merasa khawatir setelah meminum obat sakit kepala (pernyataan nomor 2). Responden menyatakan bahwa mereka bisa lepas dari obat sakit kepala mereka (pernyataan nomor 3). Responden menyatakan tidak setuju bahwa tanpa obat sakit kepala mereka merasa sangat sakit (pernyataan nomor 4). Responden menyatakan setuju bahwa kadang-kadang mereka

khawatir terhadap efek jangka panjang obat sakit kepala yang mereka konsumsi (pernyataan nomor 5). Responden menyatakan tidak setuju bahwa kesehatan mereka tergantung pada obat sakit kepala (pernyataan nomor 6). Pada pernyataan nomor 7 responden menyatakan netral pada pernyataan bahwa mengonsumsi obat sakit kepala dapat mengganggu aktivitas. Responden menyatakan setuju pada pernyataan nomor 8 bahwa mereka merasa khawatir menjadi terlalu tergantung dengan obat sakit kepala. Pada pernyataan nomor 9 responden setuju bahwa obat sakit kepala melindungi mereka dari sakit kepala yang lebih parah.

B. Kepercayaan Terhadap Obat Pada Umumnya (BMQ-General)

No	Pernyataan	Jumlah Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Dokter biasanya menggunakan banyak obat-obatan	5	29	7	3	6
2	Orang-orang yang mengambil obat-obatan harus menghentikan pengobatan mereka untuk sementara waktu setiap sekarang dan lagi.	3	12	26	7	2
3	Kebanyakan obat-obatan menimbulkan ketergantungan	10	20	15	5	-
4	Solusi alami (jamu) lebih aman daripada obat-obatan	12	17	19	2	-
5	Obat-obatan memiliki sisi membahayakan yang lebih besar daripada sisi penyembuhan	4	12	27	7	-
6	Saya berpendapat, semua obat-obatan adalah racun	4	3	26	15	2
7	Saya berpendapat bahwa dokter saat ini terlalu banyak percaya pada obat-obatan	4	32	10	4	-
8	Jika dokter memiliki lebih banyak waktu dengan pasien mereka akan meresepkan obat-obatan yang lebih sedikit	3	24	21	2	-

*Ket : SS = Sangat setuju S = Setuju N = Netral
TS = Tidak Setuju STS = Sangat Tidak Setuju

Tabel 2 Data Jumlah Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Kepercayaan Responden terhadap Obat Pada Umumnya (BMQ-General) (Sumber: olahan

penulis).

Data tabel diatas merupakan nilai kepercayaan responden terhadap obat-obatan pada umumnya. Pada pernyataan nomor 1. Responden menyatakan setuju bahwa dokter biasanya menggunakan obat-obatan yang banyak. Pernyataan nomor, 2. Responden menyatakan netral terhadap pernyataan bahwa orang yang mengonsumsi obat-obatan harus menghentikan konsumsi obat mereka secara berkala. Pada pernyataan nomor, 3. Responden menyatakan setuju bahwa kebanyakan obat menimbulkan ketergantungan. Pada pernyataan nomor, 4. Responden menyatakan netral bahwa jamu lebih aman dari pada obat-obatan. Pada pernyataan nomor, 5. Responden menyatakan netral bahwa obat-obatan memiliki sisi yang membahayakan yang lebih besar dari pada sisi penyembuhan. Pada nomor, 6. Responden juga menyatakan netral pada pernyataan bahwa obat-obatan adalah racun. Pada nomor, 7. Responden menyatakan setuju pada pernyataan bahwa dokter saat ini terlalu banyak percaya terhadap obat-obatan. Pada nomor, 8. Responden menyatakan setuju pada pernyataan bahwa dokter akan memberikan resep obat yang lebih sedikit jika dokter memiliki waktu yang lebih banyak ketika konsultasi dengan pasiennya.

	BMQ Specific	BMQ General	BMQ All
Nilai Total Responden terhadap variabel BMQ	1475	1025	2485
Rata – Rata Nilai BMQ	29.2	20.5	49.7

Tabel 3 Tabel Nilai BMQ Responden

(sumber: olah data Penulis).

Nilai total responden terhadap variabel BMQ (item kuesioner yang mengukur kepercayaan responden) juga didapatkan dengan menjumlahkan jawaban seluruh responden terhadap item pertanyaan variabel kepercayaan. Sama dengan cara menentukan nilai untuk jawaban pada variabel persepsi, nilai jawaban responden yaitu, untuk jawaban sangat **setuju** (SS) mendapat nilai **1**,

setuju (S) mendapat nilai **2**, **netral (N)** mendapat nilai **3**, **tidak setuju (TS)** mendapat nilai **4**, dan **sangat tidak setuju (STS)** mendapat nilai **5**.

Untuk nilai total BMQ Specific (kepercayaan responden terhadap obat sakit kepala yang mereka konsumsi) didapatkan dengan menjumlahkan nilai jawaban responden terhadap item pertanyaan nomor 1-9 pada item pernyataan kuesioner (lihat Tabel III. 60). Untuk nilai total responden pada BMQ General (kepercayaan responden terhadap obat-obatan pada umumnya) didapatkan dengan menjumlahkan nilai jawaban seluruh responden terhadap item pertanyaan nomor 10-17 (lihat Tabel III.61). Sedangkan untuk nilai total pada BMQ All didapatkan dengan menjumlahkan nilai total pada BMQ Specific dan BMQ General. Nilai rata-rata pada tiap kategori nilai diperoleh dengan membagi nilai total dengan jumlah responden. Sehingga didapatkan nilai rata-rata kepercayaan responden terhadap obat sakit kepala mereka adalah 29.2, rata-rata kepercayaan responden terhadap obat-obatan pada umumnya adalah 20.5, sehingga nilai rata-rata kepercayaan responden adalah 49.7.

Dari tabel diatas diketahui bahwa nilai kepercayaan responden terhadap produk obat sakit kepala mereka lebih tinggi dibandingkan dengan kepercayaan mereka pada obat – obatan pada umumnya. Hal ini menunjukkan bahwa responden percaya akan kemempunan obat sakit kepala mereka namun tidak terlalu percaya pada obat – obatan selainnya atau obat secara general.

Dari data diatas juga dapat di ambil kesimpulan bahwa konsumen memiliki kepercayaan terhadap produk – produk obat sakit kepala yang dijual bebas (*over the counter*). Hal inilah yang kemudian membuat industri farmasi di Indonesia bisa berkembang pesat. Kepercayaan konsumen terhadap obat sakit kepala merupakan sebuah proses yang melibatkan pengalaman mereka mengonsumsi produk hingga ketersediaannya informasi yang jelas pada desain kemasan obat.

1.2 Persepsi Responden Terhadap Visualisasi Desain Kemasan Produk Obat Sakit Kepala

	PAMOL	Paramex	Aspirin	Bodrex	Panadol
Nilai Total Responden terhadap variabel Persepsi	1542	1575	1580	1570	1565

Nilai Rata – Rata	30.8	31.5	31.6	31.4	31.3
-------------------	------	------	------	------	------

Tabel 4 Tabel Nilai Persepsi Responden Terhadap Objek Penelitian (sumber: olah data Penulis).

