

Candra Rupa

Jurnal of Art, Design, and Media

Desain Produk Mini Boat Pemberi Makan Ikan Otomatis Berbasis Microcontroller di Tambak Ikan Studi Kasus: Tambak Ikan Daerah Glagah Lamongan
Muhammad Fajrudin Fatwa, Yosef Richo Adrianto, Darwin Yuwono Riyanto

Proksemiks Ruang Akses Anjungan Tunai Mandiri (ATM) dalam Kajian Desain Dan Lingkungan Binaan
I Made Marthana Yusa, Nugrahardi Ramadhani, Agus Triyadi

Ornamen Masjid Azizi Kota Tanjung Pura
Rani Hermita, Thasya Choiriani Fahrezi

Visualisasi Kasih Sayang Ibu dalam Adegan Film Folklore: A Mother's Love
Mentari Ratnasari, Donie Fadjar Kurniawan

Perbandingan Desain Kemasan Blue Band Tahun 1980 dan 2020
Jeremy Timotius Hartono, Arleti Mochtar Apin

Analisis Komposisi Fotografi Pada Seri Foto Wanderlust Karya Steve McCurry
Tulus Rega Wahyuni Esiyansyah, Egi Suherman

Studi Komparasi Maskot-Maskot Non-Manusia dalam Menggambarkan Citra Institusi di Media Sosial
Siti Rahmadini

Penerimaan Mahasiswa Seni Teater ISI Surakarta Terhadap Pemeran Bintang Film Bumi Manusia
Rofi Nurfatimah, I Putu Suhada Agung

CandraRupa: Journal of Art, Design, and Media merupakan jurnal ilmiah yang berbasis seni, desain dan media. Jurnal CandraRupa: Journal of Art, Design, and Media diterbitkan oleh Universitas Dinamika memuat tentang konseptual, resume penelitian, serta tinjauan buku, perkembangan seni, desain dan media menjadi tujuan utama dalam jurnal sebagai landasan utama dalam bentuk teoritis maupun praktis. CandraRupa: Journal of Art, Design, and Media terbit dua kali dalam setahun yaitu Maret dan Oktober, dengan e-ISSN: 2714-8076, yang diterbitkan oleh Universitas Dinamika pertama kali tahun 2019.

TEAM EDITORIAL

Editor In Chief:

- Dr. Mochammad Arifin, S.Pd., M.Si. from Universitas Dinamika, Surabaya, Indonesia

Managing Editor:

- Harpang Yudha Karyawanto, S.Pd., M.Pd from Universitas Negeri Surabaya, Surabaya, Indonesia
- Fika Khoirun Nisa, S.Pd., M.Sn. from Universitas Dinamika, Surabaya, Indonesia
- Dr. Gaston soehadi, S.S., M.A. from Universitas Dinamika, Surabaya, Indonesia

Editorial Member:

- Abdul Aziz, S.Sn., M.Med.Kom. from Universitas Bina Nusantara, Jakarta Barat, Indonesia
- Sutikno, S.Kom., M.Sc. from Universitas Dinamika, Surabaya, Indonesia
- Desita Rizky Amelia Kusumaningtyas, S.T., M.Ds. from Universitas Dinamika, Surabaya, Indonesia

Assistant Editor:

- Kristin Lebdaningrum, S.Kom dari Universitas Dinamika, Surabaya, Indonesia.

Technical Handle:

- Atika Ilma Yani, A.Md dari Universitas Dinamika, Surabaya, Indonesia.

Mitra Bestari:

- Dr. Daniel Susilo, S.I.Kom., M.I.Kom. from Universitas Multimedia Nusantara, Banten, Indonesia
- Dr. Koko Hari Pramono, M.Pd from Sekolah Tinggi Kesenian Wilwatikta, Surabaya, Indonesia
- Dr. Karman from Badan Riset dan Inovasi Nasional, Jakarta Pusat, Indonesia
- Karsam, M.A., Ph.D from Universitas Dinamika, Surabaya, Indonesia
- Dr. Muh. Bahrudin, S.Sos., M.Med.Kom from Universitas Dinamika, Surabaya, Indonesia
- Dr. Drs. Bramantijo., M.Sn. from Sekolah Tinggi Kesenian Wilwatikta, Surabaya, Indonesia
- Totok Wahyu Abadi, SS., M.Si., Dr from Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Sidoarjo, Indonesia
- Dr. I Made Marthana Yusa, S.Ds., M.Ds from Institut Bisnis dan Teknologi Indonesia (INSTIKI), Bali, Indonesia
- Hairunnas, S.Ds., MMT. from Universitas Surabaya, Surabaya, Indonesia

Publisher:

- Universitas Dinamika

Website:

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

Email:

- Candrarupa@dinamika.ac.id

Editor's Address:

- Raya Kedung Baruk No. 98 Surabaya

TABLE CONTENT

Desain Produk <i>Mini Boat</i> Pemberi Makan Ikan Otomatis Berbasis <i>Microcontroller</i> di Tambak Ikan Studi Kasus: Tambak Ikan Daerah Glagah Lamongan Muhammad Fajrudin Fatwa, Yosef Richo Adrianto, Darwin Yuwono Riyanto	66-69
Proksemiks Ruang Akses Anjungan Tunai Mandiri (ATM) dalam Kajian Desain Dan Lingkungan Binaan I Made Marthana Yusa, Nugrahardi Ramadhani, Agus Triyadi	70-78
Ornamen Masjid Azizi Kota Tanjung Pura Rani Hermita, Thasya Choiriani Fahrezi	79-85
Visualisasi Kasih Sayang Ibu dalam Adegan Film <i>Folklore: A Mother's Love</i> Mentari Ratnasari, Donie Fadjar Kurniawan	86-92
Perbandingan Desain Kemasan Blue Band Tahun 1980 Dan 2020 Jeremy Timotius Hartono, Arleti Mochtar Apin	93-97
Analisis Komposisi Fotografi Pada Seri Foto Wanderlust Karya Steve Mccurry Tulus Rega Wahyuni Esiyansyah, Egi Suherman	98-104
Studi Komparasi Maskot-Maskot Non-Manusia dalam Menggambarkan Citra Institusi di Media Sosial Siti Rahmadini	105-112
Penerimaan Mahasiswa Seni Teater ISI Surakarta Terhadap Pemeran Bintang Film <i>Bumi Manusia</i> Rofi Nurfatimah, I Putu Suhada Agung	113-119

Kata Pengantar

Puji Syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya makalah ilmiah Jurnal CandraRupa: Journal of Art, Design, and Media dapat terbit sebagaimana yang telah direncanakan.

Sebagai Tenaga Profesional Dosen, memiliki kewajiban mengajar, meneliti, dan melakukan pengabdian masyarakat. Setiap hasil penelitian sebaiknya dipublikasikan untuk membagi apa yang telah diteliti dan memberitahu kepada masyarakat luas mengenai hasil penelitian. CandraRupa diharapkan, menjadi wadah dan sarana untuk penyebaran ilmu pengetahuan dan hasil penelitian di bidang seni, desain dan media secara berkelanjutan. CandraRupa juga diharapkan menjadi wadah pertemuan para penelitian dan dunia industri yang tertarik pada hasil penelitian. Terbitan CandraRupa dilakukan dua kali (Maret dan Oktober) dalam satu tahun melalui proses *review* yang berpengalaman dan sudah memiliki makalah yang diterbitkan di jurnal Internasional.

Kami mengucapkan terimakasih kepada peneliti yang telah mengirimkan hasil penelitiannya lewat CandraRupa, kepada Mitra Bestari yang sudah meluangkan waktu guna *me-review* makalah yang kami ajukan, serta kepada Universitas Dinamika yang mendukung penuh atas pengelolaan jurnal ini, dan kami mengucapkan terimakasih kepada semua pihak, baik yang terlibat secara langsung ataupun tidak langsung.

Ketua Redaksi



Dr. Mochammad Arifin, S.Pd., M.Si.

Desain Produk *Mini Boat* Pemberi Makan Ikan Otomatis Berbasis *Microcontroller* di Tambak Ikan Studi Kasus: Tambak Ikan Daerah Glagah Lamongan

Muhammad Fajrudin Fatwa¹, Yosef Richo Adrianto², Darwin Yuwono Riyanto³

¹Desain Produk, Universitas Dinamika, Surabaya, Indonesia

Email: 19420200007@dinamika.ac.id

²Desain Produk, Universitas Dinamika, Surabaya, Indonesia

Email: yosef@dinamika.ac.id

³Desain Produk, Universitas Dinamika, Surabaya, Indonesia

Email: darwin@dinamika.ac.id

* Penulis Korespondensi: E-mail: 19420200007@dinamika.ac.id

Abstrak: Kecamatan Glagah di Kabupaten Lamongan merupakan daerah dataran rendah yang memiliki mata pencaharian utama sebagai petambak ikan nila. Namun, masalah pemberian pakan yang tidak teratur dan banjir akibat luapan Bengawan Solo dan Bengawan Jero seringkali menyebabkan kematian masal pada ikan peliharaan. Para peneliti sebelumnya telah membuat pemberi makan ikan otomatis yang dikontrol dengan sistem *microcontroller*, namun masalah kelebihan kapasitas perikanan budidaya dan eutrofikasi di budidaya perairan serta banjir yang meluas setiap tahun masih menjadi ancaman bagi budidaya ikan di Kecamatan Glagah. Oleh karena itu peneliti merancang desain *Mini boat* pemberi pakan ikan otomatis yang merupakan sebuah produk yang dirancang untuk membantu petambak ikan dalam memberikan pakan ikan secara teratur dan efisien. Produk ini menggunakan sistem *microcontroller* untuk mengontrol pemberian pakan ikan secara otomatis. Selain itu, *mini boat* ini juga dapat membantu mengatasi masalah banjir yang sering terjadi di Kecamatan Glagah, Kabupaten Lamongan, yang dapat menyebabkan kematian masal pada ikan peliharaan. Dengan menggunakan *mini boat* ini, petambak ikan dapat memastikan bahwa ikan peliharaannya tetap mendapatkan pakan yang cukup walaupun terjadi banjir.

Kata Kunci: *Microcontroller*; Pakan Ikan; Pemberi Makan Ikan Otomatis; Tambak Ikan

Abstract: *Glagah District in Lamongan Regency is a lowland area which has the main livelihood as tilapia fish farmers. However, the problem of irregular feeding and flooding due to Bengawan Solo and Bengawan Jero overflows often causes mass death of domesticated fish. In the prior research, the researchers had made an automatic fish feeder controlled by a microcontroller system. But the problem of overcapacity in aquaculture and eutrophication in aquaculture as well as floods that expand every year are still a threat to fish farming in Glagah District, therefore researchers designed a mini boat that automatically feeds fish, which is a product designed to help fish farmers in provide fish feed regularly and efficiently. Specifically, this product uses a microcontroller system to control fish feeding automatically. In addition, this mini boat can also help overcome the problem of flooding that often occurs in Glagah District, Lamongan Regency, which can cause mass death of pet fish. Briefly, by using this mini boat, fish farmers can ensure that their pet fish still get enough food even when there is a flood.*

Keywords: *Automatic Fish Feeder; Fishpond; Fish Feed; Microcontroller*

PENDAHULUAN

Penelitian ini mengambil topik tentang *boat* pakan ikan otomatis di tambak ikan. Penelitian ini dilakukan berdasarkan studi kasus di daerah Glagah Lamongan. Kecamatan Glagah adalah sebuah daerah di Kabupaten Lamongan, bagian Tengah - Utara, yang terletak di dataran rendah dengan ketinggian antara 0-25 meter. Kecamatan ini terdiri dari beberapa kecamatan lainnya, dan sebagian besar penduduknya

bergantung pada petambakan ikan nila sebagai sumber penghasilan utama. Ikan nila merupakan jenis ikan yang banyak dikembangkan untuk pasar dalam negeri maupun ekspor. Selain itu, ikan nila juga dapat dipelihara di perairan payau dan telah dijadikan salah satu komoditas unggulan dalam program nasional [1]. Musim penghujan di Lamongan seringkali menjadi masalah bagi para pembudidaya ikan karena banjir yang menyebabkan sulitnya akses ke tambak-

tambak yang tergenang. Luapan sungai Bengawan Solo dan Bengawan Jero di Lamongan telah menyebabkan banjir yang merusak 11 kecamatan di Lamongan yang terdiri dari 17 desa. Lebih dari 1.200 rumah terendam banjir dengan ketinggian air yang bervariasi mulai dari 20 cm hingga hampir 1 meter. Menurut Dinas Perikanan dan Kelautan Kabupaten Lamongan, banjir akibat luapan sungai Bengawan Jero telah merendam lebih dari 4.100 hektar tambak warga di empat kecamatan, yaitu Turi, Kalitengah, Karangbinangun, dan Glagah [2]. Ada beberapa masalah yang terkait dengan budidaya perikanan, salah satunya adalah kelebihan kapasitas budidaya di perairan umum daratan seperti waduk, sungai, dan danau. Hal ini dapat menyebabkan terjadinya pembuangan pakan yang tidak terpakai atau kualitas pakan yang buruk.

Selain itu, penurunan kualitas perairan akibat eutrofikasi juga dapat menciptakan kondisi perairan budidaya yang kekurangan oksigen, serta meningkatnya bahan beracun seperti amoniak yang dapat menyebabkan kematian masal secara regular [2]. Dari hal tersebut para warga meminta solusi untuk mengatasi masalah tersebut, yaitu dengan menghadirkan produk pakan otomatis yang menurut analisis dan survei terhadap praktisi tambak dan petani ikan, kebutuhan akan pemberian pakan secara otomatis merupakan hal yang besar terutama bagi petani dan petambak yang memiliki luas kolam atau tambak yang cukup luas. Hal ini disebabkan oleh kesulitan dalam menjaga konsistensi pemberian pakan secara manual, baik dalam hal jumlah maupun waktunya [3]. Di kecamatan Glagah, masalah luas tambak menjadi kendala yang dihadapi saat ini, dengan rata-rata memiliki luas lebih dari 500-meter persegi.

Penelitian terhadap gaya apung *mini boat* dilakukan untuk memahami cara kerja gaya apung pada *mini boat* dan faktor-faktor yang mempengaruhinya [4]. Tujuan penelitian ini juga adalah untuk meningkatkan efisiensi gaya apung pada *mini boat* agar dapat bergerak lebih stabil dan lincah. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan sistem penggerak *mini boat* yang lebih efisien dan ramah lingkungan. Gaya apung adalah gaya yang diterima oleh benda karena fluida seperti air, dan dapat dinyatakan dengan rumus gaya apung = massa jenis fluida x gravitasi x volume benda. Keterangan: massa jenis fluida adalah massa per unit volume fluida, gravitasi adalah gaya gravitasi yang bekerja pada benda, dan volume benda adalah volume benda yang diteliti. Berdasarkan data yang didapat dari internet dan penjual pelampung kincir, gaya apung *mini boat* mampu menahan beban hingga 50kg.

Dari pernyataan diatas tujuan dari rancangan *boat* pemberi pakan ikan otomatis ini adalah untuk merancang desain *mini boat* pemberi pakan ikan otomatis berbasis *microcontroller* ditambak ikan, serta memungkinkan kontrol terhadap kondisi kolam

meskipun berjarak jauh dan menghadirkan inovasi baru dengan menggabungkan pemberi pakan ikan otomatis dengan *boat*. Berdasarkan evaluasi alat yang sudah dirancang sebelumnya, terdapat beberapa kekurangan yang masih bisa dikembangkan, seperti masalah energi. Alat pemberi pakan ikan otomatis yang sebelumnya hanya dapat bekerja jika listrik hidup, tetapi tidak akan bekerja dengan optimal jika listrik padam. Oleh karena itu, penggunaan baterai dengan kapasitas yang cukup akan sangat berguna untuk mendukung alat tersebut.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode kualitatif. Metode ini terdiri dari observasi, analisis visual, studi pustaka, dan wawancara individu atau kelompok yang bertujuan untuk mengumpulkan data tentang masa lalu atau saat ini [5]. Analisis SCAMPER dianggap tepat untuk perancangan produk ini karena membutuhkan proses kreatif yang banyak, seperti pemilihan visual, material, dan operasi, penggabungan ide dan referensi produk, adaptasi ide, modifikasi produk, perubahan bentuk produk yang lebih baik dari produk sejenis, penggunaan produk lain, penambahan atau penghapusan elemen produk untuk meningkatkan fungsi produk secara lebih spesifik dan efektif, dan penataan ulang komponen dan fungsi produk [7]. Wawancara melibatkan seorang praktisi *aquaculture* di Lamongan.

Peneliti melakukan wawancara melibatkan yang melibatkan praktisi di bidang pertambakan, pengerajin perahu dan akademisi data yang didapat yaitu:

1. Praktisi Pembudidaya ikan Lamongan:

Menurut Mudzakir, dkk pada tanggal 12 desember 2022 memberikan pernyataan dapat disimpulkan bahwa *mini boat* pemberi pakan ikan otomatis ini merupakan solusi yang sangat berguna bagi para petambak ikan di daerah kami. Sebagai petambak ikan, peneliti seringkali kesulitan dalam memberikan pakan ikan secara teratur karena adanya masalah banjir yang terjadi setiap tahun. Penggunaan *mini boat* ini, kami dapat memastikan bahwa ikan peliharaan kami tetap mendapatkan pakan yang cukup walaupun terjadi banjir selain itu penggunaan baterai tambahan dapat memudahkan dalam pengaplikasian di dalam penggunaannya.

2. Menurut Alfarisi 9 Januari 2023

Saya sangat menyukai fitur *mini boat* pemberi pakan ikan otomatis ini, namun saya juga merasa bahwa penambahan fitur *remote control* akan sangat membantu dalam mengelola tambak ikan. Penggunaan *remote control*, dapat dengan mudah mengontrol *mini boat* dari jarak jauh tanpa harus berada langsung di tambak ikan. Ini akan sangat membantu dalam situasi di mana saya tidak dapat langsung mengakses tambak ikan, misalnya saat cuaca buruk atau saat saya sedang tidak di tempat. Selain itu, penambahan fitur *remote control* juga dapat membantu dalam mengontrol

pemberian pakan ke ikan dengan lebih detail dan akurat. Menurut jurnal *boat* pemberi pakan ikan otomatis yang diterbitkan oleh [6] ada beberapa referensi dalam sistem kerja *boat* ini. Desain *mini boat* pemberi pakan ikan otomatis yang dikembangkan oleh [6] menggunakan sistem *remote control* untuk membantu petambak ikan dalam mengelola pemberian pakan secara otomatis. Sistem terdiri dari *mini boat* yang dapat dikendalikan secara *remote*, pemberi pakan ikan otomatis yang dipasang di dalam *mini boat*, dan kontroler *remote* yang digunakan untuk mengendalikan *mini boat*.

Implementasi *mini boat* pemberi pakan ikan otomatis yang dilakukan oleh [6] terdiri dari penggunaan mikrokontroler ATmega16 pada *mini boat* yang terhubung dengan *servo motor* yang mengontrol pemberian pakan ikan. Selain itu, *mini boat* juga dilengkapi dengan motor DC sebagai penggerakannya. Kontroler *remote* yang digunakan merupakan *remote* kendaraan RC dengan *joystick* yang dapat digunakan untuk mengendalikan *mini boat* secara *remote* [7].

Peneliti mendapatkan beberapa kesimpulan poin penting dari data yang didapat kedalam sebuah tabel penyajian data pada Tabel 1.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peneliti melakukan observasi terhadap *mini boat* pemberi pakan ikan otomatis di tambak ikan yang ada pada saat ini atau ada pada pasar sekarang, dengan tujuan mencari data desain bagian dalam dan luar, warna, ukuran, dan material.

1. Desain *mini boat* ini memiliki ukuran yang lebih kecil dan ringkas dari pada *speedboat* pengangkut manusia yang memiliki ukuran 5 sampai 10 meter sedangkan yang peneliti kembangkan memiliki ukuran 175cm untuk panjang dan 120cm untuk lebarnya yang memiliki kelebihan mudah dipindah dari tambak satu ke tambak lainnya dan tidak memakan banyak tempat.
2. Warna yang sering ada pada pasaran yaitu warna biru, hitam, dan kuning.
3. Beberapa material yang sering digunakan untuk membuat *mini boat* adalah *fiberglass*, plastik, aluminium, atau bahan lain yang tahan terhadap air dan tidak mudah rusak. Selain material untuk membuat struktur *mini boat*, material lain yang mungkin diperlukan untuk membuat *mini boat* pemberi pakan ikan otomatis termasuk sistem kontrol (seperti *microcontroller* atau *remote control*), motor atau sistem *propulsion*, sistem pemberian pakan, dan baterai atau sumber energi lainnya.



Gambar 2. 3D Tampak Atas Prespektif (Fatwa, 2022)



Gambar 3. 3D Tampak Depan (Fatwa, 2022)



Gambar 4. 3D Produk Di Tambak Ikan (Fatwa, 2022)

Tabel. 1 Penyajian Data

Bentuk dan Konsep Desain	<ul style="list-style-type: none"> • Bentuk dasar gabungan beberapa objek yang terkesan unik • <i>Boat mini</i> menggunakan konsep <i>modern</i>
Warna	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Boat mini</i> memakai warna dominan biru
Ukuran	<ul style="list-style-type: none"> • Panjang 175 cm • Lebar 120 cm • Tinggi 60 cm

KESIMPULAN

Setelah melakukan penelitian, dapat disimpulkan bahwa *mini boat* pemberi pakan ikan otomatis merupakan produk yang dapat membantu petambak ikan di Kecamatan Glagah, Kabupaten Lamongan. untuk memberikan pakan ikan secara teratur dan efisien. Sistem *microcontroller* yang digunakan dapat membantu mengontrol pemberian pakan ikan secara otomatis, sehingga dapat memastikan bahwa ikan peliharaan tetap mendapatkan pakan yang cukup meskipun terjadi banjir di daerah tersebut. *Mini boat* ini juga dapat membantu mengatasi masalah banjir yang sering terjadi di Kecamatan Glagah, yang dapat menyebabkan kematian massal pada ikan peliharaan.

SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan dan penelitian mengenai pengembangan desain produk pemberi

pakan ikan otomatis ada beberapa saran yang diberikan untuk pengembangan berikutnya yang lain.yaitu:

1. Integrasi dengan teknologi lain: Cari cara untuk mengintegrasikan sistem dengan teknologi lain seperti sistem *monitoring* tambak ikan untuk memastikan kondisi tambak tetap optimal.
2. Uji coba dan pengujian: Pastikan untuk melakukan uji coba dan pengujian untuk memastikan bahwa sistem berfungsi dengan baik dan memenuhi standar kualitas.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] I. Diatin, M. P. Sobari and R. Irianni, "Analisis Kelayakan Finansial Budidaya Ikan Nila Wanayasa," Library of IPB University, Bogor, 2007.
- [2] "Kondisi Tambak di Kabupaten Lamongan," Dinas Perikanan dan Kelautan Kabupaten Lamongan, [Online]. Available: <https://dpkkablamongan.com/kondisi-tambak-di-kabupaten-lamongan>. [Accessed 5 Januari 2023].
- [3] S. Aisyah, "Masalah-Masalah Pada Budidaya Perikanan," *Jurnal Akuakultur Indonesia*, vol. 3, no. 2, pp. 45-52, 2012.
- [4] Ariyanto, "Analisis Pemberian Pakan Otomatis pada Budidaya Ikan," *Jurnal Akuakultur Indonesia*, vol. 5, no. 2, pp. 78-85, 2015.
- [5] W. R. Hendra, "Peranan Pemberian Pakan Terhadap Kesehatan Ikan Dalam Budidaya," *Jurnal Akuakultur Indonesia*, vol. 1, no. 2, pp. 12-18, 2015.
- [6] J. R. F. Arneodo and M. A. Fontelos, "A Review of Buoyancy and Its Applications," *Annual Review of Fluid Mechanics*, vol. 44, pp. 1-25, 2012.
- [7] Wikipedia, "Buoyancy," Wikipedia, [Online]. Available: en.wikipedia.org/wiki/Buoyancy. [Accessed 5 Januari 2023].
- [8] M. A. Mohd Yusoff, A. R. Hamdan and M. R. (. Omar, "Design and implementation of a remote-controlled mini boat for fish feeding," *Universiti Teknologi Malaysia*.
- [9] S. Wignjosoebroto, "Ergonomi Studi Gerak dan Waktu. (Ed. Pertama) cetakan keempat," Surabaya: Guna Widya, 2008.

Proksemiks Ruang Akses Anjungan Tunai Mandiri (ATM) dalam Kajian Desain dan Lingkungan Binaan

I Made Marthana Yusa¹, Nugrahardi Ramadhani², Agus Triyadi³

¹Desain Komunikasi Visual, Institut Bisnis dan Teknologi Indonesia (INSTIKI), Denpasar, Indonesia

Email: made.marthana@instiki.ac.id

²Desain Komunikasi Visual, Institut Teknologi Sepuluh November, Surabaya, Indonesia

Email: dhanisancok@its.ac.id

³Desain Komunikasi Visual, Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya, Bandung, Indonesia

Email : agus@ars.ac.id

*Penulis Korespondensi : E-mail : made.marthana@instiki.ac.id

Abstrak: Artikel ini mengungkap hasil pengamatan proksemiks ruang akses Anjungan Tunai Mandiri (ATM) pada salah satu area ATM di kampus Institut Teknologi Bandung. Pengamatan proksemiks menggunakan pendekatan desain dan lingkungan binaan. Metode pengumpulan data menggunakan metode observasi lapangan. Data visual berupa foto (*still images*) dan video dianalisis menggunakan pendekatan proksemik atau yang dikenal sebagai semiotika ruang. Penelitian ini menggunakan teori-teori mengenai semiotika ruang (*proxemics*), kecenderungan perilaku mengantri, juga didukung dengan studi literatur pada konsep-konsep desain dan lingkungan binaan (*built environment*). Melalui penelitian ini didapatkan banyak hal terkait taksonomi ruang (*taxonomy of space*), perilaku manusia dalam ruang terkait proksemik, dan terdapat sirkulasi manusia secara alami sebagai respon terhadap ruang. Dari penelitian ini juga disampaikan rekomendasi bahwa dalam merancang suatu lingkungan binaan atau *built environment*, desainer hendaknya memerhatikan posisi suatu titik pusat aktivitas, seperti yang dipilih sebagai studi kasus pada artikel ini adalah ATM. Hal lain yang terkait dengan posisi adalah akses, dan potensi *traffic* yang terjadi di lingkungan sekitar titik pusat aktivitas.

Kata Kunci: Antrian ATM; Desain dan Lingkungan Binaan; Proksemik; Semiotika Ruang

Abstract: This article reveals the results of proxemic observations of ATM access rooms in one of the ATM areas on the campus of the Bandung Institute of Technology. Proxemic observation uses a design approach and the built environment. Methods of data collection using field observation methods. Visual data in the form of photos (*still images*) and videos were analyzed using a proxemic approach or what is known as spatial semiotics. This study uses theories regarding spatial semiotics (*proxemics*), behavioral tendencies to queue, also supported by literature studies on design concepts and the built environment. Through this research, many things were obtained related to the taxonomy of space, human behavior in space related to proxemics, and there is natural human circulation in response to space. From this research, recommendations are also made that in designing a built environment, designers should pay attention to the position of a central point of activity, such as the one chosen as the case study in this article is ATM. Another thing related to the position of course is access, and potential traffic that occurs in the environment around the center of activity.

Keywords: ATM Queue; Design and The Built Environment; Proxemics; Semiotic Study of Space

PENDAHULUAN

Manusia ketika berada dalam suatu wilayah atau lingkungan tidak akan lepas dari berbagai interaksi. Interaksi tersebut meliputi interaksi manusia dengan ruang (alam, lingkungan sekitar), manusia satu dengan manusia yang lain, dan manusia dengan elemen biotik maupun abiotik dalam suatu radius tertentu [1], [2]. Manusia membutuhkan berbagai sarana atau fasilitas dalam membantu aktivitasnya baik di dalam maupun di luar ruangan. Fasilitas dalam lingkungan tersebut yang penulis istilahkan dengan instrumen artifisial dibuat mengikuti

kebutuhan manusia akan fungsi, nilai, dan eksistensi. Semua instrumen yang dibuat secara artifisial membentuk sebuah lingkungan binaan yang memfasilitasi kehidupan manusia yang dinamis, selalu tumbuh dan bergerak.

Usaha instrumentasi artifisial untuk memfasilitasi segala kegiatan manusia secara langsung maupun tidak langsung mampu mengatur dan mengarahkan perilaku manusia. Namun, manusia dengan berbagai potensinya terkait juga dengan norma dan budaya memiliki perilaku khas terhadap instrumentasi artifisial tersebut. Respon manusia atau

sekelompok orang terhadap suatu instrumen artifisial bisa berbeda dengan manusia atau sekelompok manusia dari wilayah yang lain.