Nilai Total responden terhadap variabel persepsi didapatkan dengan menjumlahkan skor 50 responden terhadap variabel persepsi yaitu item pertanyaan 1-12 (lihat pada Tabel III. 62). Untuk jawaban sangat **setuju (SS)** mendapat nilai **1**, **setuju (S)** mendapat nilai **2**, **netral (N)** mendapat nilai **3**, **tidak setuju (TS)** mendapat nilai **4**, dan **sangat tidak setuju (STS)** mendapat nilai **5**. Dengan menjumlahkan nilai persepsi semua responden didapatkan nilai total persepsi responden untuk produk PAMOL adalah 1542 (nilai rata-rata: 1542/5030.8). Merek Paramex mendapat nilai total persepsi 1575 (nilai rata-rata: 1575/50-31.5). Merek Aspirin mendapat nilai total persepsi 1580 (nilai rata-rata: 1580/50-31.6). Merek Bodrex mendapat nilai total persepsi 1570 (nilai rata-rata: 1570/50-31.4) dan merek Panadol mendapat nilai total persepsi 1565 (nilai rata-rata: 1565/50-31.3).

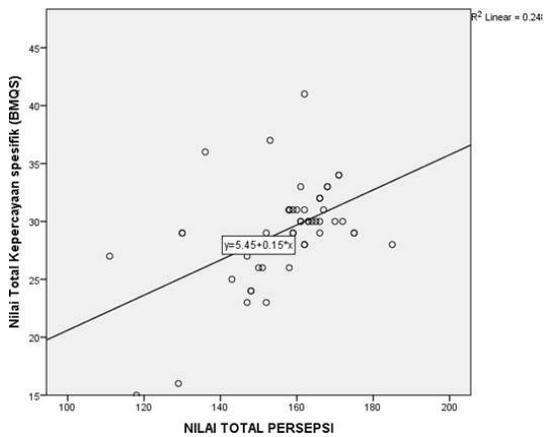
Dari data di atas dapat diketahui bahwa produk PAMOL memiliki nilai persepsi yang rendah. Hal itu menunjukkan bahwa responden memersepsi desain kemasan produk PAMOL tidak disukai dibandingkan dengan produk lainnya yaitu dengan nilai rata-rata 30.8. Sedangkan produk yang dipersepsi baik dengan nilai rata-rata tertinggi yaitu produk Aspirin yaitu dengan nilai rata-rata 31.6. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa responden lebih memersepsi positif terhadap desain kemasan produk Aspirin dibandingkan produk PAMOL. Secara visualisasi desain kemasannya, antara PAMOL dan Aspirin memiliki karakter yang berbeda. Perbedaan inilah yang menimbulkan kontras persepsi responden terhadap keduanya. Untuk produk Paramex, Bodrex, dan Panadol memiliki nilai persepsi responden yang relatif berdekatan.

1. Pembahasan

2. 1 Analisis Korelasi Variabel Persepsi Visualisasi Desain terhadap Kepercayaan Konsumen

Untuk membuktikan hipotesis penelitian yaitu persepsi visualisasi desain kemasan obat dapat mempengaruhi kepercayaan konsumen terhadap obat (H1) maka dilakukan uji korelasi

Pearson. Sebelum dilakukan uji korelasi, peneliti menggunakan *scatter plot* untuk melihat bentuk hubungan antar variabel hipotesis.



Gambar 1 Grafik *scatter plot* Nilai Total Persepsi dan Nilai Total Kepercayaan (BMQ)

Grafik diatas memperjelas bentuk hubungan antara nilai persepsi dan nilai kepercayaan responden dalam penelitian. Dari grafik diatas dapat dilihat bahwa hubungan antara kedua variabel adalah positif, sehingga dapat dikatakan bahwa jika nilai persepsi seseorang akan desain kemasan obat sakit kepala tinggi, maka nilai kepercayaan orang tersebut juga akan semakin meningkat. Dapat disimpulkan bahwa korelasi hubungan antara nilai persepsi dan nilai kepercayaan konsumen adalah **hubungan positif**.

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

	Skor Total Nilai BMQS	Skor Total Persepsi Pamol	Skor Total Persepsi Paramex	Skor Total Persepsi Aspirin	Skor Total Persepsi Bodrex	Skor Total Persepsi Panadol
Skor Total Nilai BMQS	1	.402**	.347*	.190	.544**	.441**
Skor Total Persepsi Pamol	.004	1	.419**	.429**	.601**	.672**
Skor Total Persepsi Paramex	.014	.002	1	.440**	.448**	.521**
Skor Total Persepsi Aspirin	.187	.002	.001	1	.346*	.516**
Skor Total Persepsi Bodrex	.000	.000	.001	.014	1	.595**
Skor Total Persepsi Panadol	.001	.000	.000	.000	.000	1

Tabel 2 Data Jumlah Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Kepercayaan Responden terhadap Obat Pada Umumnya (BMQ-General).

Tabel diatas menunjukkan hubungan korelasi antara nilai persepsi visualisasi desain kemasan masing-masing produk dengan nilai kepercayaan responden. Menurut Sugiyono (Sugiono, 2007) pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut:

- a. 0,00 - 0,199 = sangat rendah
- b. 0,20 - 0,399 = rendah
- c. 0,40 - 0,599 = sedang
- d. 0,60 - 0,799 = kuat

e. 0,80 - 1,000 = sangat kuat

Dengan demikian dari data pada tabel diatas dapat dikatakan bahwa desain kemasan yang memiliki hubungan korelasi dengan nilai kepercayaan responden terhadap produk obat sakit kepala OTC adalah produk Bodrex dengan nilai korelasi .544. Sedangkan desain kemasan yang memiliki nilai korelasi paling rendah yaitu produk Aspirin dengan nilai korelasi **.190**. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa desain kemasan produk Bodrex lebih dapat mempengaruhi kepercayaan konsumen akan produk dibandingkan desain kemasan produk Aspirin.

KESIMPULAN

Pada data diatas dapat kita ketahui bahwa nilai persepsi visual Aspirin tertinggi dibandingkan yang lainnya namun desain kemasan produk Bodrex lebih dapat meningkatkan kepercayaan responden terhadap produk. Dari data tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa persepsi visual pada produk obat-obatan khususnya pada penelitian ini yaitu obat sakit kepala tidak mempengaruhi kepercayaan seseorang terhadap produk tersebut. Oleh karena itu produk Bodrex lebih dapat dipercaya dibandingkan dengan produk Aspirin karena produk Bodrex lebih *familiar* dengan responden. Warna kemasan produk Aspirin juga tidak mengasosiasikan warna yang sering digunakan untuk kemasan obat sakit kepala di Indonesia. Menurut Ambrose dan Haris, warna dapat membantu membangun adaptasi dan familiaritas sehingga memudahkan dalam proses pemilihan (Ambrose dan Harris, 2011: 106).

Proses visual menurut Aldous Huxley mengatakan bahwa proses visual melibatkan tahap memahami yaitu kita harus mengerti apa yang diseleksi, untuk memproses suatu gambar secara mental pada kesadaran yang lebih mendalam, artinya konsentrasi pada subyek dengan maksud mencari makna dan tidak sekedar observasi. Proses tersebut memerlukan aktivitas mental yang lebih tajam. Pengalaman yang lalu dengan pesan visual yang spesifik adalah kunci untuk melihat secara jelas dan jernih (Marovitz, 1973:172). Oleh karena itulah desain kemasan produk Bodrex lebih dipercaya, karena responden memiliki ingatan dan pengalaman dengan produk tersebut sebelumnya sehingga visualisasi desain kemasannya dapat dicerna secara utuh oleh responden. Sebuah gambar hanya akan bermakna jika kita memiliki ingatan sebelumnya dengan gambar tersebut.