Teori mengenai antri atau "*queueing theory*" menyatakan bahwa waktu tunggu seseorang dalam antrian dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti jumlah orang dalam antrian, jumlah *server* yang tersedia, dan kecepatan pelayanan. Dalam teori ini, waktu tunggu yang optimal adalah saat antrian sedang tidak terlalu panjang dan jumlah *server* cukup untuk melayani jumlah orang dalam antrian [3], [4].

Namun, di Indonesia terdapat fenomena *gap* budaya antri di *Automatic Teller Machine* atau yang di Indonesia diistilahkan sebagai Anjungan Tunai Mandiri (ATM), dimana terdapat perbedaan antara teori antri dan realitas di lapangan. Dalam kenyataannya, meskipun jumlah *server* ATM sudah banyak dan teknologi semakin canggih, seringkali terjadi antrian panjang di ATM. Fenomena ini terjadi karena budaya antri di Indonesia masih kurang berkembang, sehingga banyak orang yang tidak sabar dan tidak ingin menunggu dalam antrian yang panjang [5]. Selain itu, terdapat faktor-faktor lain yang memengaruhi *gap* budaya antri di ATM di Indonesia, seperti kurangnya kesadaran masyarakat akan pentingnya antri yang rapi dan tertib, serta kurangnya pengawasan dari pihak keamanan atau petugas ATM terhadap perilaku tidak tertib di area ATM [6], [7].

Dalam mengatasi *gap* budaya antri di ATM di Indonesia, diperlukan upaya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya antri yang rapi dan tertib, serta penguatan pengawasan dari pihak keamanan atau petugas ATM terhadap perilaku tidak tertib di area ATM. Selain itu, pihak *bank* atau perusahaan penyedia layanan ATM juga dapat melakukan evaluasi dan perbaikan terhadap sistem pelayanan ATM, sehingga dapat mengoptimalkan waktu tunggu dan meminimalisir antrian panjang di ATM [8], [9].

Dalam penelitian ini, Penulis mengobservasi budaya antri yang diselenggarakan pada antrian ATM (*Automatic Teller Machine* atau Anjungan Tunai Mandiri) di salah satu area di kampus Institut Teknologi Bandung (ITB). Budaya antri dalam hal ini adalah sebuah budaya unik dalam sebuah sistem sosial masyarakat dimana terdapat pemanfaatan ruang-waktu dan objek (dalam hal ini manusia dan fasilitas). Penelitian dilakukan pada ruang antrian ATM karena terlihat ada banyak penanda (*signifier*) yang terdeteksi, mulai dari *gesture* pengantri (individu-kelompok), struktur ruang yang tercipta, interaksi antar individu dan banyak hal lain yang terkait dengan semiotika ruang (*proxemics*) dalam lingkungan binaan.

a. Memahami Budaya Antri

Kata "antri" jika dicari padanan katanya dalam bahasa Inggris adalah *make queue, queue, queue up, queued up, queuing up, stand in line, standing in line, stood in line* [5]. Budaya antri tercipta secara alamiah

atas respons *personal space* suatu individu terhadap *personal space* individu lain dan membentuk sebuah sistem sosial yang secara alami disepakati bersama [10].

Berikut adalah rangkuman tentang budaya antri, dengan mengambil studi kasus budaya antri di Indonesia, kemudian menelisik perbandingan antara budaya antri di Indonesia dengan di luar Indonesia: (1) Orang Indonesia cenderung lebih tertib kalau mengantri di kantor atau fasilitas umum atau ruang tertutup jika dibandingkan dengan di ruang terbuka. Hal itu disebabkan karena sudah ada batas yang menandakan jalur antrian [5], [11]; (2) Masyarakat di Indonesia cenderung memiliki tingkat kesabaran rendah dalam mengantri untuk mengambil uang di ATM, apalagi jika pengguna ATM yang ditunggu selesai aktivitasnya malah menghabiskan waktu yang dianggap terlalu lama. Seringkali batas kesabaran menunggu habis sehingga merespon dengan menegur pengguna ATM yang ditunggu hingga orang tersebut keluar dari ATM. Setelah orang di dalam ATM keluar, mereka akan membicarakan orang tersebut sampai selesai mengambil uang di ATM. Berbeda dengan masyarakat Jepang pada umumnya, dimana masyarakat Jepang akan tetap mengantri untuk mengambil uang di ATM meskipun orang di dalam melakukan transaksi sangat lama [6]; (3) Mengantri bukan cuma suatu etika tapi gaya hidup dan cara kita menghargai orang-orang di sekeliling kita. Prinsipnya adalah : "Apa yang kamu ingin orang lain perbuat untukmu, lakukanlah dahulu untuk orang lain" [5]; (4) Jika kita bisa menghormati orang lain, tentu bisa bersabar hati untuk mengantri di belakang orang yang datang lebih dahulu [10].

Budaya antri secara pribadi bisa ditanamkan kepada diri sendiri bahwa saya mesti menghormati orang lain, mendahulukan orang lain yang lebih dahulu datang, atau mendahulukan orang lain yang sudah masuk jalur (dalam lalu lintas misalnya). Secara pribadi-pribadi hal ini akan terkumpul dalam satu kelompok masyarakat, dan kelompok masyarakat akan membentuk suatu bangsa dan negara. Imbasnya, bukan hanya berhenti pada menanamkan budaya antri dan menghormati pada diri sendiri, tapi lebih jauh dari itu. Ketika seseorang berkuasa membentuk sistem, misalnya manajemen ataupun pimpinan nasional, maka akan memikirkan pula bagaimana membuat sistem yang bisa mengakomodasi budaya saling menghormati dan antri [12]. Dari pendapat-pendapat tersebut didapat bahwa budaya antri yang diterapkan berhubungan dengan motivasi individu, sistem yang terintegrasi dengan baik, etika dan gaya hidup bahkan budaya antri mencerminkan cara bagaimana kita menghargai orang-orang di sekitar kita.

b. Proksemiks sebagai Konsep Semiotika Ruang

Proksemiks merupakan istilah dalam bahasa Indonesia yang mengadaptasi istilah berbahasa Inggris *proxemics*. Istilah *proxemics* diperkenalkan oleh antropolog Edward T. Hall pada tahun 1966

untuk mendeskripsikan sebuah sistem ukuran berkaitan dengan jarak dan ruang atau wilayah (zona) antara manusia ketika berinteraksi. Menurut Hall, *proxemics* bisa dirangkum sebagai :”seperti hukum gravitasi, pengaruh antara dua tubuh manusia antara satu dengan yang lainnya berbalik secara proporsional bukan hanya dalam jarak ruang dua dimensi tapi bahkan bisa dalam bentuk ruang 3 dimensi” [13].

Piliang menjelaskan *proxemics* sebagai kombinasi kata ‘proximity’ dengan ‘emics’ yang merupakan kajian tentang struktur ruang, yaitu struktur jarak (*distance*) serta pengorganisasian ruang di dalam berbagai bentuk kehidupan sehari-hari (rumah, desa, kota, dan sebagainya) [14]. Tiga elemen penting dalam *proxemic* adalah ruang, waktu, dan obyek (manusia) [15], [16]. *Proxemics* menyangkut bahasa. Bahasa dalam artian komunikasi non verbal yang dilakukan oleh tubuh. Bahasa tubuh manusia mampu menyampaikan banyak hal. Seperti yang dikatakan oleh Julius Fast [17], cara kita berinteraksi dengan ruangan tidak sesederhana dengan jika kita berkomunikasi dengan ukuran-ukuran yang menyangkut jarak antara satu titik dengan titik yang lain. Bahasa tubuh yang merupakan bahasa yang dikomunikasikan dalam ruang dan penempatan diri kita dalam ruangan mampu menginformasikan banyak hal [18], [19]. Beberapa pengamat mengklaim bahwa setidaknya 75 persen dari semua komunikasi adalah komunikasi yang bersifat dan berbentuk *non verbal* [20].

Bonaccio dan Remland [21], [22] dalam penelitiannya menunjukkan betapa ilmiah dan majunya ilmu pengetahuan tentang *non-verbal communication* ini. *Non-verbal communication* terkait juga dengan cara bertindak (*behaviour*). Berbagai hal tentang cara dan sikap bertindak telah dibandingkan juga melalui pengamatan terhadap banyak manusia dan bahkan binatang. Tanpa disadari, kita melakukan berbagai komunikasi *non-verbal* sehari-hari dan menerapkan perilaku tersebut dalam ruang [21], [22].

Ruang memiliki peran spatial yang telah terdefiniskan. Setiap ruang memiliki sifatnya sendiri. Titik-titik dalam ruangan pun memiliki makna-nya sendiri hingga berbagai konfigurasi titik dalam ruang mampu berinteraksi dengan perilaku manusia [23]. Desmond Morris, seorang peneliti perilaku manusia mengisyaratkan bahwa kita bisa mereduksi konflik dengan menerapkan aturan tentang ”pembagian” ruang dan berbagai sinyal-sinyal mengenai posisi atau letak suatu titik dalam ruang. Dalam hal ini, penempatan diri kita terhadap ruang pun memiliki makna, dimulai ketika kita berada seorang diri dalam ruang, hingga mulai berinteraksi dengan satu orang bahkan lebih dari satu orang [24], [25].

Proxemics juga menjelaskan bagaimana manusia dan berbagai titik dalam ruang memiliki peran. Bryan Lawson dalam *Language of Space* mendeskripsikan juga tentang implementasi konsep *proxemics* yang

mendorong terciptanya *sociofugal* dan *sociopetal space*, *non-reciprocal relationships*, *waiting space*, bagaimana mendesain *lay out* yang baik hingga penempatan *furniture* sebagai titik-titik yang bermakna dalam ruang [26].

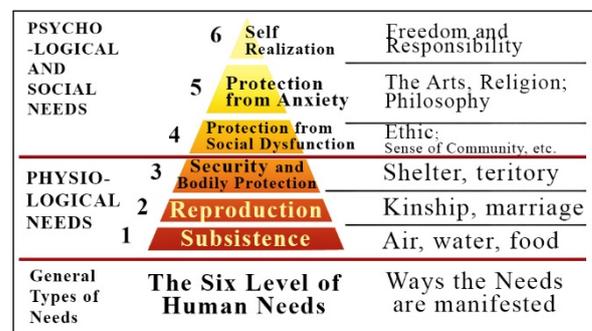
c. Konstruksi Terminologi Lingkungan Binaan

Istilah ‘lingkungan binaan’ merupakan istilah berbahasa Indonesia yang mengadaptasi istilah berbahasa Inggris ‘*built environment*’. Konsep *Built environment* dibangun berdasar atas keniscayaan bahwa manusia dalam fitrahnya memiliki keinginan untuk membangun (konstruktif) dan merobohkan untuk kembali membangun (destruktif). Keinginan konstruktif manusia yang selalu membangun tersebut merupakan kontribusi positif terhadap terciptanya lingkungan binaan [27].

Manusia mendesain dan membangun berdasarkan pengalaman visual, kognitif dan praktisnya baik dari pengalaman pribadi, pengalaman orang lain maupun pengalaman yang terbentuk secara kolektif [20], [28], [29]. Berdasarkan pengalaman tersebut, komponen lingkungan binaan muncul dari kebutuhan, pikiran, dan tindakan manusia tersebut. Terkadang substansi dari perilaku manusia mencapai sebuah tingkatan utama yang perlu ditangani dengan spesial. Berbagai tingkatan tindakan dan atau kebutuhan untuk bertindak pada manusia memerlukan penanganan berdasarkan tinggi rendahnya kualitas kebutuhan bertindak tersebut. Manusia mendesain dan merancang pengalaman hidupnya untuk mencapai suatu kualitas tertentu demi manusia itu sendiri dan akan mempengaruhi manusia yang lain.

d. Peran Desainer dalam Implementasi Konsep Proxemics

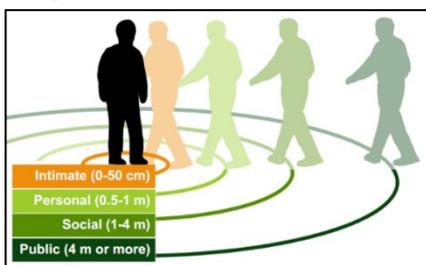
Desainer berperan dalam memfasilitasi pemenuhan enam tingkat kebutuhan manusia (*the six levels of human needs*) yang bisa dilihat pada Gambar 1. Ada 2 kategori utama kebutuhan manusia yaitu (1) kebutuhan yang bersifat fisiologis; dan (2) kebutuhan fisiologis dan sosial, dimana tingkatan kebutuhan yang bersifat fisiologis dan sosial ini berada pada bidang piramida puncak dari piramida enam tingkatan kebutuhan manusia [30], [31].



Gambar 1. *The Six Level of Human Needs* (Max-Neef, 2017)

Dalam hal ini, *proxemics* banyak memberikan acuan bagi desainer dalam merancang titik-titik dalam ruang yang berinteraksi dengan manusia. Kemudian,

manusia pun, sebagai titik dalam ruang akan berinteraksi dengan manusia yang ada dalam ruang. Interaksi bisa berjalan antara manusia satu dengan manusia lain, manusia satu dengan suatu kelompok manusia atau bahkan kelompok manusia yang satu dengan kelompok manusia yang lain. Tingkatan intensitas interaksi suatu individu manusia dengan individu manusia yang lain, atau dengan kelompok manusia yang lain sangat dipengaruhi oleh zona personal atau yang dikenal dengan istilah lain sebagai *proximity bubble* [32]–[34]. Zona personal ini mendapat perhatian lebih saat pandemi *COVID-19* karena adanya prosedur proteksi atau pencegahan penularan virus dengan mengatur jarak interaksi antara individu. Ilustrasi mengenai zona personal ini bisa dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. *Proxemics Personal Space* (Marquardt dan Greenberg, 2012)

METODE PENELITIAN

Metode pengumpulan data menggunakan metode observasi lapangan pada tahap awal perancangan penelitian. Lokasi ATM yang dipilih sebagai pangkalan riset adalah ATM yang paling tinggi sirkulasi pengunjungnya yaitu ATM MANDIRI sebelah ruang Kokesma, di kampus Institut Teknologi Bandung. Dokumentasi foto dilakukan pada awal penelitian untuk mendokumentasikan lokasi *existing area* ATM yang kosong, sebagai bagian dari identifikasi ruang dan potensi terjadinya interaksi di ruang atau area ATM tersebut. Dokumentasi foto dan video dilakukan pada jadwal utama pengumpulan data yang menghasilkan data audio, visual dan video. Jadwal utama penelitian dipilih dengan pertimbangan utama kepadatan dan intensitas interaksi manusia yang mengakses ATM, dan manusia yang melewati area akses ATM. Gejala-gejala yang digunakan untuk analisis adalah melihat perilaku menyimpang (*accent*) dari pengguna yang mengganggu sirkulasi manusia pada ruang, atau mengganggu ritme atau ketertiban yang sedang berlaku. Informasi yang dikumpulkan pada data video mengungkapkan pergerakan atau aktivitas orang-orang dalam mengakses ATM, juga aktivitas orang lain yang melewati ruang akses ATM. Perekaman situasi lapangan ini dilakukan secara partisipatoris dengan teknik *shadowing & undercover*.