David Krech dan Richard S. Crutchfield (Jalaluddin, 2012: 50-57) menjelaskan bahwa salah satu dari dua faktor yang mempengaruhi persepsi yaitu faktor

fungsional. Faktor fungsional ini juga disebut sebagai faktor personal atau perseptor, karena merupakan pengaruh-pengaruh di dalam individu yang mengadakan persepsi seperti kebutuhan, pengalaman masa lalu dan hal-hal lainnya. Berarti persepsi bersifat selektif secara fungsional sehingga obyek-obyek yang mendapatkan tekanan dalam persepsi biasanya obyek-obyek yang memenuhi tujuan individu yang melakukan persepsi. Jika dibandingkan dengan desain kemasan produk PAMOL, Paramex, Aspirin, dan Panadol, kemasan produk Bodrex memiliki jenis warna yang paling sedikit yaitu hanya terdiri Tipe kemasan Bodrex juga paling berbeda dengan produk yang lainnya yaitu menggunakan box. Hal ini dapat menjadi faktor yang membuat responden semakin percaya dengan produk Bodrex karena obatnya terlindungi dengan baik. Secara psikologis warna merah yang mendominasi juga menimbulkan efek yang positif seperti exciting (bright red), stimulatif, kuat, hangat, dan aktif (Mahnke, 1993). Warna merah pada kemasan obat sakit kepala juga dapat mengasosiasikan bahwa obat tersebut dapat bekerja cepat. Impresi terhadap warna juga merujuk pada fungsi referensial dari deskripsi warna dan interpretasi yang luas terhadap asosiasi yang mana warna dan nama warna mempengaruhi manusia, misalnya asosiasi terhadap perasaan, apresiasi emosional, makna simbolik warna berdasarkan kultur dan sebagainya (Plumacher dalam Plumacher dan Holz, 2007: 63)

DAFTAR PUSTAKA

- Ambrose, G., & Harris, P. (2011). Packaging the Brand. Switzerland: AVA Publishing SA.
- Assael, H. (1998). Customer Behaviour and Marketing Action, 6th Edition. New York: International Thomson Publishing.
- Berger, A. A. (2010). The Object Of Affection : Semiotic and Customer Culture. New York: Palgrave MacMillan.
- Boyd, W. L. (2000). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Braun, C., Sansing, L., & Silver, N. C. (1994). Signal Word and Color Specification for Product Warnings: an Isoperformance Application. Proceedings of the 38th Annual Conference of The Human Factors and Ergonomics Society (hal. 1104-1108). Santa Monica: Human Factors and Ergonomics Society.
- Bresson, H. C. (1992). Photographer. USA: Bulfinch.
- Buckalew, L. W., & Kenneth E, C. (1982). An Investigation of Drug Expectancy as

- Function of Capsule Color and Size and Preparation Form. *Journal of Clinical Psychopharmacology*, 245-248.
- Burhanuddin, T. (2014, May 23). Seputar Marketing: Segmen Menengah dan Bawah Dorong Industri Farmasi. Diambil kembali dari Marketing : Portal Lengkap Dunia Marketing: <http://www.marketing.co.id/segmen-menengah-dan-bawah-dorong-industri-farmasi/>.
- Mahnke, F. H. (1993). *Color in Light in Man-Made Environment*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Plumacher, M., & Holz, P. (2007). *Speaking of Colors and Odors*. Philadelphia: John Benjamins B.V.

ILUSTRASI SEBAGAI BAHASA KOMUNIKASI AUDIO VISUAL FILM, TELEVISI DAN ANIMASI

Thomas Hanandry¹

Fakultas Teknologi dan Informatika, Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya

Email: thomas@stikom.edu

Abstrak: Musik merupakan salah satu bagian penting, yang berkaitan dengan pengembangan industri kreatif pada era 4.0, terutama film, animasi, dan televisi, serta industri lainnya yang berkaitan dengan bidang seni serta media khususnya. Musik mengalami perkembangan yang sangat pesat, mulai dari pengembangan melalui software untuk menciptakan komposisi, maupun aransemen. Musik juga memiliki fungsi menjadi salah satu faktor pendukung dalam memberikan kesan, bahasa, dan juga alat komunikasi berbentuk audio dalam film, animasi, dan televisi. Salah satu peran pentingnya adalah memberikan bahasan tentang komunikasi kepada penonton adalah membuat penonton memahami film. Tujuan penelitian ini adalah memberikan informasi melalui komunikasi audio dan visual kepada penonton, agar memahami film tidak hanya dari segi visual namun juga dari segi audio visualnya. metode yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kualitatif dari sampel yang diambil dari screening film yang dilakukan di Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai media pembelajaran mata kuliah komunikasi audio visual.

Kata Kunci: musik, komunikasi audio, media pembelajaran.

Abstract: Music is one of the important parts, which are related to the development of creative industries in era 4.0, especially film, animation, and television, as well as other industries related to the arts and media in particular. Music is experiencing very rapid development, starting from development through software to creating compositions, as well as arrangements. Music also has a function to be one of the supporting factors in giving impression, language, and also communication tools in the form of audio in film, animation, and television. One important role is to give a discussion about communication to the audience is to make the audience understand the film. The purpose of this study is to provide information through audio and visual communication to the audience, so that understanding the film is not only visual but also in terms of audio visual. The method used in this study is qualitative research from samples taken from film screening conducted at the Stikom Surabaya Institute of Business and Information. This research is expected to be used as a learning media for audio visual communication courses.

Keywords: music, audio communication, learning media.

PENDAHULUAN

Film, animasi, dan televisi merupakan bagian penting pada industri kreatif khususnya mengacu pada era 4.0. Film merupakan salah satu komunikasi media massa oleh karena itu film adalah medium komunikasi yang ampuh bukan saja untuk hiburan, tetapi juga untuk penerangan pendidikan (edukatif) secara penuh (media yang komplit). (Adi Pranajaya, 1999: 11). Film memiliki nilai seni tersendiri karena film tercipta sebagai sebuah karya dari tenaga-tenaga kreatif yang

profesional di bidangnya. Film sebagai benda seni sebaiknya dinilai dengan secara artistik bukan rasional. (Onong Uchaja Effendi, 2003: 207).

Hal inilah yang menjadikan bagian-bagian pada film, animasi, maupun televisi juga mengalami perubahan salah satunya adalah musik. Musik berpengaruh dan mempunyai posisi dengan bidang ilmu yang lain pada bidang industri khususnya industri kreatif. Industri yang mengandalkan ketrampilan, talenta, dan kreatifitas yang berpotensi dalam meningkatkan kesejahteraan (Simatupang, 2007). Industri yang

berasal dari pemanfaatan ketrampilan, kreatifitas dan bakat yang dimiliki individu dalam menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan. Industri ini akan berfokus untuk memberdayakan daya cipta dan kreasi suatu individu (Departemen Perdagangan RI Tahun 2009). Selain menjadi hal yang penting, film, animasi, dan juga televisi ikut berperan dalam memberikan informasi yang komunikatif terhadap para penikmatnya yang melihat.

Suatu proses penyampain pesan dari seseorang kepada orang lain yang bertujuan untuk memberitahu, mengemukakan pendapat, dan mengubah perilaku atau mengubah sikap yang dilakukan baik secara langsung ataupun tidak langsung. Empat komponen inti komunikasi adalah sumber, penerima, pesan, dan saluran. (Lydia Harlina Martono dan Satya Joewana dalam buku menangkal narkoba dan kekerasan, 2008). Dalam hal ini Program Studi Produksi Film dan Televisi Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya, sebagai salah satu program studi yang mempunyai jurusan film, animasi, dan juga televisi, sering melaksanakan pelatihan dan seminar untuk mengembangkan pola dan bentuk penyajian dalam bentuk visual dan audio visual (musik dan suara), dikarenakan kurangnya pengetahuan mahasiswa pada program studi maupun mahasiswa universitas lainnya yang mempunyai program studi yang berkaitan, serta masyarakat tentang film khususnya yang berkaitan dengan musik dan suara pada pemutaran film, animasi, dan televisi.