Teknik *shadowing* adalah metode pengumpulan data dimana peneliti mengamati individu atau kelompok target secara terus-menerus selama periode waktu tertentu untuk mempelajari aktivitas mereka

secara rinci. Dalam implementasi teknik ini, peneliti mencatat dan merekam segala hal yang diamati dari interaksi, lingkungan, hingga peristiwa yang terjadi selama penelitian berlangsung [35]. Tujuan utama teknik *shadowing* adalah untuk memahami cara individu atau kelompok bertindak dan berinteraksi dalam situasi tertentu secara alami, dalam hal ini adalah mengakses unit ATM.

Sementara itu, teknik *undercover* adalah metode pengumpulan data dimana peneliti menyamar sebagai anggota kelompok atau organisasi tertentu untuk mengamati atau memperoleh data yang sulit diakses secara langsung. Dalam teknik ini, peneliti akan berbaur sebagai pengguna ATM dan dengan profil visual mahasiswa. Tujuan utama dari teknik *undercover* adalah untuk memperoleh data yang tidak mungkin diperoleh secara terbuka dan transparan [36].

Data visual berupa foto (*still image*) dan video dianalisis menggunakan pendekatan semiotika ruang dengan landasan teori-teori mengenai *proxemics*, kecenderungan perilaku mengantri, dan didukung dengan studi literatur pada konsep-konsep desain dan lingkungan binaan (*built environment*). Pemaparan analisis didukung dengan ilustrasi dengan penandaan (*marker*) agar mempermudah pemahaman dan penjelasan terhadap deskripsi yang hendak disampaikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Hasil Observasi Kondisi *Existing Area* ATM

Ada 3 elemen pembentuk ruang konkrit yang terlihat pada Gambar 3 yaitu ; lantai, dinding (masif), dan langit-langit. Pada bagian yang berlawanan dari dinding masif terdapat pilar-pilar membentuk batas maya (tembus pandang).



Gambar 3. Kondisi *Existing Lokus* Penelitian (Yusa, 2022)

Dari kondisi *existing* lokus penelitian Gambar 3.) dapat dinyatakan bahwa, sesuai dengan teori Piliang [14], [15] sudah memenuhi syarat untuk terjadinya interaksi yang menciptakan gejala-gejala sebagai bahan analisis, seperti interaksi antara manusia dengan manusia, dan antara manusia dengan ruang dengan segala elemennya.

Pada Gambar 3. juga terungkap area-area

potensial terjadinya interaksi, dan ruang-ruang yang dalam pemikiran Desmond Morris bisa dibentuk dari kehadiran elemen ruang dengan aktivitas manusia (kelompok manusia) yang heterogen berbaur.

b. Hasil Analisis Pergerakan Manusia pada Area Akses ATM

Pada Gambar 4 dapat dijelaskan bahwa tanda panah vertikal mencitrakan ruang yang terbentuk oleh tinggi ruang yang merupakan jarak titik dari lantai dengan langit-langit. Kurang lebih 2,5 m. Tanda panah horizontal menunjukkan ruang yang terbentuk oleh lebar jalan yang merupakan sirkulasi ATM dengan jarak antara titik batas dinding dengan batas ruang jalan yang ditandai dengan beton pilar (*signifier*) ATM Center dan jarak kurang lebih 2,5 m.

Tidak ada kontak antara dua individu (*signified*) yang diketahui dari *vector* (arah) pandang individu yang tidak bertemu (*signifier*). Hal tersebut menandakan mereka tidak saling berkomunikasi atau bahkan tidak saling kenal.

Gesture kedua orang menandakan bahwa mereka sedang berjalan menuju arah (*vector* yang dicitrakan dengan panah kuning) menjauhi ruangan sebagai petanda (*signified*) dari kaki kiri yang terangkat untuk dipijakkan (harmoni pergerakan kaki dalam berjalan) sebagai *signifier*.



Gambar 4. Pergerakan Manusia pada Area Akses ATM (Yusa, 2022)

Dari hasil pengamatan terhadap pergerakan berjalan dua individu tersebut (Gambar 4.) menandakan individu secara sadar memosisikan diri mengambil jalur kosong untuk menghindari konflik dengan individu lain, dan memberikan ruang bagi orang yang dekat dengan area ATM untuk mengakses area ATM. Menurut teori *proxemics* dari Edward T Hall [13], profil ruang area ATM dalam penelitian ini ideal untuk memfasilitasi sirkulasi manusia, selama masih memenuhi kapasitas ideal ruang. Pergerakan dua individu tersebut sejatinya juga merupakan kegiatan sebagai manifestasi dari proteksi dirinya terhadap konflik, sesuai konsep *physiological needs* Max-Neef [31], pada tingkatan *security and bodily protection*, level 3 dari 6 level kebutuhan manusia.

c. Hasil Analisis Sifat Ruang pada Area Akses ATM

Dari pengamatan observasi ditemukan bahwa ada 3 sifat ruang yang berbeda pada area akses ATM yaitu ruang yang bersifat *private*, sosial, dan publik. Deskripsi mengenai hal ini didukung dengan ilustrasi pada Gambar 5.

Ruang *private*, ditandai dengan area =

Ruang yang termasuk dalam kategori ruang *private* adalah area interior masif ruang ATM. Ruang ini bersifat individual dan memiliki *privacy* tinggi, mengingat informasi yang beredar dalam transaksi di ATM seharusnya hanya diketahui oleh individu di ATM saja. Ruang ATM. Bersifat individual dan *privacy* (*signified*) yang bisa dilihat dari kemasifan ruang dan dimensi sirkulasi yang dibuat hanya untuk satu orang, atau paling banyak dua orang (*signifier*).



Ruang *Private* =
 Ruang Sosial =
 Ruang Publik =

Gambar 5. Sifat Ruang (Yusa, 2022)

Ruang Sosial, ditandai dengan area =

Ruang KOKESMA dapat dikategorikan sebagai ruang kategori sosial karena ada interaksi dengan jarak sedang (2-4 m) antara individu (manusia), minimal antara penjual dan pembeli.

Ruang publik, ditandai dengan area =

Ruang Sirkulasi atau *aisle*, *hallway*, *semi corridor* disebut sebagai ruang publik karena jarak interaksi yang terjadi antara individu bisa sangat renggang (lebih dari 12 m) dan sifat interaksinya sangat terbuka dengan debit orang berlalu-lalang sangat tinggi.

d. Hasil Analisis Human Behaviour pada Area Akses ATM



Gambar 6. Gambaran Perilaku Manusia pada Area Akses ATM (Yusa, 2022)

Pada Gambar 6. (panel 1-4) dapat dilihat bahwa orang pertama yang datang untuk mengantri di depan ATM selalu menempatkan dirinya pada titik yang paling dekat dengan pintu ATM. Misalnya pada saat itu tiba-tiba ada sebuah motivasi lain yang dianggap lebih penting dari motivasi mengambil uang di ATM, ia akan mendahulukannya. Seperti pada Gambar 6,

terlihat wanita bercelana jeans biru dan baju merah muda memilih untuk berbincang dengan temannya terlebih dahulu. Teman dalam hal ini individu yang diajak berinteraksi dengan membentuk *personal space* atau bahkan *intimate space*. Seperti juga yang dilihat pada pasangan pria dan wanita di sebelah kiri.



Gambar 7. Dominasi Pengguna ATM (Yusa, 2022)

Sangat banyak kejadian bagaimana pengguna ATM yang satu tidak memperhatikan orang lain yang sedang menunggu. Bahkan, pria berbaju biru muda dan bercelana bahan warna gelap (Gambar 7. panel 3) memanfaatkan 2 ATM tanpa memberikan kesempatan bagi wanita berbaju merah muda di antrian terdepan untuk masuk terlebih dahulu (lihat Gambar 7. panel 3).



Gambar 8. Kegiatan Mengantri Rutin pada Area Akses ATM (Yusa, 2022)

Dari hasil observasi juga didapatkan bahwa kegiatan menunggu antrian rutin dilakukan berurutan dimulai dari yang paling dekat hingga yang paling jauh dari pintu keluar-masuk ruang ATM. Hal ini yang paling rutin terlihat. Poin minus dari antrian model *cutting the aisle* ini adalah menutup area sirkulasi manusia di area akses ATM. Sebetulnya jika antriannya linear mengikuti proyeksi dinding, akses ATM masih bisa terbuka untuk sirkulasi lalu-lalang pengunjung area lain yang melewati akses ATM.

e. Sirkulasi



Gambar 9. Sirkulasi pada Area ATM (Yusa, 2022)

Pada Gambar 9. dapat dilihat bahwa sudah tersedia akses lalu lalang sebagai manifestasi ruang sirkulasi untuk memfasilitasi pengunjung dan mahasiswa yang menjadikan area ini sebagai area perantara menuju area lain.



Gambar 10. Identifikasi Sirkulasi pada Area ATM (Yusa, 2022)

Ada 2 jalur melintas (sirkulasi) ketika wanita berbaju merah muda berdiri sebagai pengantri pertama (Gambar 9). Terlihat pada gambar di atas jalur sirkulasi oranye ■ dan jalur sirkulasi hijau ■ yang berlawanan arah (Gambar 10).



Gambar 11. Batas Maksimum Antrian (Yusa, 2022)

Pada Gambar 11. di atas ditunjukkan batas ideal maksimum 4 orang pengantri pada satu ATM dengan memberikan ruang di belakang orang terakhir dalam antrian bagi arus sirkulasi (ruang warna hijau ■).



Gambar 12. Kondisi Krodit Antrian (Yusa, 2022)

Pada Gambar 12. dapat dilihat antrian maksimal dengan sirkulasi minimal atau bahkan tak ada ruang bagi orang yang lewat lorong ATM Center. Situasi ini memberikan gambaran mengenai kapasitas maksimum area sirkulasi ruang ATM terlampaui sehingga akan menutup akses, menghentikan sirkulasi dan berpotensi lebih besar dalam menimbulkan konflik.

KESIMPULAN

Budaya antri yang diterapkan pada suatu *lokus* lingkungan binaan berhubungan dengan motivasi individu, sistem yang terintegrasi dengan baik, etika dan gaya hidup bahkan budaya antri mencerminkan cara bagaimana kita menghargai orang-orang di sekitar kita. Dari observasi perilaku individu dan kelompok pada antrian ATM dalam kajian semiotika ruang, didapatkan banyak hal terkait taksonomi ruang (*taxonomi of space*), perilaku manusia dalam ruang terkait *proxemics*, dan terdapat sirkulasi manusia secara alami sebagai respon terhadap ruang.

Dalam aspek taksonomi ruang, ruang yang terwujud pada area ATM adalah area yang bersifat *public*, *semi public*, dan *private*. Taksonomi ruang itu terkategori berdasar sifat fisik atau

keterbukaan ruang. Semakin tertutup (masif) suatu ruang, semakin masuk pada kategori *private*. Sifat ruang juga dibentuk dari formasi dan frekuensi lalu lalang pelintas. Semakin tinggi frekuensi pelintas, semakin mendekati sifat *public*. Semakin rapat formasi suatu kelompok, semakin masuk pada kecenderungan *public*, walaupun pada awalnya masing-masing individu tidak saling mengenali anggota kelompok “baru”-nya.

Ada beberapa kejadian yang menjadi temuan dalam penelitian interkorelasi perilaku manusia dalam ruang terkait *proxemics*. Pada saat antrian awal terjadi, dimana satu orang di luar ATM mulai menunggu giliran mengambil uang di ATM, orang itu akan memposisikan dirinya paling dekat dengan pintu keluar ATM dan membentuk *gesture* menunggu dengan bentuk tubuh rileks. Kegiatan menunggu pun bermacam, bisa hanya diam menunggu atau mengerjakan sesuatu seperti memainkan HP (SMS, menelpon, atau bermain game di HP) jika sendiri, atau mengobrol dengan teman secara kelompok. Kejadian-kejadian situasional pada ATM *center* banyak diakibatkan situasi psikologis pengguna, sebagai respon atas ruang, atau juga potensi psikologis individu yang bervariasi yang kemudian dibawa ke ruang berkumpulnya profil-profil psikologis individu yang beragam.

SARAN

Dalam merancang suatu lingkungan binaan atau *built environment*, desainer hendaknya memerhatikan posisi suatu titik pusat aktivitas, seperti yang dipilih sebagai studi kasus pada artikel ini adalah ATM. Hal lain yang terkait dengan posisi tentunya adalah akses, dan potensi *traffic* yang terjadi di lingkungan sekitar titik pusat aktivitas.

Penelitian ini meneliti akses dalam ruang lingkup kecil. Peluang untuk meneliti studi kasus dalam ruang lingkup yang lebih luas masih terbuka lebar untuk diteliti peneliti selanjutnya. Penelitian ini membuka ruang kajian lebih dalam terhadap potensi psikologis manusia, atau kebiasaan (*habitus*), dalam hubungannya dengan ruang. Kajian mengenai penempatan tanda-tanda pengarah (*signage*) dan respon manusia terkait kepatuhan terhadap tanda tersebut juga bisa menjadi kajian lanjut mengenai budaya mengantri dalam studi desain dan lingkungan binaan (*built environment*).

DAFTAR PUSTAKA

- [1] H. Hecht, R. Welsch, J. Viehoff, and M. R. Longo, “The shape of personal space,” *Acta Psychol. (Amst.)*, vol. 193, pp. 113–122, 2019.
- [2] K. Jens and J. S. Gregg, “How design shapes space choice behaviors in public urban and shared indoor spaces-A review,” *Sustain. Cities Soc.*, vol. 65, p. 102592, 2021.
- [3] J. F. Shortle, J. M. Thompson, D. Gross, and C. M. Harris, *Fundamentals of queueing theory*, vol. 399. John Wiley & Sons, 2018.