Sebuah karya musik. Untuk itu memahami sebuah simfoni, harus memperhatikan keutuhan karya musik secara keseluruhan. Hal ini dilakukan karena untuk memahami bahasa harus melihatnya sebagai sebuah jaringan hubungan antara bunyi dan makna. (Sobur, 2009: 44). Selain memaknai dalam bentuk bahasa, musik secara komunikasi dapat dipahami melalui sebuah tanda, seperti semiotika dalam tanda. Semiotika atau semiologi merupakan sebuah ilmu yang mengkaji kehidupan tanda-tanda di tengah masyarakat. Dalam hal ini cara dan penyampaian pada suara ataupun musik terlihat sangat jelas namun rata-rata sistem dan cara pengamatan yang dilakukan oleh penikmat adalah dengan pengamatan secara visualnya saja.

Pada penelitian mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta 2016 yang berjudul: "Event Kesenian Sebagai Media Komunikasi Dalam Melestarikan Budaya Daerah (studi deskriptif kualitatif pada event bale seni oleh seniman perantauan Atjeh Yogyakarta)". Pada fokus penelitian mengatakan bahwa: "his research describes the application of communication media in Bale Seni 2014 event held by the Seniman Perantauan Atjeh (SePAT)

Yogyakarta. In this research used qualitative method and in-depth interview, literatur review and observation techniques. The focus of this research is the application of communication media functions. Any implementation of the communications media function in Bale Seni 2014 event can be viewed from any interviews whom interviewed by researcher. In the process, the researcher tried to collaborate between intercultural communication, communication media and cultural preservation. In this case, members of the Seniman Perantauan Atjeh (Sepat) Yogyakarta try to persuade other immigrants who came from Aceh to re-look at the culture of Aceh and it held at Bale Seni event as a form of preserving Aceh's cultural".

Pada penelitian diatas sangat jelas peranan komunikasi sangat berpengaruh dalam perkembangan seni, namun secara spesifik belum menyentuh tentang bagaimana sebuah komunikasi dibangun dan dipahami dalam konteks yang lebih dalam yaitu musik dan suara. Dalam penelitian diatas juga ditambahkan pula bagaimana komunikasi digunakan untuk melestarikan kembali budaya yang mulai pudar, khususnya budaya seni masyarakat Aceh yang berada di perantauan. Dengan adanya pelestarian tersebut maka diharapkan budaya Aceh dapat kembali menjadi salah satu manivestasi dalam bentuk produk kebudayaan khususnya masyarakat Aceh dan umumnya adalah masyarakat luas. Namun kembali lagi secara kedalaman bahasa komunikasi masih belum menyentuh melalui suara maupun musik orang dapat mendengarkan kemudian menikmati lalu dia akan berbicara melalui suara yang muncul.

Pada artikel ini membutuhkan materi dalam audio yang baik, dikarenakan untuk menyampaikan makna, simbol, dan juga filosofi pada sebuah film hal utama yang sangat penting adalah audio yang baik. Hubungan antara lambang (simbol) dan acuan atau referen. Hubungan antara lambang dan acuan bersifat tidak langsung sedangkan hubungan antara lambang dan referensi dengan acuan bersifat langsung (Ogeden dan Ricards, 2009: 13). Memandang simbol-simbol adalah garis-garis penghubung antara pemikiran manusia dengan kenyataan yang ada diluar, yaitu dengan makna pemikiran selalu berhubungan atau berhadapan, ada dalam hal ini pemikiran manusia dapat dilihat sebagai "suatu bentuk sistem lalu lintas dalam bentuk simbol-simbol yang signifiakaan". Dengan demikian sumber dari simbol-simbol itu dua, yaitu: 1). Yang berasal dari kenyataan luar yang terwujud sebagai kenyataan-kenyataan sosial dan ekonomi dan, 2). Yang berasal dari dalam dan yang terwujud melalui konsepsi-konsepsi dan stuktur-struktur sosial. Dalam hal ini simbol-simbol menjadi

dasar bagi perwujudan model bagian dari sistem-sistem konsep dalam suatu cara yang sama dengan bagaimana agama atau keyakinan mencerminkan dan mewujudkan bentuk-bentuk sistem sosial. (Geertz dalam saifudin, 2004: 288).

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Sebuah metode yang digunakan peneliti untuk menemukan pengetahuan atau teori terhadap pada satu waktu tertentu. (Mukhtar, 2013: 10). Melalui metode pada penelitian ini, diharapkan mampu mengetahui kesalahan-kesalahan yang terjadi dan berkaitan dengan musik yang ada di bioskop-bioskop atau pada screening yang dilakukan di Program studi film maupun program studi lainnya yang berkaitan dengan film, animasi dan televisi. Bentuk dan langkah-langkah yang dilakukan dengan menggunakan metode ini adalah dapat menganalisis dan mendeskripsikan tentang bagaimana dalam film, animasi dan juga televisi dapat diketahui tentang cara berkomunikasi yang baik melalui audio visual.

METODE

Pada penelitian ini hipotesisnya adalah komunikasi pada film, animasi dan televisi melalui komunikasi audio visual (musik), yang berpengaruh dalam memahami cerita tidak hanya melalui visualnya saja namun juga bisa mengetahui lewat media pendengaran yang berbentuk audio visual (musik). Sehingga yang diharapkan pada penelitian ini adalah dapat dijadikan sebagai sumber referensi dalam bentuk literatur dan juga dapat bermanfaat dalam pengembangan ilmu komunikasi khususnya yang berkaitan dengan film, animasi dan televisi. Selain itu penelitian ini diharapkan juga dapat memberikan motivasi, masukkan baik akademisi, maupun praktisi yang secara khusus dan umum bergerak dalam bidang film, animasi, dan televisi untuk lebih mengetahui dan memahami tentang komunikasi audio visual (musik).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Melalui penelitian ini diharapkan komunikasi yang baik yang dibangun melalui media audio dapat terus berkembang, baik dengan sarana penunjang dalam bentuk teknologi maupun dengan perkembangan lainnya. Sehingga sejak muda khususnya untuk para penikmat film, animasi dan juga televisi dapat melihat setiap tayangan dengan media penggabungan yang baik yaitu visual dan audio visual. Media apabila dipahami secara garis besar adalah manusia, materi atau kejadian yang membangun kondisi yang membuat siswa mampu memperoleh pengetahuan, ketrampilan, atau sikap. (Gerlach dan Ely dalam Arsyad, 2011: 3). Komunikasi antara manusia (human communication) merupakan ciri pokok kehidupan

manusia sebagai makhluk sosial pada tingkat kehidupan yang modern dan lebih kompleks, seperti sekarang ini, komunikasi pada hakekatnya merupakan wahana utama bagi kehidupan manusia dan merupakan jantung dari segala kehidupan sosial. (Rohmadi, 2004: 1). Media pengajaran dan media pendidikan yang mengaktifkan mata dan telinga peserta didik dalam waktu proses belajar mengajar berlangsung.

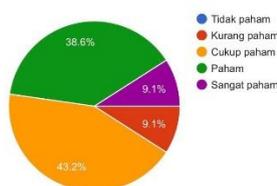
Audio diharapkan memiliki peranan penting dalam menghadirkan dan menyajikan film, animasi dan televisi, sehingga terkesan dominasi hanya pada visual saja namun juga pada audio visual yang dijadikan sebagai komunikator. Peran serta audio tidak hanya sebagai penghibur pada bagian awal dan akhir saja namun audio juga dapat berperan dalam membantu mengkomunikasikan antara scene I dan scene yang lainnya. Maka ketercapaian pemahaman tentang film, animasi dan juga televisi, dapat dipahami utuh secara visual dan audio visual dalam bentuk komunikasi. Karakter-karakter pada film saat ini masih terdapat beberapa hasil yang didominasi oleh visualnya saja, baik dari kualitas cerita, penggunaan kamera dan lain sebagainya tanpa memperhitungkan bagaimana kualitas penerimaan suara yang nantinya berfungsi untuk mengkomunikasikannya kepada audience.

Dengan adanya peran serta audio yang baik maka dapat menimbulkan efek yang sangat baik dalam memberikan informasi dan komunikasi pada penonton, maka peran penting yang dibutuhkan adalah setiap tayangan yang muncul pada film, animasi dan juga televisi, diharapkan dapat menjadi salah satu media yang memberikan edukasi, informasi melalui bahasa komunikasi yang dipahami melalui audio.

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan maka prosentase dalam bentuk analisis dilakukan pada program studi D4 Produksi Film dan Televisi, dari rata-rata mahasiswa angkatan dari tahun 2017 yang berjumlah 32 dengan bentuk prosentasi sebesar 32% orang dan mahasiswa angkatan 2018 yang berjumlah 35 orang berbentuk prosentase sejumlah 35%. Analisis menggunakan media prosentase ini ditujukan supaya mengetahui dengan bentuk prosentase mahasiswa yang benar-benar menerapkan teori pada mata kuliah komunikasi audio visual melalui screening film yang dilakukan di kelas ataupun pemutaran-pemutaran yang di adakan diluar kampus. Proses pelaksanaannya dilakukan dengan mengambil sampel melalui kuisisioner yang dilakukan pada program studi, kuisisioner dilakukan melalui format pada google form, sehingga dapat diambil prosentasenya melalui rata-rata berapa mahasiswa memahami film sebagai bahasa komunikasi melalui audio visual dan visual.

Seberapa paham kah anda tentang perkuliahan Komunikasi Audio Visual?

44 responses



1.1 Gambar kuesioner.

Pada gambar bagan diatas merupakan kuesioner yang berkaitan dengan mata kuliah komunikasi audio visual, dimana sampel diperoleh dari angket yang diberikan terhadap mahasiswa melalui google form dengan memberikan sampel dalam bentuk 3 pertanyaan. Dimana dalam penandaannya terdapat 4 bentuk pewarnaan untuk mengetahui tingkat pemahaman dan kemampuan merepresentasikan pengetahuan bahasa komunikasi melalui komunikasi audio visual. Ditunjukkan dengan beberapa karakter warna, pada sampel bagan di atas ditunjukkan dengan pemetaan warna, yaitu:

Kuning: cukup paham.

Berdasarkan data kuesioner yang diberikan warna kuning merupakan warna paling dominan 43,5%, dimana tingkat pemahaman berdasarkan rasio sangat tinggi, artinya tingkat pengetahuan dan pemahaman mahasiswa tentang komunikasi audio sangat kurang karena masih dalam level cukup.

Hijau: paham.

Pada gambar warna hijau ditunjukkan dengan nilai prosentase 38,6% lebih kepada pemahaman secara utuh namun dalam pemahaman dalam mengkomunikasikan tentang komunikasi dalam bentuk audio visual lebih rendah dari tingkatan pada warna kuning. Dominasi pada warna ungu orange juga ada, masing-masing hampir memiliki kesamaan dalam nilai prosentase, pada warna ungu dominasi pada nilai prosentasenya adalah 9,1% yang artinya nilai pemahaman mahasiswa dalam menerima materi dan merepresentasikan dalam menganalisis film, televisi dan juga animasi sangat tinggi.

Berdasarkan pada grafik diatas juga ditunjukkan dengan prosentase dalam pemahaman tentang mata kuliah komunikasi audio visual, pada bentuk grafik hanya sekitar 9,1%, yang benar-benar memahami, menganalisis serta menerapkan dalam perkuliahan, sisanya masih hanya sebagai peserta aktif namun secara penyampaian dalam bentuk pertanyaan maupun mengkritis masih sangat rendah. Nantinya diharapkan bentuk komunikasi secara audio harus lebih di optimalkan kembali baik dalam bentuk pengembangan sarana dan prasarana maupun dalam bentuk media

screening seperti, pengoptimalan sound dalam setiap screening pada film, sehingga dengan teknik pendengaran yang baik maka film dapat dipahami melalui bahasa komunikasi dan dapat merepresentasikan bahasa komunikasi secara baik dan maksimal, dan juga dikembangkan pula pada bentuk visualnya.

SARAN

Berdasarkan pada sampel yang diambil melalui kuisioner tentang pemahaman dan pengetahuan film, animasi dan juga televisi melalui bahasa komunikasi audio visual.

Berdasar pada hasil dari penelitian yang telah dilakukan maka masukkan, saran, serta kritik untuk pengembangan ilmu pengetahuan, dan seni serta desain yang mengkhususkan pada bidang film, animasi dan juga televisi, dalam sampel ini sebaiknya ada penelitian lanjutan guna lebih memfokuskan pada kajian-kajian selanjutnya tentang komunikasi audio visual terhadap fokus mata kuliah yang lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alex, Sobur (2009). Analisis Teks Media. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Azwar, Saifuddin (2004). Metode Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Arsyad, Azhar (2011). Media Pembelajaran. Jakarta: PT Radja Grafindo Persada.
- Rohmadi (1988). Informasi dan Komunikasi dalam Percaturan Internasional. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Arsyad, Azhar (2005). Media Pembelajaran. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Pranajaya, Adi (1999). Film dan Masyarakat. Sebuah pengantar, Jakarta: BP SDM Citra Pusat Perfilman Haji Usmar Ismail.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Simatupang, Togar (2007). Ekonomi Kreatif: Menuju Era Kompetisi dan Persaingan Usaha Ekonomi Gelombang IV. Institut Teknologi Bandung.
- Departemen Perdagangan Republik Indonesia (2007). Studi Industri Kreatif Indonesia Bagian II. Jakarta: Departemen Perdagangan Republik Indonesia.

PENCIPTAAN PROTOTIPE LOCOMOTIF DARI BARANG BEKAS MENJADI KARYA SENI BERNILAI EKONOMIS

Wahyu Hidayat¹

Fakultas Teknologi dan Informatika, Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya
Email: wahyu@stikom.edu

Abstrak: Penelitian ini merupakan penciptaan karya seni yang mempunyai orientasi bagi industri berbasis kreatif, dalam penelitian ini lebih difokuskan pada proses penciptaan karya seni dengan merespon bahan bekas yang ada di lingkungan sekitar dengan mengedepankan serta mengembangkan nilai-nilai estetika pada karya seni, karya yang dihasilkan tidak hanya sebatas hiasan atau fungsional semata tetapi juga mengandung muatan yang memiliki tujuan dan maksud tertentu dari penciptaanya yang diantaranya juga mampu menumbuhkan nilai ekonomi kreatif.