- [4] J. Sztrik and others, “Basic queueing theory,” *Univ. Debrecen, Fac. Informatics*, vol. 193, pp. 60–67, 2012.
- [5] N. Hidayati and R. W. Pusari, “Budaya Antri Sebagai Pembangun Karakter Menghargai Hak Orang Lain,” in *Seminar Nasional PAUD 2019*, 2019, pp. 135–141.
- [6] W. D. Putri, F. Firman, and R. Rusdinal, “Perbandingan Budaya Antri Antara Indonesia Dengan Jepang,” *J. Pendidik. Tambusai*, vol. 3, no. 3, pp. 1520–1525, 2019.
- [7] P. R. Arum, S. Sugito, and Y. Wilandari, “Analisis Sistem Antrian Pelayanan Nasabah Bank X Kantor Wilayah Semarang,” *J. Gaussian*, vol. 3, no. 4, pp. 791–800, 2014.
- [8] D. Chairilisyah, “Metode Dan Teknik Mengajarkan Budaya Antri Pada Anak Usia Dini,” *J. Educhild Pendidik. dan Sos.*, vol. 4, no. 2, pp. 79–84, 2015.
- [9] D. K. Projo, “Evaluasi Sistem Antrian Di Bank BRI Kantor Cabang Cik DiTiro Yogyakarta,” 2012.
- [10] M. N. Wexler, “Re-thinking queue culture: The commodification of thick time,” *Int. J. Sociol. Soc. Policy*, vol. 35, no. 3/4, pp. 165–181, 2015.
- [11] E. Hutchins, “The cultural ecosystem of human cognition,” *Philos. Psychol.*, vol. 27, no. 1, pp. 34–49, 2014.
- [12] R. Fransisco and B. Arifitama, “Light Rail Transit Public Transportation Queue System Based On Android,” *J. Algoritm. Log. dan Komputasi*, vol. 3, no. 1, 2020.
- [13] J. Williamson, J. Li, V. Vinayagamoorthy, D. A. Shamma, and P. Cesar, “Proxemics and social interactions in an instrumented virtual reality workshop,” in *Proceedings of the 2021 CHI conference on human factors in computing systems*, 2021, pp. 1–13.
- [14] Y. A. Piliang, “Dunia Yang Berlari; Dromologi, Implosi, Fatasmogari.” Yogyakarta: Cantrik Pustaka, 2017.
- [15] S. Zaman, “Pemaknaan Ruang Pada Masjid Kubah Emas: Kajian Semiotik Ruang,” *Paradig. J. Kaji. Budaya*, vol. 7, no. 2, p. 5, 2022.
- [16] I. M. M. Yusa, *Diskursus Alienasi dalam Penciptaan Seni dan Desain*. Prahasta Publisher, 2018.
- [17] J. Fast, “The Silent Language of Love,” in *Shared Experiences In Human Communication*, Routledge, 2020, pp. 107–117.
- [18] A. Bunglowala and A. Bunglowala, “Nonverbal communication: An integral part of teaching learning process,” *Int. J. Res. Advent Technol.*, vol. 1, pp. 371–375, 2015.
- [19] A. A. Berger, *Applied discourse analysis: Popular culture, media, and everyday life*. Springer, 2017.
- [20] A. Sussman and J. B. Hollander, *Cognitive architecture: Designing for how we respond to the built environment*. Routledge, 2021.

- [21] S. Bonaccio, J. O'Reilly, S. L. O'Sullivan, and F. Chiocchio, "Nonverbal behavior and communication in the workplace: A review and an agenda for research," *J. Manage.*, vol. 42, no. 5, pp. 1044–1074, 2016.
- [22] M. S. Remland, *Nonverbal communication in everyday life*. Sage Publications, 2016.
- [23] B. Lawson, *Language of space*. Routledge, 2007.
- [24] M. Denis, *Space and spatial cognition: A multidisciplinary perspective*. Routledge, 2017.
- [25] D. Morris, *Bodytalk: A world guide to gestures*. Random House, 2015.
- [26] M. Foucault, "The language of space," in *Space, knowledge and power*, Routledge, 2016, pp. 175–180.
- [27] P. Næss, "Built environment, causality and urban planning," *Plan. Theory & Pract.*, vol. 17, no. 1, pp. 52–71, 2016.
- [28] H. Schnädelbach and D. Kirk, *People, Personal Data and the Built Environment*. Springer, 2019.
- [29] I. M. M. Yusa, I. K. Ardhana, I. N. D. Putra, and I. B. G. Pujaastawa, "Reality In Animation: A Cultural Studies Point of View," *Eduvest-Journal Univers. Stud.*, vol. 3, no. 1, pp. 96–109, 2023.
- [30] J. Wu, "Landscape sustainability science: ecosystem services and human well-being in changing landscapes," *Landsc. Ecol.*, vol. 28, pp. 999–1023, 2013.
- [31] M. Max-Neef, "Development and human needs," in *Development ethics*, Routledge, 2017, pp. 169–186.
- [32] L. Mihić, P. Čolović, I. Ignjatović, S. Smederevac, and Z. Novović, "Anxiety between personality and cognition: The gray zone," *Pers. Individ. Dif.*, vol. 78, pp. 19–23, 2015.
- [33] N. Marquardt and S. Greenberg, "Informing the design of proxemic interactions," *IEEE Pervasive Comput.*, vol. 11, no. 2, pp. 14–23, 2012.
- [34] I. M. M. Yusa and A. Triyadi, "Narasi Visual Diskursus Tubuh Pada Karya Digital Painting Dalam Tinjauan Budaya (Studi Kasus Karya Massive War--Against Sad Ripu)," *J. Sketsa*, vol. 1, no. 2, 2014.
- [35] J. K. Lê and T. Schmid, "The practice of innovating research methods," *Organ. Res. Methods*, vol. 25, no. 2, pp. 308–336, 2022.
- [36] E. Lubbers, "Undercover Research: Corporate and police spying on activists. An introduction to activist intelligence as a new field of surveillance.," *Surveill. & Soc.*, vol. 13, no. 3/4, pp. 338–353, 2015.

Ornamen Masjid Azizi Kota Tanjung Pura

Rani Hermita¹, Thasya Choiriani Fahrezi²

¹Desain Interior, Universitas Potensi Utama, Medan, Indonesia

Email: ranihermita88@gmail.com

²Desain Interior, Universitas Potensi Utama, Medan, Indonesia

Email: thasyacrz@gmail.com

*Penulis Korespondensi: E-mail: ranihermita88@gmail.com

Abstrak: Ornamen yang diterapkan pada bangunan Masjid Azizi sebagian besar menggunakan ornamen motif Melayu yang kemungkinan sudah terjadi pembaharuan bentuk serta perubahan warna pada ornamen yang membuat pergeseran arti pada ornamen tersebut. Penelitian ini, menganalisis tentang penerapan ornamen yang mengusung tema Melayu pada bangunan Masjid Azizi. Masjid Azizi akan dijadikan studi kasus dalam melakukan penelitian ini. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, dengan menggunakan alat bantu berupa kamera untuk mengambil gambar ornamen pada bangunan Masjid, dan wawancara untuk mendapatkan informasi terkait ornamen yang terdapat pada bangunan Masjid Azizi tersebut. Proses penelitian ini dilakukan untuk menjaga kelestarian kebudayaan Melayu yang ada di Kota Tanjung Pura. Kemudian mendeskripsikan serta menganalisis penerapan bentuk ornamen dan warna yang digunakan pada Masjid Azizi Kota Tanjung Pura. Hasil akhir pada penelitian ini adalah mengetahui penerapan bentuk motif ornamen Melayu serta penggunaan warna-warna yang terdapat pada bangunan Masjid Azizi Kota Tanjung Pura.

Kata Kunci: Masjid Azizi; Motif; Ornamen

Abstract: The ornaments that are applied to the Azizi Mosque building mostly use Malay motif ornaments which may have been renewed in the form and changes in the color of the ornaments which have shifted the meaning of the ornaments. This study analyzes the application of ornaments that carry the Malay theme in the Azizi Mosque building. Azizi Mosque will be used as a case study in conducting this research. This study uses a qualitative approach with descriptive methods, using a camera to take pictures of the ornaments on the mosque building, and interviews to obtain information related to the ornaments found on the Azizi Mosque building. This research process was carried out to maintain the preservation of Malay culture in Tanjung Pura City. Then describe and analyze the application of the form of ornaments and colors used in the Azizi Mosque, Tanjung Pura City. The final result of this research is to find out the application of Malay ornament motifs and the use of colors found in the Azizi Mosque building, Tanjung Pura City.

Keywords: Azizi Mosque; Motives; Ornaments

PENDAHULUAN

Masjid Azizi, adalah salah satu peninggalan bersejarah wisata religi yang terletak di jalan Jendral Sudirman, yang berada di kelurahan Tanjung Pura, Kecamatan Tanjung Pura Kabupaten Langkat, Provinsi Sumatera Utara yang ada di Negara Indonesia. Merupakan Masjid Istana yang berada di pinggir jalan Raya Lintas Sumatera-Banda Aceh. Masjid Azizi mempunyai daya tarik sebagai tempat wisata religi yang terdapat di kota Tanjung Pura. Daya tarik dari Masjid ini karena bangunan Masjid ini peninggalan dari Kesultanan Langkat dan memiliki ornamen yang terukir di dinding Masjid dan atap Masjid. Masjid Azizi merupakan satu-satunya bangunan peninggalan Kesultanan Langkat yang bernama Sultan Musa Al Holidin Muazzam Syah yang di bangun pada tahun

1948 menurut bapak Hamdan, Minggu 15 Januari 2023 yang menjabat sebagai Ketua BKM Masjid Azizi Tanjung Pura.

Tanjung Pura pada zaman dahulu adalah ibu kota Kesultanan Melayu Langkat. Pernah menjadi ibu kota Tanjung Pura, dulunya memiliki sarana dan prasarana pemerintahan sendiri seperti Istana, Rumah Raja, Balai Peradilan, Penjara, Sekolah dan Masjid. Masuknya beberapa Etnis di Tanjung Pura seperti India dan Arab yang bertujuan melakukan perdagangan dan penyebaran Agama Islam. "Bangunan yang terdapat di kota Tanjung Pura rata-rata merupakan bangunan khas Melayu desain arsitektur dan serta penerapan ornamennya sudah mencerminkan dari suku Melayu". Penggunaan dari ornamen Melayu pada sebagian besar bangunan di kota Tanjung Pura mungkin sudah

terjadi pembaharuan bentuk dan warna ornamennya. Pada dasarnya penggunaan warna ornamen Melayu menggunakan warna Hijau, Kuning dan Merah [1].

Berdasarkan keterangan dari Bapak Hamdan 15 Januari 2023 beliau menerangkan bahwa Masjid Azizi yang terletak di kota Tanjung Pura sebagian besar mengadopsi ornamen dari beberapa budaya seperti Timur Tengah, Eropa dan Etnis Tionghoa. Adanya Etnis Tionghoa karenan pada masa pembangunan Masjid azizi banyak pekerja dari Etnis Tionghoa yang berada di kota Tanjung Pura. Sebagian besar dari ornamen Masjid Azizi sudah mengalami perubahan dari segi bentuknya.

Sehingga dapat disimpulkan permasalahan tentang penelitian ini, apa saja bentuk ornamen Melayu yang digunakan pada bangunan Masjid Azizi. Kemudian warna apa saja yang terdapat pada ornamen Masjid Azizi, serta bagaimana penerapan unsur desain terhadap bentuk ornamen Melayu pada Masjid Azizi.

Ornamen merupakan komponen produk seni yang ditambahkan untuk menambah keindahan bangunan tersebut. Selain sebagai penghias ornamen menyangkut dari segi keindahan, seperti mempercantik suatu benda atau produk sehingga lebih terlihat bagus dan terlihat lebih menarik. Sehingga memberikan pengaruh pula dari segi harganya, baik secara spiritual maupun finansial [2].

Ornamen dari Masjid Azizi mempunyai fungsi untuk mempercantik Masjid. Motif Masjid Azizi terdiri dari 5 jenis utama yaitu berupa motif tumbuhan, motif hewan, motif kaligrafi, motif alam dan motif benda sehari-hari. Motif yang diterapkan pada Masjid Azizi telah mengalami stilisasi. Stilisasi merupakan cara penggambaran bentuk sebelumnya menjadi bentuk yang baru untuk membuat bentuk menjadi lebih indah sesuai dengan keinginan dengan cara membuat desain yang berbeda pada setiap objek tersebut. Sumber objek ide yang digunakan pada ornamen Masjid Azizi [3].

Ornamen memiliki beberapa istilah dalam sebuah desain diantaranya adalah:

- Stilisasi yang merupakan membuat sebuah desain bentuk motif yang bervariasi dari pengembangan motif yang sudah pernah ada [4].
- Deformasi adalah penyederhanaan sebuah bentuk motif dari bentuk motif yang sebenarnya [4].
- Repetisi adalah bentuk motif yang digambarkan serta dijelaskan dalam bentuk motif yang berulang [4].
- Dekorasi adalah memperindah bentuk motif menjadi lebih indah dan bervariasi [4].

Terkait penelitian tentang Analisis Ornamen Masjid Azizi di kota Tanjung Pura, penelitian ini sama seperti penelitian yang pernah diangkat oleh

Mirda Aryadi membahas tentang Ornamen Masjid. Persamaan penelitian dengan Mirda Aryadi sama-sama membahas tentang ornamen Masjid, sedangkan perbedaan terletak pada tempat penelitiannya. Penelitian yang penulis kaji yang menjadi objek penelitian adalah Masjid Azizi kota Tanjung Pura sedangkan objek penelitian yang dilakukan oleh Mirda Aryadi dilakukan pada Masjid Asasi Sigando yang berada di kota Padang Panjang Sumatera Barat [5].

METODE PENELITIAN

Penelitian kali ini memakai metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif merupakan suatu metode penelitian yang dipakai untuk mengobservasi pada suatu kondisi objek yang alami. Penelitian ini proses pengumpulan datanya menggunakan data primer dan data sekunder tujuannya untuk membuat deskripsi dan gambaran secara sistematis mengenai fakta-fakta yang berhubungan dengan fakta dan fenomena yang telah diteliti. Data primer merupakan data yang diambil dengan cara *interview* dan observasi secara langsung untuk mendapatkan gambar objek yang akan diteliti. Data sekunder merupakan data yang dikaji ulang dan diambil dari penelitian sebelumnya seperti jurnal, buku, tesis dan artikel yang berkaitan dengan penelitian.