Kata kunci: Karya Seni, Prototip Lokomotif, Industri Kreatif.

Abstract: *This research is the creation of works of art that have an orientation for creative-based industries, in this study more focused on the process of creating artworks by responding to used materials in the environment around us by prioritizing aesthetic values in the artwork, the works produced are not only limited to decoration or functional only but also contains content that has a purpose and a specific purpose from its creator which among other things is also capable of growing the value of the creative economy.*

Keyword: *Artworks, Locomotive Prototype, Creative Industry.*

PENDAHULUAN

Perkembangan dan Peran Industri Kreatif Untuk Menghadapi Tantangan MEA (Masyarakat Ekonomi Asia) 2015, yang merupakan industri berbasis kreatif merupakan pasar barang seni, kerajinan dan desain, untuk kontribusi ekspor terbesar terjadi pada industri pakaian. Sementara untuk pertumbuhan impor tertinggi dan terendah terjadi pada industri kerajinan dan pasar & barang seni, dan secara umum, industri kreatif di Indonesia mempunyai peran yang cukup besar terhadap penyerapan tenaga kerja. Maka rekomendasi kebijakannya adalah bahwa perlu adanya dokumen profil industri kreatif di Indonesia, strategi pengembangan dan *positioning* industri kreatif Indonesia di pasar global. Saat ini karya seni telah mengalami perkembangan yang sangat pesat, para desainer yang berlatar belakang pendidikan akademis dituntut untuk mencari sesuatu yang baru

dalam berkesenian, sesuai dengan makin berkembangnya dunia kesenian pada umumnya, sehingga karya yang dihasilkan tidak hanya sebatas hiasan atau fungsional semata tetapi juga mengandung muatan yang memiliki tujuan dan maksud tertentu dari penciptaanya yang diantaranya juga mampu menumbuhkan nilai ekonomi kreatif. Terciptanya suatu karya seni dapat berawal dari sebuah perenungan tentang segala sesuatu termasuk karya prototipe lokomotif yang dijadikan sumber inspirasi dalam pembuatan karya seni. Setelah melalui proses perenungan dan analisis untuk menentukan ide dan merespon tentang limbah atau barang bekas agar mampu dijadikan karya seni yang mempunyai nilai ekonomi tinggi yang berupa bentuk prototipe lokomotif kuno karena dari bentuk dan kedetailannya mempunyai keunikan tersendiri.

Melalui proses kreatif, dengan segala sesuatu yang ada disekitar dapat tersimpan dalam ingatan dan tersusun menjadi sebuah konsep penciptaan karya seni yang dapat dinikmati hasilnya sebagai pemenuhan kebutuhan akan keindahan yang mampu memberikan nilai ekonomi. Salah satu industri yang memiliki potensi untuk dapat berkembang dan dapat memberikan kontribusi bagi perekonomian di Indonesia adalah sektor industri kreatif. Hal ini dikarenakan Indonesia memiliki kombinasi yang baik antara talenta yang dimiliki oleh penduduknya dan banyaknya budaya lokal yang mengakar kuat dalam masyarakat Indonesia. Sehingga industri ini dapat dijadikan sebagai salah satu potensi besar yang dimiliki Indonesia untuk dapat bersaing dalam menghadapi MEA.

Locomotif kereta api dilihat dari sejarahnya mempunyai perjalanan yang panjang, dilihat dari desain bentuk hingga model mesin yang sampai saat ini masih terus berkembang. Desain locomotif produk Jerman mempunyai keunikan tersendiri dari desain bentuknya, karena itu sangatlah cocok apabila bentuk locomotif dijadikan sumber inspirasi penciptaan karya seni dengan merespon bahan dasar limbah atau mendaur ulang barang bekas untuk dijadikan sebuah karya seni yang mampu mempunyai nilai ekonomi tinggi serta mempunyai keunikan dan nilai estetis tersendiri dilihat dari karya seninya. Prototype karya seni yang diciptakan ini merupakan olahan bahan limbah yang ada disekitar kita, dimana semuanya banyak merespon dari komponen sisa barang yang sudah tidak berguna. Karya seni ini merespon bentuk dari sebuah prototype sesuai bentuk aslinya.

2. Kajian Teori

a. Seni dan Keindahan

Secara umum banyak orang yang mengemukakan pengertian seni sebagai keindahan. Pengertian seni adalah produk manusia yang mengandung nilai keindahan bukan pengertian yang keliru, namun tidak sepenuhnya benar. Menurut cakupannya orang harus membedakan antara keindahan sebagai suatu kualitas abstrak dan sebagai sebuah benda tertentu yang indah. Untuk perbedaan ini dalam bahasa Inggris sering dipergunakan istilah *beauty* (keindahan) dan *the beautiful* (benda atau hal yang indah). Herbert Read dalam bukunya *The Meaning of Art* merumuskan keindahan sebagai suatu kesatuan arti hubungan-hubungan bentuk yang terdapat diantara pencerapan-pencerapan inderawi kita. Thomas Aquinas merumuskan keindahan sebagai suatu yang menyenangkan bila dilihat. Kant secara eksplisit menitik beratkan estetika kepada teori keindahan dan seni. Teori keindahan adalah dua hal yang dapat dipelajari secara ilmiah maupun filsafati.

Disamping estetika sebagai filsafat dari keindahan, ada pendekatan ilmiah tentang keindahan. Yang pertama menunjukkan identitas obyek artistik, yang kedua obyek keindahan. Dalam pembahasan filsafat, kedua pengertian itu kadang-kadang dicampuradukkan saja. Selain itu terdapat pula perbedaan menurut luasnya pengertian yaitu:

1). Keindahan dalam arti yang luas.

Keindahan dalam arti yang luas, merupakan pengertian semula dari bangsa Yunani, yang didalamnya tercakup pula ide kebaikan. Plato misalnya menyebut tentang watak yang indah dan hukum yang indah, sedang Aristoteles merumuskan keindahan sebagai sesuatu yang selain baik juga menyenangkan. Plotinus menulis tentang ilmu yang indah dan kebajikan yang indah. Orang Yunani dulu berbicara pula mengenai buah pikiran yang indah dan adat kebiasaan yang indah. Tapi bangsa Yunani juga mengenal pengertian keindahan dalam arti estetis yang disebutnya *symmetria* untuk keindahan berdasarkan penglihatan (misalnya pada karya pahat dan arsitektur) dan "harmonia" untuk keindahan berdasarkan pendengaran (musik). Jadi pengertian keindahan yang seluas-luasnya meliputi: keindahan seni, keindahan alam, keindahan moral, keindahan intelektual.

2). Keindahan dalam arti estetis murni.

Keindahan dalam arti estetika murni, menyangkut pengalaman estetis dari seseorang dalam hubungannya dengan segala sesuatu yang dicerapnya.

3). Keindahan dalam arti terbatas dalam hubungannya dengan penglihatan.