Terkait pada penelitian ini didahului dengan tinjauan pustaka, observasi dan wawancara. Berdasarkan hasil wawancara dari Bapak Hamdan Minggu 15 Januari 2023, menerangkan bahwa Masjid Azizi Tanjung Pura ini sebagian besar ornamennya mengambil dari beberapa budaya selain budaya Melayu diantaranya, seperti Etnis Cina, Timur Tengah dan Eropa. Adanya budaya Etnis Cina dikarenakan pada pembangunan Masjid Azizi dulunya para pekerjanya merupakan Etnis Cina Tionghoa yang ada di kota Tanjung Pura. Adapun *variable* penelitian yang ditunjukkan dari hasil observasi dan wawancara dapat dilihat pada tabel penelitian yaitu Tabel 1.

Tabel 1. Variabel Penelitian

Variabel	Sub Variabel	Data yang diperlukan	Metodologi
Jenis ornamen bentuk melayu	1. Motif Tumbuhan [1] 2. Motif hewan [1] 3. Motif Alam [1] 4. Motif Kaligrafi [6] 5. Motif	Melakukan observasi langsung pada bangunan Masjid Azizi	Penelitian dengan menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif yang berupa observasi langsung dan pengambilan foto sebagai

Variabel	Sub Variabel	Data yang diperlukan	Metodologi
	Beraneka Ragam [6]		media pendukungnya
Warna dan Ornamen Melayu	1. Hijau [7] 2. Kuning [7] 3. Putih [7] 4. Keemasan [7] 5. Biru [7] 6. Hitam [7]	Melakukan observasi langsung pada bangunan Masjid Azizi dalam penggunaan warna	Penelitian dengan menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif yang berupa observasi langsung dan pengambilan foto sebagai media pendukungnya
Unsur Desain pada Ornamen	1. Garis [8] 2. Bidang [8] 3. Teksstur [8] 4. Ukuran [8] 5. Bentuk [9]	Melakukan observasi langsung pada bangunan Masjid Azizi untuk melihat unsur-unsur ornamen terhadap bentuk motif	Penelitian dengan menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif yang berupa observasi langsung dan pengambilan foto sebagai media pendukungnya

Sumber: Hermita, 2023

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

a. Ruang Masuk Masjid Azizi

Penerapan dari bentuk motif dan warna yang ada pada ornamen Melayu terdapat pada ruang masuk Masjid Azizi adalah motif kaligrafi dan motif tumbuh-tumbuhan seperti tumbuhan Kaluk Pakis, kemudian penggunaan warna pada Masjid Azizi ini perpaduan antara warna hijau, kuning dan warna hitam sebagai rujukan dapat dilihat pada Gambar 1. terkait penjelasan ruang masuk Masjid Azizi.



Gambar 1. Ruang Masuk Masjid Azizi (Hermita, 2023)

b. Ruang Utama Masjid Azizi

Penerapan ornamen melayu yang ada pada ruang utama Masjid Azizi adalah ornamen Melayu tumbuh-tumbuhan, Alam, Kaligrafi, dan Hewan. Motif tumbuhan yang digunakan merupakan tumbuhan bunga Melur, untuk motif Alam yang digunakan ragam hias Bintang, sedangkan untuk motif hewan menggunakan motif Siku Kaluang Padu dan motif Pelana Kuda Kencana. Warna yang di gunakan pada ruang utama pada Masjid Azizi perpaduan antara warna Hijau, Coklat, Biru dan Putih sebagai rujukan dapat dilihat pada Gambar 2. terkait penjelasan ruang utama Masjid Azizi.



Gambar 2. Ruang Utama Masjid Azizi

c. Mimbar Masjid Azizi

Penggunaan bentuk dan warna pada ornamen Mimbar Masjid Azizi terdapat motif Tumbuhan, motif Kaligrafi dan Motif Alam. Motif tumbuhan yang diterapkan adalah motif Bunga Melati, Genteng Tak Putus dan Motif Kaluk Pakis. Motif yang terdapat pada motif Alam yaitu Awan Larat, sedangkan untuk penggunaan warnanya didominasi dengan warna Hijau, Kuning, Coklat dan warna Keemasan sebagai rujukan dapat dilihat pada Gambar 3. terkait penjelasan Mimbar Masjid Azizi.



Gambar 3. Mimbar Masjid Azizi

d. Mihrab Masjid Azizi

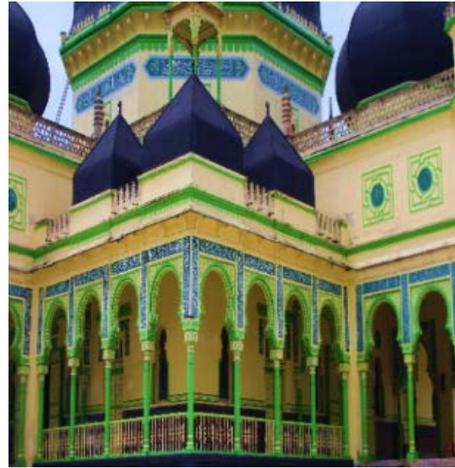
Penerapan bentuk dan warna ornamen Melayu yang terdapat pada Mihrab Masjid menggunakan ornamen Melayu motif Kaligrafi yaitu Kaligrafi Agama, untuk penggunaan warnanya didominasi menggunakan warna Hijau dan Keemasan sebagai rujukan dapat dilihat pada Gambar 4. terkait penjelasan Mihrab Masjid Azizi.



Gambar 4. Mihrab Masjid Azizi

e. Eksterior Masjid Azizi

Penerapan bentuk dan penggunaan warna ornamen pada Eksterior Masjid Azizi menggunakan motif Kaligrafi dan motif Beraneka Ragam. Motif Beraneka Ragam menerapkan motif Terali Bola. Penggunaan warna pada eksterior Masjid menggunakan warna Hijau dan Kuning sebagai rujukan dapat dilihat pada Gambar 5. terkait penjelasan eksterior Masjid Azizi.



Gambar 5. Eksterior Masjid Azizi

f. Jendela Masjid Azizi

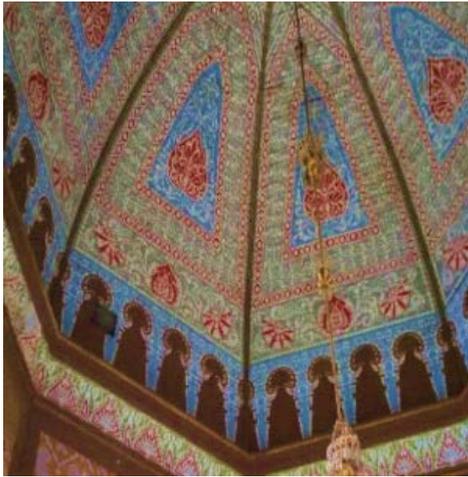
Penerapan bentuk dan warna pada jendela Masjid Azizi menggunakan motif Tumbuhan seperti motif Bunga Melur serta motif Bunga Melati. Warna pada jendela didominasi dengan warna Merah, Hijau Biru dan Kuning sebagai rujukan dapat dilihat pada Gambar 6. terkait penjelasan jendela Masjid Azizi.



Gambar 6. Jendela Masjid Azizi

g. Bagian Dalam Kubah

Penggunaan bentuk dan warna pada ornamen bagian dalam Kubah Masjid Azizi terdapat motif Tumbuhan. Motif tumbuhan yang diterapkan adalah motif Bunga Genting Tak Putus dan Motif Kaluk Pakis. Warna yang digunakan perpaduan antara Putih, Biru, Hijau dan Coklat. Perpaduan dari warna-warna tersebut memberikan kesan yang indah yang menjadi dasar yang mencerminkan warna Suku Melayu sebagai rujukan dapat dilihat pada Gambar 7. terkait penjelasan bagian dalam Kubah Masjid Azizi.



Gambar 7. Bagian Dalam Kubah Masjid Azizi

Pembahasan

Bagian dari Masjid Azizi merupakan gambaran dari bentuk bangunan Istana Langkat. Pembeda dari bangunan Masjid Azizi dengan Istana Langkat terletak pada bentuk bangunannya. Bangunan Masjid Azizi pada bagian atapnya memiliki 21 kubah sedangkan istana langkat hanya memiliki 2 kubah.

Selain itu terdapat jenis keragaman motif ornamen yang ada pada Masjid Azizi yang memiliki berbagai jenis motif yang sama pada motif melayu pada umumnya. Motif yang terdapat pada Masjid Azizi jumlah pengulangan motif yang banyak dan hampir meliputi semua bangunan dalam dan bangunan luar Masjid. Penempatan ornamen Melayu sudah cukup lengkap, dimana segala bentuk ragam hias ornamen melayu diterapkan di Masjid ini diantaranya ornamen melayu seperti motif Tumbuhan yang terdiri dari Motif Kaluk Pakis, Bunga Melur dan Bunga Melati, motif Kaligrafi, motif Alam seperti motif Bintang-Bintang dan Awan Larat, motif Hewan diantaranya motif Pelana Kuda Kencana dan motif Beraneka Ragam seperti motif Terali Bola [10].

Penggunaan warna pada ornamen Masjid Azizi mempunyai tiga warna utama diantaranya, Hijau, Kuning dan Putih serta menggunakan warna tambahan seperti warna Keemasan, Cokelat, Biru dan Hitam.

Analisa berdasarkan teori unsur-unsur desain ornamen diantaranya:

a. Unsur Garis

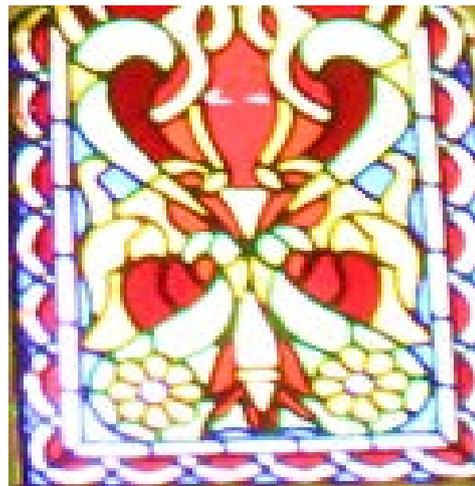
Unsur garis pada setiap bagian yang terdapat dalam bentuk keragaman ornamen Melayu yang diterapkan pada Masjid Azizi dalam pengaplikasian seperti bentuk garis lurus, lengkung, bergelombang, dan garis *zig-zag* yang berdiameter tipis dan tebal sebagai rujukan dapat dilihat pada Gambar 8 [11].



Gambar 8. Bidang

b. Unsur Bidang

Unsur bidang pada setiap bagian yang terdapat dalam bentuk keragaman ornamen Melayu yang diterapkan pada Masjid Azizi seperti, lebar, wujud, orientasi, posisi dan panjang. Pada Masjid Azizi memiliki bidang yang mendatar, bergelombang dan tegak sebagai rujukan dapat dilihat pada Gambar 9 [11].



Gambar 9. Bidang

c. Unsur Tekstur

Unsur tekstur pada setiap bagian yang terdapat dalam bentuk keragaman ornamen Melayu yang diterapkan pada Masjid Azizi sesuatu permukaan yang dapat diraba, dirasakan serta dapat dilihat oleh mata sebagai rujukan dapat dilihat pada gambar 10 [11].



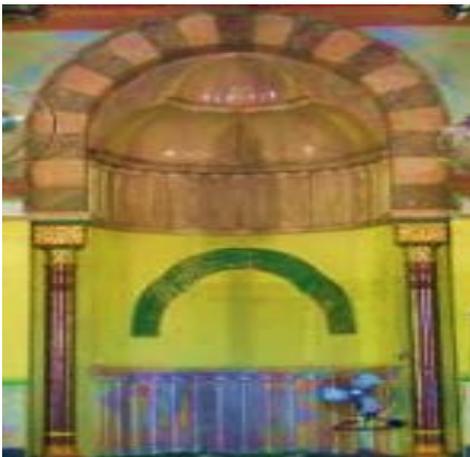
Gambar 10. Tekstur



Gambar 12. Ukuran

d. Unsur Ukuran

Unsur bidang pada setiap bagian yang terdapat dalam bentuk ragam hias ornamen Melayu yang diterapkan pada Masjid Azizi jika dilihat dari ukuran ruangan terlihat sempit tetapi karena penggunaan motif minimal maka ruangan terlihat lebih longgar sebagai rujukan dapat dilihat pada Gambar 11[11].



Gambar 11. Ukuran

e. Unsur Bentuk

Bentuk bisa berupa dua dimensi atau tiga dimensi. Semua benda yang ada di alam semesta serta buatan manusia memiliki bentuk yang beraneka ragam seperti persegi, bulat dan segitiga sebagai rujukan dapat dilihat pada gambar 12 [11].

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian pada Masjid Azizi dapat di Tarik kesimpulan bahwa bentuk motif ornamen banyak terdapat pada bangunan Masjid Azizi di kota Tanjung Pura. Ornamen yang terdapat pada Masjid Azizi adalah Motif Kaligrafi, Motif Tumbuhan, Motif Alam, Motif Beranega Ragam, dan Motif Hewan.

Warna yang digunakan pada Masjid Azizi di dominasi dengan warna, Hijau, Kuning, Putih, Keemasan, Biru dan Hitam. Masjid Azizi kota Tanjung Pura mengambil sebagian bentuk ornamen dari beberapa budaya seperti Etnis Cina, Eropa dan Timur Tengah. Pembangunan Masjid Azizi dulunya ditukangi oleh Etnis Tionghoa yang ada di kota Tanjung Pura sehingga Masjid Azizi mengandung unsur ornamen Etnis Cina.

Penggunaan unsur dari ornamen Melayu yang ada pada Masjid Azizi terdiri dari, Garis, Bidang, Tekstur dan Ukuran. Berdasarkan penggunaan dari unsur desain tersebut serta memberikan sentuhan warna yang pas untuk ornamen tersebut maka memberikan kesan suasana ruangan yang bernuansa Melayu.