Sedang keindahan dalam arti terbatas, lebih disempitkan sehingga hanya menyangkut benda-benda yang dicerap dengan penglihatan, yakni berupa keindahan dari bentuk dan warna secara kasat mata.

b. Industri Kreatif

Menurut departemen perdagangan Republik Indonesia (2007), Industri Kreatif merupakan Industri yang berasal dari pemanfaatan kreatifitas, ketrampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Dalam hal ini, industri Kreatif dapat diartikan sebagai kumpulan aktivitas ekonomi yang terkait dengan penciptaan atau penggunaan pengetahuan dan informasi. Industri kreatif diindikasikan sebagai bidang yang paling menjanjikan dalam aktivitas perekonomian pada negara maju karena potensi kontribusi yang dimilikinya terhadap kesejahteraan dan penciptaan lapangan kerja. Aktivitas industri kreatif di negara maju tergantung pada kreativitas individu, keterampilan dan bakat. Pangsa pasar industri kreatif masih sangat terbuka lebar dan akan memiliki kecenderungan meningkat.

c. Sejarah Locomotif

Sejarah perkeretaapian sama seperti sejarah alat transportasi umumnya yang diawali dengan penemuan roda. Mulanya dikenal kereta kuda yang hanya terdiri dari satu kereta (rangkai), kemudian dibuatlah kereta kuda yang menarik lebih dari satu rangkaian serta berjalan di jalur tertentu yang terbuat dari besi (rel) dan dinamakan sepur. Ini digunakan khususnya di daerah pertambangan tempat terdapat lori yang dirangkaikan dan ditarik dengan tenaga kuda. Setelah James Watt menemukan mesin uap, Nicolas Cugnot membuat kendaraan beroda tiga berbahan bakar uap. Kemudian Richard Trevithick membuat mesin lokomotif yang dirangkaikan dengan kereta dan memanfaatkannya pada pertunjukan di depan masyarakat umum. Waktu itu lokomotif uap yang digunakan berkonstruksi belalang. Penyempurnaan demi penyempurnaan dilakukan untuk mendapatkan lokomotif uap yang lebih efektif, berdaya besar, dan mampu menarik kereta lebih banyak.

Lokomotif Uap

Kereta api uap adalah kereta api yang digerakkan dengan uap air yang dibangkitkan/dihasilkan dari ketel uap yang dipanaskan dengan kayu bakar, batu bara ataupun minyak bakar, oleh karena itu kendaraan ini dikatakan sebagai kereta api dan terbawa sampai sekarang. Untuk menggerakkan roda kereta api uap air dari ketel uap dialirkan ke ruang dimana piston diletakkan, uap air masuk akan menekan piston untuk bergerak dan di sisi lain diruang piston uap air yang berada diruang tersebut didorong keluar demikian seterusnya. Uap air diatur masuk kedalam ruang piston oleh suatu mekanime langsung. Selanjutnya piston akan menggerakkan roda melalui mekanisme gerakan maju mundur menjadi gerak putar.

Jenis Lokomotif Mallet, kalau artikulasi roda penggerak berada di bawah tungku, dan roda penggerak depan mendapat tekanan uap yang tinggi, kemudian disalurkan ke roda penggerak yang di belakangnya, dan juga roda penggerak depan dapat berbelok arah sesuai dengan kurva belokan rel. Penemu sistem ini adalah insinyur Swiss bernama Anatole Mallet pada tahun 18. Sistem ini banyak dipakai di Eropa, Amerika, dan juga Hindia Belanda. Lokomotif uap jenis Garratt, kalau artikulasi roda penggerak berada di bawah tender depan dan tender belakang. Penemu sistem ini adalah insinyur Inggris bernama Garratt pada tahun 18. Sistem ini banyak dipakai di Afrika (Zimbabwe, Kenya, Algeria), Asia (Burma, India, Iran, Turkey, Australia New Zealand, Queensland, Tasmania), Eropa (Netherlands, Spain, Inggris, USSR, Amerika Selatan (Argentina, Brasil).

Lokomotif uap jenis Meyer, kalau artikulasi roda penggerak berada di bawah tungku, serta roda penggerak depan dan belakang mendapat tekanan uap yang sama.

Penemu sistem ini adalah insinyur Perancis bernama Jean-Jacques Meyer pada tahun 1868. Varian lain adalah Kitson-Meyer, sistem ini banyak dipakai di Eropa. Kereta uap biasanya terdiri atas roda penggerak dan roda penunjang. Kalau jumlah roda penggerak sebanyak Satu Pasang dengan kode A, kalau roda penggerak ada Dua Pasang dengan kode B, kalau terdapat roda penggerak Tiga Pasang dengan kode C, dan yang Empat Pasang dengan kode D. Pada tipe Malet, Garratt dan Meyer, yaitu roda penggerak tandem (dua as) dengan kode AA, BB, CC, dan DD. Jumlah roda penunjang biasanya diberi kode angka: di depan, di tengah, atau di belakang. Misalnya: 1 - CC - 2, artinya: di depan terdapat 1 pasang roda penunjang, 3 pasang tandem roda penggerak, dan di belakang terdapat 2 pasang roda penunjang

METODE

Penelitian ini akan menciptakan prototipe locomotif jerman yang bernilai ekonomis dengan memanfaatkan barang bekas. Tahapan dalam proses penciptaan karya yaitu: pertama, upaya menemukan gagasan, yaitu bagaimana mencari sumber inspirasi yang nantinya berhubungan dengan ide atau gagasan berkaryanya; kedua, tahap menyempurnakan, mengembangkan dan memantapkan gagasan awal, yaitu bagaimana menyempurnakan, mengembangkan dan memantapkan gagasan awalnya yang dalam hal ini nanti berhubungan dengan pencarian bentuk, pilihan medium, alat, bahan dan teknik; dan ke tiga, tahap visualisasi ke dalam media, yaitu bagaimana memvisualisasikan kedalam media.

Kemudian pada proses penciptaan karya seni sebagai solusi dalam menangkap peluang bentuk dalam proses penciptaannya dilakukan eksplorasi bentuk, teknik maupun bahan. Hal ini dilakukan untuk mempercepat proses pembuatan dan ketepatan bahan, alat, teknik sangat diperlukan. Dari hal tersebut diatas mencoba melakukan secara berurutan tahap demi tahap dengan maksud agar mampu menghasilkan suatu karya seni yang berkualitas dan tidak menyimpang terhadap konsep dan makna yang sudah ada.

A. Data Acuan dan Analisis Karya

Proses penciptaan karya prototype ini diperlukan data acuan berupa gambar locomotif. Untuk itu data acuan mengambil beberapa foto secara langsung serta dari web dan tulisan-tulisan yang berkaitan dengan locomotife jerman. Selanjutnya dilakukan analisis data agar diperoleh pedoman sebagai dasar pembuatan desain dan untuk proses perwujudan,

dengan memperhatikan berbagai pertimbangan antara lain bentuk dan komposisi serta karakteristiknya.

Bentuk locomotif yang terdapat pada karya dari barang bekas ini merupakan bentuk yang telah disesuaikan dari data acuan. Sebelumnya dimana bentuk locomotif dari data tersebut masih dalam bentuk realis. Dari acuan yang realis inilah mencoba untuk mengubah menjadi bentuk dan gerak yang sedikit menyimpang sehingga terjadilah deformasi bentuk yang disesuaikan dari bahan bakunya yaitu barang bekas.

Data yang diperoleh diharapkan dapat mampu memberikan gambaran tentang bentuk locomotif uap dari Jerman, kemudian diangkat sebagai sumber inspirasi penciptaan karya seni.



Gambar 1. Model Locomotif CC3768 produksi Jerman. Sumber : www.youtube.com



Gambar 3.2 Model Locomotif CC5029 produksi Jerman.

Sumber : Dokumentasi Peneliti 2016.

Terdapat 3 aspek penting yang dibutuhkan dalam pembuatan karya loco, yaitu:

1. Bahan dan Teknik

Bahan merupakan bagian yang paling pokok dalam proses perwujudan karya seni. Untuk dapat mewujudkan gagasan-gagasan tersebut, peneliti

dapat bebas memilih bahan yang sesuai dan dianggap cocok sehingga mampu menunjang dan mewujudkan dari gagasan tersebut. Bahan yang dipergunakan dalam penciptaan prototype ini menggunakan barang bekas yang ada disekitar kita, sehingga proses pengerjaannya mudah. Adapun bahan lain yang dipergunakan dalam pengerjaan ini yaitu cat pilox warna hitam doff, lem G, hardboar dan kertas duplex. Dipilihnya bahan cat pilox warna hitam doff karena agar Nampak atau bisa menampilkan keartistickan dari prototype locomotife dalam karya.

2. Teknik

Pengetahuan tentang teknik sangat penting, kemampuan teknik tentunya akan mempermudah peneliti dalam proses kreatif, sehingga akan mampu mengolah bahan untuk menjadi sebuah karya seni. Dalam pengerjaan atas bahan- bahan dalam proses berkarya ini menggunakan teknik menempel.

3. Proses Perwujudan

Proses perwujudan merupakan suatu rangkaian proses dalam pembuatan karya seni yang bertahap. Adapun tahap-tahap tersebut antara lain:

- Diawali dengan membuat sketsa ke *hardboard* sesuai ukuran yang diinginkan untuk dasar locomotifnya.
- Mempersiapkan kertas duplex dan dipotong sesuai ukuran yang proporsinya.
- Menempelkan kaleng bekas diatas *hardboard* untuk mendapatkab bentuk global locomotif.
- Proses selanjutnya menempel berbagai macam barang bekas sesuai dengan bentuk proporsinya.
- Proses *finishing* pada karya ini hanya menggunakan cat pilox warna hitam doff.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karya seni diciptakan karena dorongan estetik yang timbul dari diri. Seni dalam perkembangan banyak mengedepankan pada kebebasan ekspresi untuk memvisualisasikan ide ke dalam bentuk karya seni. Melalui proses kreatif, fenomena dan segala sesuatu yang ada disekitar dapat tersimpan dalam ingatan dan tersusun menjadi suatu konsep penciptaan. Penciptaan karya seni prototype locomotif menggunakan bahan-bahan bekas yang sudah tidak bisa dipakai, dari sini peneliti merespon bentuk dari tiap detail barang bekas yang didapat.

Melalui proses kreatif, penciptaan karya seni dapat dinikmati hasilnya sebagai pemenuhan akan keindahan yang mampu memberikan nilai ekonomi. Salah satu industry yang memiliki potensi untuk dapat memberikan kontribusi bagi perekonomian di Indonesia adalah sector industry kreatif. Hal ini dikarenakan Indonesia meiliki kombinasi yang baik

antara talenta yang dimiliki oleh penduduknya dan banyaknya budaya local yang mengakar kuat dalam masyarakat Indonesia. Sehingga industry ini dapat dijadikan sebagai salah satu potensi besar yang dimiliki Negara ini untuk bersaing dalam menghadapi MEAL.

Locomotif kereta api dilihat dari sejarahnya mempunyai perjalanan yang panjang, dilihat dari desain bentuk hingga model mesin yang hingga sampai saat ini masih terus berkembang. Desain locomotif produk Jerman mempunyai keunikan tersendiri dari desain bentuknya, karena itu sangatlah cocok apabila bentuk locomotif dijadikan sumber inspirasi penciptaan karya seni dengan merespon bahan dasar limbah atau mendaur ulang barang bekas untuk dijadikan sebuah karya seni yang mampu mempunyai nilai ekonomi tinggi serta mempunyai keunikan dan nilai estetis tersendiri dilihat dari karya seninya.



Gambar 4.1 Proses penciptaan prototype locomotif CC5029 dari barang bekas.

Sumber: Dokumentasi Peneliti 2016.

Proses penciptaan *prototype* ini semua menggunakan barang bekas yang ada disekitar kita dan ramah lingkungan. Untuk memberikan kesan detail-detail mesin menggunakan beberapa komponen elektro seperti kabel, bahan dasar untuk bentuk menggunakan kaleng bekas rokok dan kertas duplex.



Gambar 4.2 Proses penciptaan prototype locomotif CC5029 dari barang bekas.

Sumber: Dokumentasi Peneliti 2016.

Proses finishing penciptaan prototype locomotife menggunakan cat pilox warna hitam doff, untuk mendapatkan detail dan karakter locomotif diperlukan ketelitian untuk memberi aksentasi dan asesoris agar karya tampak artistik.

KESIMPULAN

Dalam memvisualisasikan bentuk terhadap obyek peneliti mempunyai kebebasan berekspresi sesuai dengan kreativitasnya ke dalam bentuk untuk mengembangkan idenya. Berdasarkan uraian-uraian yang telah dikupas secara luas seperti yang telah ditampilkan diawal, maka dapat disimpulkan bahwa:

Barang bekas bisa dijadikan sebuah karya seni yang mempunyai nilai ekonomi, barang bekas dijadikan media dalam penciptaan karya dengan sumber inspirasi atau ide penciptaan prototip locomotif uap buatan Jerman. Dengan teknik yang sederhana yaitu teknik sambung dan menempel menjadikan prototip terlihat kedetailannya.

Melalui bentuk sebagai bahasa ekspresi dengan mengumpulkan bentuk secara visual dapat mengungkapkan suatu gagasan yang mendorong lahirnya suatu kreasi yang hendak disampaikan pada para penikmat seni.

Dari keseluruhan hasil karya pada proses ini, peneliti menyadari betul bahwa masih banyak kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan. Semoga karya ini dapat diterima dan menambah nilai apresiasi dalam khasanah seni rupa modern dan bermanfaat bagi pecinta seni pada umumnya. Segala kritikan dan saran selalu peneliti harapkan, mengingat sebagai manusia biasa kami menyadari betul akan keterbatasan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Nenny, 2008. *“Industri Kreatif”*, Jurnal ekonomi Desember 2008 Volume XIII No. 3 hal. 144-151.
- Budiman, K. 2004. *Semiotika Visual*. Yogyakarta: Penerbit Buku Baik.
- Chernyshevsky, N. G. 2005. *Hubungan Estetika Seni dengan Realitas*. Bandung: Ultimus.
- Herbert Edward Read, 1975, *The Meaning of Art*, Terjemahan Soedarso SP, STSRI “ASRI” Yogyakarta,
- Haryono, Timbul. 2009. *Seni Dalam Dimensi Bentuk, Ruang, dan Waktu*. Jakarta: Wedatama Widya Sastra.
- Howard, Roy Z. 2000. *Pengantar Teori-teori Pemahaman Kotemporer: Hermeneutika*,

- Wacana Analitik, Psikososial, dan Ontologis*. Penerjemah: Kusmana dan MS. Nasrullah. Bandung: Nuansa.
- Mikke Susanto, 2002. *Diksi Rupa: Kumpulan Istilah-istilah dalam Seni Rupa*. Yogyakarta, Kanisius, Nugroho, Puguh Setyo. 2008. "Analisis Industri Kreatif", *Jurnal Ekonomi Desember*.
- Satria, Dias dan Ayu Prameswari. 2011. "Strategi Pengembangan Industri Kreatif untuk Meningkatkan Daya Saing Pelaku Ekonomi Lokal". *Jurnal Aplikasi Manajemen*. Volume 9, Nomor 1. PP : 301-308.
- The Liang Gie, 1978. *Garis-garis Estetika (Filsafat Keindahan)*, Fakultas Filsafat Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.