SARAN

Berdasarkan penelitian ini, diharapkan bagi pemerintah dan masyarakat sekitar dapat menjaga dan melestarikan peninggalan bersejarah masa lalu sehingga nilai keindahan serta falsafah dapat di turunkan pada generasi berikutnya. Semoga dapat memberikan manfaat terhadap ilmu pengetahuan dan sebagai bahan rujukan untuk penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Wikipedia, "Triwarna Melayu." id.wikipedia.org/wiki/Triwarna_Melayu. [Akses 27 Juli 2023]
- [2] D. Agustin, N. Rahmatul Lailiyah, M. Fadhil, and M. Ferdiyan Arya, "Kajian Ornamen pada

- Rumah Tradisional Madura,” *Jurnal Arsitektur NALARs*, vol. 19, no. 2, pp. 97–104, Jul. 2020.
- [3] D. Sony Kartika, “Seni Rupa Modern,” Revisi., Bandung : Rekayasa Sains, 2017.
- [4] A. Sunaryo, “Ornamen nusantara : kajian khusus tentang ornamen Indonesia ,” Ed. 1, cet. 1., I. Samsuharto, Ed., Semarang : Dahara Priza, 2009.
- [5] M. Aryadi, A. S, and F. Yulika, “Ornamen Masjid Asasi Sigando Kota Padangpanjang,” *Jurnal Seni Rupa*, vol. 9, no. 1, 2020.
- [6] H. Andrina, D. Widiatmoko Soewardikoen, and M. Nurhadiansyah, “Ornamen Rumah Tradisional Melayu Riau di Pekanbaru: Rumah Tuan Kadi,” *LINTAS RUANG: Jurnal Pengetahuan dan Perancangan Desain Interior*, vol. 11, no. 1, pp. 34–49, Mar. 2023.
- [7] A. Kartini, “Analisis Penerapan Ornamen Bernuansa Melayu Ditinjau dari Bentuk dan Warna di Kota Medan,” Universitas Negeri Medan, MEDAN, 2014.
- [8] F. D. K. Ching, “Arsitektur : bentuk ruang dan susunannya,” Jakarta : Erlangga, 1985.
- [9] D. Sembiring, “Buku Ajar Wawasan Seni Jurusan Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Medan,” 2008.
- [10] J. Widagdo, “ORNAMEN TRADISIONAL: Bentuk, Sejarah dan Karakternya,” Jepara: Unisnu, 2022.
- [11] R. Suci, “Prinsip dan Unsur Ornamen

Visualisasi Kasih Sayang Ibu dalam Adegan Film *Folklore: A Mother's Love*

Mentari Ratnasari¹, Donie Fadjar Kurniawan²

¹Prodi Film dan Televisi, Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta, Indonesia

Email: bengukmassenca.mr@gmail.com

²Prodi Film dan Televisi, Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta, Indonesia

Email: donie.fadjar.k@gmail.com

*Penulis Korespondensi: E-mail: donie.fadjar.k@gmail.com

Abstrak: Ketertarikan terhadap film *Folklore: A Mother's Love* yang menghadirkan cerita tentang perjalanan hidup seorang ibu tunggal yang hidup bersama anaknya yang tinggal di kota metropolitan yang berisi pesan dan pembelajaran yang layak untuk diteliti dan dapat bermanfaat sebagai bentuk edukasi bagi seluruh masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan visualisasi kasih sayang seorang ibu dalam film *Folklore* melalui unsur sinematik dan dramatik. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan data diperoleh melalui observasi mendalam pada sekuen film sejumlah lima belas. Semua sekuen tersebut menyusun film *Folklore: A Mother's Love* dari awal hingga akhir. Hasil penelitian menunjukkan adanya unsur dramatik dan sinematik diwujudkan melalui teknik pengambilan gambar yang terdiri dari ukuran gambar, sudut pengambilan gambar dan gerakan kamera. Pendekatan teknik pengambilan gambar dalam penelitian ini menunjukkan dominasi penggunaan ukuran gambar, sudut pengambilan gambar, dan gerakan kamera dalam memvisualisasikan kasih sayang ibu pada adegan-adegan dengan unsur sinematik seperti *long shot* dan *medium long shot*. Sudut pengambilan gambar didominasi *eye level*, Pergerakan gambar didominasi *still*. Unsur dramatik kasih sayang ibu yang disajikan dalam adegan-adegan digambarkan melalui kondisi sosial dan ekonomi kehidupan seorang ibu yang hidup di kota metropolitan Jakarta yang keras. Karakter Murni sebagai seorang ibu tunggal dengan visual seorang ibu yang sayang pada anaknya.

Kata Kunci: *Camera Movement; Kasih Sayang Ibu; Level Angle; Size; Visualisasi*

Abstract: Interest in the film *Folklore: A Mother's Love*, which presents a story about the life journey of a single mother who lives with her child who lives in a metropolitan city; that contains messages and lessons that are worth researching and can be helpful as a form of education for the entire community. This research aims to describe the visualization of a mother's love in *Folklore* through cinematic and dramatic elements. The method used is qualitative, with data obtained through in-depth observation of fifteen film sequences. These sequences compose the film *Folklore: A Mother's Love* from beginning to end. The results showed dramatic and cinematic elements through image size, shooting angle and camera movement. This study's approach to shooting techniques shows the dominance of image size, shooting angle, and camera movement in visualizing maternal love in scenes with cinematic elements such as long shots and Medium long shots. The shooting angle is dominated by eye level, and the movement of the image is dominated by still. The dramatic elements of maternal love presented in the scenes are depicted through the social and economic conditions of a mother's life living in the harsh metropolitan city of Jakarta. Murni's character as a single mother is the visual of a mother who loves her child.

Keywords: *Camera Movement; Level Angle; Mother's Love; Size; Visualization*

PENDAHULUAN

Kasih sayang seorang ibu mempunyai banyak makna untuk dapat diteliti [1]. Hal ini dikarenakan seorang ibu tidak segan berkorban demi anaknya. Dapat dikatakan kasih sayang ibu terhadap anaknya adalah hal yang paling penting dan dapat membuat seseorang bangkit dan tersadar akan indahnya pengorbanan seorang ibu.

Cerita yang ditampilkan dalam media film *Folklore: A Mother's Love* yang disutradarai oleh Joko Anwar, mengangkat kisah seorang ibu tunggal bernama Murni yang hidup bersama Jody anak laki-lakinya dengan *setting* ibu kota metropolitan tahun 2015-2018. Dalam ceritanya, Murni mengalami kesulitan ekonomi yang membuat dirinya untuk selalu berpindah-pindah rumah kontrakan dan mengalami

kejadian langka saat menempati sebuah rumah. Sementara, Murni mendapati sekelompok anak berpenampilan kotor dan kelaparan diloteng rumah mewah yang mereka tempati. Ketika Murni tengah menyelamatkan dan mengembalikan anak-anak tersebut ke keluarga mereka, Murni tanpa sadar telah merenggut anak-anak tersebut dari sang “ibu angkat” yang tidak lain adalah Wewe Gombel.

Visualisasi memiliki arti suatu pengungkapan suatu gagasan atau perasaan dengan menggunakan bentuk gambar, tulisan (kata dan angka), peta, dan grafik [2]. Sehingga visualisasi kasih sayang ibu yang disajikan dalam film *Folklore: A Mother's Love* merupakan pandangan, gagasan, perasaan seorang ibu tunggal yang hidup bersama anaknya. Peran seorang ibu dalam ceritanya sangat penting dalam keberlangsungan kehidupan anaknya, meskipun ada ketimpangan dalam kehidupan ekonomi yang sangat dominan.

Dalam film visualisasi dilakukan melalui: a. *Size* (Ukuran *Shot*) b. *Level Angle* dan c. *Camera Movement* [3] dan [4]. Ukuran *shot* (*Size*) yang dijelaskan pada Tabel 1 adalah dimensi jarak kamera terhadap objek dalam *frame*. Objek dalam film umumnya adalah manusia, sehingga secara teknis jarak diukur menggunakan skala manusia. Pada film tersebut ditampilkan dengan sangat jelas bentuk-bentuk dan peranan seorang ibu dalam memberikan kasih sayang dan pendidikan oleh karakter utama tokoh Murni.

Tabel 1. *Size*

No	<i>Size</i>	Definisi	Penanda (Makna)
1	<i>Close Up</i>	Mengambil gambar wajah yang keseluruhan dari pokok materi. Objek menjadi titik perhatian utama.	Keintiman, reaksi seseorang.
2	<i>Medium Shot</i>	Gambar diambil dari pinggul pokok materi sampai pada kepala materi.	Hubungan personal.
3	<i>Long Shot/ Full Shot</i>	Keseluruhan gambaran dari pokok materi dilihat dari kepala ke kaki atau gambar manusia seutuhnya. <i>Long Shot</i> dikenal sebagai <i>landscape formal</i> yang mengantarkan mata penonton pada keluasan suatu suasana dan	Konteks, jarak <i>scope</i> , dan hubungan sosial.

No	<i>Size</i>	Definisi	Penanda (Makna)
4	<i>Extreme</i>	Pengambilan gambar melebihi <i>long shot</i> dengan menampilkan lingkungan objek secara utuh.	Kesan luas, berdimensi lebar dan keluarbiasaan.
5	<i>Medium Close Up</i>	Pengambilan gambar pada pokok materi sampai puncak materi.	Memperdalam gambar, menunjukkan profil objek.
6	<i>Extreme Close Up</i>	Kedekatan dan ketajaman yang hanya berfokus pada satu objek.	Situasi yang dramatis.
7	<i>Over Shoulder</i>	Pengambilan gambar yang menunjukkan kamera berada di belakang bahu salah satu pelaku dan bahu si pelaku tampak atau kelihatan.	Memperluas adegan percakapan supaya tidak terlalu frontal.

Level angle yang masing-masing didefinisikan pada Tabel 2 mengacu pada sudut pandang kamera terhadap objek yang berada dalam *frame*. Secara umum sudut kamera dibagi menjadi tiga: *straight on angle* (*eye level*), *high level*, dan *low angle*.

Tabel 2. *Level Angle*

No	<i>Level</i>	Definisi	Penanda (Makna)
1	<i>Eye Level</i>	Tinggi kamera sejajar dengan garis mata objek yang dituju.	Kewajaran, kesetaraan atau sederajat.
2	<i>High Angle</i>	Pengambilan gambar dengan meletakkan tinggi kamera di atas objek.	Kesan psikologis seperti tertekan dan dikuasai.
3	<i>Low Angle</i>	Pengambilan gambar dengan meletakkan tinggi kamera di bawah objek atau di bawah garis mata orang.	Kekuasaan dan berwibawa.

Camera Movement atau pergerakan kamera tertentu yang masing-masing didefinisikan pada Tabel 3 dipengaruhi oleh sudut, kemiringan, ketinggian, serta jarak yang selalu berubah. Pergerakan kamera umumnya berfungsi untuk mengikuti pergerakan seorang karakter serta objek. Pergerakan kamera juga sering digunakan untuk menggambar situasi dan

suasana sebuah lokasi atau suatu panorama.

Tabel 3. *Camera Movement*

N o	<i>Camera Movement</i>	Definisi	Penanda (Makna)
1	<i>Still</i>	Pengambilan gambar tanpa menggunakan pergerakan kamera, yang bergerak hanya lab objek yang diambil.	-
2	<i>Pan Right</i>	Gerakan kamera mendatar dari kiri ke kanan.	Rasa ingin tahu mengenai sekitar.
3	<i>Pan Left</i>	Gerakan kamera mendatar dari kanan ke kiri.	Rasa ingin tahu mengenai sekitar.
4	<i>Tilt Up</i>	Pergerakan kamera mendatar bawah ke atas pada porosnya.	Menunjukkan kekuasaan, keingintahuan.
5	<i>Tilt Down</i>	Pergerakan kamera mendatar atas ke bawah pada porosnya.	Menunjukkan kelemahan, pengecilan, kesedihan kecewa.
6	<i>Follow</i>	Gerakan kamera yang mengikuti objek yang bergerak.	Perhatian, Penasaran
7	<i>Craving</i>	Pergerakan seluruh badan kamera <i>horizontal</i> ke kiri dan ke kanan dengan menunjukkan keberadaan objek agar mempertahankan komposisi awal menunjukkan perubahan latar belakang.	Mengikuti apa yang sedang dilakukan objek.
8	<i>Tracking</i>	Gerakan kamera akibat perubahan posisi kamera secara <i>horizontal</i> .	Mendekatkan objek atau menjauhan kebadiran objek kepada penonton.
9	<i>Crane Shot</i>	Gerakan kamera yang dipasang pada alat bantu mesin beroda dan bergerak sendiri	Mendekatkan objek atau menjauhan kehadiran objek

N o	<i>Camera Movement</i>	Definisi	Penanda (Makna)
		bersama kameramen, mendekati ataupun menjauhi objek.	kepada penonton.
10	<i>Zoom in</i>	Pengambilan gambar dengan pergerakan lensa dari gambar yang luas menuju gambar yang sempit ke suatu objek.	Suasana Penting

Kasih sayang ibu sangatlah penting bagi anak keturunannya. Anak manusia akan membutuhkan peran dan kasih sayang ibu untuk tumbuh secara baik. Segi jalan cerita, karakter Murni yang merupakan seorang ibu tunggal yang berjuang demi keluarga kecilnya bersama anak semata wayang Jodi dan harus hidup di tengah-tengah kota besar metropolitan yang keras dan serba mahal dalam hal biaya hidup, namun diceritakan Murni sudah mempunyai pandangan yang kuat dan berani terhadap apapun masalah yang terjadi kepadanya dan yang terjadi di sekelilingnya.

Di media *film* peran dan kasih sayang ibu telah menjadi ide penciptaan karya *film*. Analisis kesenjangan telah dilakukan kajian ilmiah dan dimasukkan dalam jurnal penelitian. Pertama, [5]. Makna kasih sayang Ayah dalam Film Keluarga Cemara. Selanjutnya, [6] sebuah karya *film* pendek "Kasih Sayang". Kemudian, [7] analisis Semiotika Roland Barthes dalam *film* Bintang Ketjil karya [8]. Selanjutnya, [9] analisis nilai moral dalam film "Dua Garis Biru" karya Gina S. Noer dan implikasinya pada pembelajaran sastra. Serta, [10] representasi perjuangan hidup dalam *film* "Anak Sasada" sutradara Ponty Gea. Penelitian diatas memiliki kesamaan dalam menyajikan kasih sayang serta perjuangan seseorang yang luar biasa sehingga mampu memberikan nilai dan inspirasi untuk meniru dan mudah menyerah. Dengan unit yang beragam seperti [5] menyebutkan bahwa makna kasih sayang Ayah [6] lebih memfokuskan pada penciptaan karya *film* pendek tentang kasih sayang. [7] lebih fokus pada kajian semiotika tentang kasih sayang pada film. [10], lebih memfokuskan pada perjuangan hidup tokoh utama pada sebuah *film*. Dari paparan tersebut diatas tampak belum pernah ada penelitian yang mengangkat visualisasi kasih sayang seorang ibu dalam *film* *Folklore: A Mother's Love*. Lebih ditekankan disini tinjauan sinematik berupa basis analisis pada adegan *film* tersebut.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian visualisasi kasih sayang ibu dalam adegan-adegan *film* *Folklore: A Mother's Love* ini adalah jenis penelitian kualitatif naratif. Menurut [11] pendekatan naratif

dalam metode penelitian kualitatif bertujuan menampilkan kehidupan seseorang secara naratif dan kronologis. Dalam penelitian ini pendekatan naratif ditampilkan melalui kehidupan dari seseorang Ibu bernama Murni yang disajikan secara naratif dan kronologis. Objek penelitian yang dijadikan sebagai bahan kajian adalah *film* berjudul *Folklore: A Mother's Love* karya Joko Anwar. Penelitian dilakukan dengan melakukan pengamatan terhadap *film* dengan durasi 48 menit 25 detik dengan unit analisa penelitian tanda dan makna kasih sayang ibu yang terkandung dalam adegannya. Sumber data primer adalah sumber data utama yang diperoleh secara langsung. Data yang digunakan adalah *film Folklore: A Mother's Love* dengan sumber pada aplikasi *android* HBO GO, yang merupakan aplikasi berbayar untuk menonton *video-on-demand*. Dari sumber pengamatan tersebut, peneliti mengamati adegan-adegan yang mengandung kasih sayang ibu untuk dapat dianalisa dalam segi visualisasi.

Teknik pengumpulan data melalui observasi yang dilakukan dengan cara mengamati sumber data yang berupa rekaman video *film Folklore: A Mother's Love* dan kemudian dikumpulkan adegan demi adegan yang memuat tentang visualisasi dan makna kasih sayang ibu dari tokoh utama. Dari hasil pengamatan *film* secara berulang diperoleh jumlah sebagai berikut: secara keseluruhan memiliki lima belas sekuen. Kelima belas sekuen tersebut menyusun *film* dari awal hingga akhir ke dalam 58 adegan. Sekuen dilihat berdasarkan kumpulan adegan-adegan *film* yang membentuk kesatuan peristiwa atau tujuan tertentu. *Film Folklore: A Mother's Love* memiliki sekuen yang runtut mulai dari penggambaran sosok seorang ibu bernama Murni hingga masalah menghilangnya Jodi dan sampai bagaimana proses Jodi kembali kepelukan Murni.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Setelah melakukan proses pengumpulan data hingga mereduksinya dihasilkan sekuen-sekuen *film* yang mengandung makna kasih sayang ibu, untuk memfokuskan pada kajian digunakan bentuk penyederhana dengan modifikasi dari [8]. Sekuen sekuen yang mengandung visualisasi kasih sayang Ibu:

Sekuen	: 1
Adegan	: Murni menggendong Jodi yang sedang tertidur di tangga.
<i>Time code</i>	: 00.03.10-00.03.39
<i>Setting</i>	: Rumah Kosong
Deskripsi Sekuen	: Pengenalan
Sekuen	: 2
Adegan	: Murni merangkulkan tangan Jodi dipinggangnya agar aman saat berkendara.
<i>Time code</i>	: 00.03.53-00.04.02

<i>Setting</i>	: Jalan Raya
Deskripsi Sekuen	: Murni sedang naik motor.
Sekuen	: 8
Adegan	: Murni dan Jodi saling meminta maaf atas perlakuan yang sudah mereka perbuat.
<i>Time code</i>	: 00.20.16 - 00.21.16
<i>Setting</i>	: Kamar Mandi
Deskripsi Sekuen	: Murni meminta maaf kepada Jodi
Sekuen	: 10
Adegan	: Murni ke kamar Jodi untuk meminta maaf atas perlakuan marahnya saat kejadian makan sate
<i>Time code</i>	: 00.26.56-00.28.30
<i>Setting</i>	: Kamar Tidur Jodi
Deskripsi Sekuen	: Murni meminta maaf kepada Jodi
Sekuen	: 14
Adegan	: Murni telah sadar bahwa semua perbuatannya terhadap Jodi adalah ulah campur tangan Wewe Gombel yang ingin mengambil Jodi.
<i>Time code</i>	: 00.43.11-00.45.26
<i>Setting</i>	: Rumah Kosong
Deskripsi Sekuen	: Murni bergegas pergi kerumah kosong untuk mencari Jodi

Pembahasan

Visualisasi Kasih Sayang Ibu Adegan Sekuen 1

Pada Gambar 1. merupakan adegan sekuen 1 yang menceritakan saat Murni harus bekerja untuk membersihkan rumah sebagai *cleaning service* yang dibantu oleh Jodi. Kemudian Murni melihat Jodi sedang tertidur di tangga rumah tersebut. Murni lalu menggendong Jodi untuk tidur ke kamar tidur. Murni memberikan perhatian, keamanan dan kenyamanan untuk anaknya yang kelelahan karena sudah membantu Murni.



Gambar 1. Murni dan Jodi sedang Membersihkan Rumah
(*Time code* 00.02.48)



Gambar 2. Murni Menggendong Jodi yang sedang Tertidur
(Time code 00.03.13)

Pada adegan yang terdapat pada Gambar 2. ini merupakan *shot sizes* yang menggunakan *long shot* dan *medium shot*. Pengambilan *long shot* bertujuan untuk menggambarkan suasana di sekitar dalam menggambarkan sebuah ruangan sebuah rumah kosong yang sedang dibersihkan oleh Murni dan Jodi. Sedangkan *medium shot* dipakai untuk membawa penonton menggambarkan detail perabot rumah tangga seperti *medium shot* saat Murni membersihkan kompor dan hiasan meja. Sudut pandang kamera terhadap objek yang digunakan dalam adegan ini adalah *normal angle* dimana posisi kamera sejajar dengan mata manusia atau titik pusat perhatian yang diambil. Gerakan kamera yang dipakai dalam adegan ini antara lain *till up* yaitu gerakan kamera diarahkan secara bergeser keatas untuk mengarahkan penonton pada adegan tangan Murni yang sedang membersihkan kompor yang bergeser ke atas ke *medium shot* wajah Murni. Kedua *still* lebih mendominasi saat mengambil *medium shot* ruangan. Kemudian *till down* gerakan kamera yang digunakan saat *long shot* untuk menjelaskan bahwa Murni sedang berada di tangga atas dan akan menuruni tangga untuk menghampiri Jodi yang sedang tertidur di anak tangga.

Murni digambarkan sebagai seorang ibu yang penyayang. Pada *shot* awal menggunakan *long shot* menampilkan visualisasi suasana tenang dan hening sebuah *set* dalam rumah besar yang kosong. Tampilan visualisasi *medium shot* dengan adegan Murni yang harus bekerja dengan ditemani anaknya dengan *dialog* yang menegaskan Jodi boleh membantu ibunya atau bermain. Namun, Jodi memilih untuk membantu ibunya membersihkan rumah kosong dimana ibunya bekerja. Selain itu adegan Murni menggendong Jodi yang sedang tertidur juga menambah hubungan emosional yang kuat. Adegan tersebut menampilkan hubungan relasi biologis antara ibu dan anak tidak dapat dipisahkan.

Visualisasi Kasih Sayang Ibu Adegan Sekuen 2

Pada Gambar 3. merupakan adegan sekuen 2 yang menceritakan saat Murni dan Jodi sedang berkendara menggunakan motor untuk pulang kerumah mereka sehabis dari membersihkan rumah kosong. Demi keamanan Jodi saat naik motor Murni selalu meraih tangan Jodi untuk berpegangan

pinggangnya.



Gambar 3. Murni dan Jodi sedang Berkendara untuk Pulang
(Time code 00.06.38)

Shot size yang digunakan dalam adegan sekuen 2 pada Gambar 3. antara lain *close up*, dan *medium shot*. *Shot sizes close up* digunakan untuk menampakkan ekspresi pelaku yang dapat dilihat dengan jelas. Sementara *medium shot* digunakan untuk menangkap suasana yang terjadi saat itu. Pergerakan kamera yang dipakai merupakan *still* dan *handheld* dengan gerakan yang lembut.

Adegan sekuen 2 menceritakan saat Murni dan Jodi sedang berkendara menggunakan motor untuk pergi kabur dari kontrakannya dan berniat untuk tinggal sementara di rumah kosong dimana Jodi bekerja disiang hari. Tak lupa Murni demi keamanan Jodi saat naik motor Murni selalu meraih tangan Jodi untuk berpegangan pinggangnya.

Potongan adegan sekuen 2 yang menggambarkan sudut pandang sebuah bentuk kasih sayang seorang ibu terhadap anaknya dimana seorang ibu berperan memberikan perlindungan bagi anaknya. Murni digambarkan sebagai seorang ibu yang penyayang yang tidak pernah lupa selalu mengingatkan anaknya untuk selalu berpegangan saat menaiki kendaraan. Di gambarkan situasi ramai jalan raya kota yang penuh dengan suara klakson kendaraan yang saling bersautan akan membahayakan Jodi apabila tidak berpegangan dengan ibunya Murni.

Visualisasi Kasih Sayang Ibu Adegan Sekuen 8

Adegan sekuan 8 memvisualisasikan Murni dan Jodi saling meminta maaf atas perlakuan yang sudah mereka perbuat (00.20.16 - 00.21.16). Adegan sekuan 8 menceritakan saat Murni dan Jodi sedang melakukan perbincangan untuk saling meminta maaf atas perlakuan Murni yang sudah memarahinya dan Jodi yang sudah menjadi bandel dan tidak menuruti kata ibunya.

Shot size yang digunakan dalam adegan sekuan 8 antara lain *medium long shot*. *Shot sizes* ini digunakan untuk menampakkan ekspresi Jodi dan Murni yang sedang berbincang untuk saling memaafkan ibunya yang emosional tidak bisa mengendalikan terpaksa mengurung Jodi di dalam kamar mandi. Murni yang sedang memberikan pengertian kepada Jodi tentang apa yang ditakutkannya selama ini kalau Jodi akan diambil lagi dari pelukannya. Dengan pergerakan kamera *still* dan *low angle* yang mengharuskan pandangan penonton untuk fokus pada subjek. Hal

tersebut dapat dilihat dari Gambar 4.



Gambar 4. Murni Menghampiri Jodi yang Sedang di dalam Kamar Mandi (Time code 00.20.13)

Adegan sekuen 8 pada Gambar 4. memvisualisasikan bahwa kasih sayang ibu tidak memandang gengsi dan tidak memandang siapa yang salah dan benar ataupun tua muda. Detail adegan Murni menghampiri Jodi yang sedang dihukum dikamar mandi karena tidak menuruti kata-kata Murni untuk belajar. Jodi malah bersikeras untuk tetap ingin bermain di luar. Murni akhirnya naik darah dan menghukum Jodi untuk masuk kamar mandi sampai Jodi mengakui kesalahannya dan meminta maaf kepada Murni atas sikapnya yang bandel.

Namun sebagai ibu Murni tidak tega dengan perlakuannya akhirnya Murni meluluhkan emosinya dan datang untuk meminta maaf kepada Jodi atas perbuatan khilafnya tersebut. Murni mencoba bersikap lemah lembut saat meminta maaf dan berusaha memberikan pengertian atas segala sikapnya tadi karena Murni takut kalau Jodi akan diambil dari pelukannya seperti dulu. Sudut pandang kamera yang di gunakan ialah *still low angel* dengan *shot size medium long shot* dengan tujuan menggambarkan bahwa *setting* kejadian terjadi didalam kamar mandi terlihat detail bak kamar mandi dan kloset duduk yang terlihat pada Gambar 4.

Visualisasi Kasih Sayang Ibu Adegan Sekuen 10

Adegan sekuen 10 memvisualisasikan Murni ke kamar Jodi untuk meminta maaf atas perlakuan marahnya saat kejadian makan sate (00.26.56-00.28.30). Adegan sekuen 10 menceritakan Murni yang datang ke kamar Jodi untuk meminta maaf atas kejadian makan malam yang sudah membuat Murni berkata kasar terhadap Jodi. Murni juga memberikan pengertian bahwa dirinya akan bekerja keras agar bisa menabung dan Jodi bisa bersekolah seperti anak-anak yang lainnya.

Shot size yang digunakan dalam adegan ini antara lain *medium shot*, *medium long shot*, dan *close up*. *Shot sizes medium shot* digunakan untuk menampakkan ekspresi Murni yang sedang membangunkan Jodi sedangkan pandangan Murni yang sedang memandang Jodi diatas kasur dapat dilihat dengan jelas. Serta *gimmick* wajah Murni yang nampak jelas. Dengan pergerakan kamera *still* dengan sentuhan *till up* dan *till down* untuk menjelaskan

pergerakan Murni dari posisi berdiri hingga duduk di sebelah kasur Jodi. *Still* dan *close up* mempengaruhi pandangan penonton untuk fokus pada subjek tentang suasana yang akan dibangun antara keintiman Murni dan Jodi. Hal tersebut dapat dilihat dari Gambar 5.



Gambar 5. Murni Meminta Maaf Kepada Jodi (Time code 00.16.35)

Adegan sekuen 10 pada Gambar 5. memvisualisasikan bagaimana bentuk-bentuk kasih sayang Murni kepada anaknya. Adegan tersebut menggambarkan Murni yang berperan sebagai ibu yang sebagai contoh dan teladan untuk anaknya. Walaupun Murni sedang marah dengan Jodi akibat perbuatannya yang membuang makanan Murni masih tetap sayang dan tidak berlarut dalam kemarahannya. Murni tetap memberikan teladan terhadap Jodi untuk memaafkan kesalahannya yang sudah marah dan belum bisa menyekolahkan Jodi dengan layak. Sudut pandang kamera *still* dan sedikit menggunakan sentuhan *till up* dan *till down* untuk menggambarkan posisi Murni yang berdiri lalu duduk disamping kasur Jodi. *Still* digunakan untuk menggambarkan situasi keintiman Murni dan Jodi yang sedang berbincang didalam kamar.

Visualisasi Kasih Sayang Ibu Adegan Sekuen 14

Adegan sekuen 14 menceritakan Murni pergi mencari Jodi diloteng rumah kosong. Murni mendapati Jodi berada diloteng dalam kondisi yang lemas, saat Murni akan menghampiri kaki Murni terasa kaku dan tidak bisa bergerak. Karena dirinya sadar bahwa Jodi berada ditangan *Wewe Gombel*.

Detail adegan kaki Murni yang kaku tidak bisa bergerak dengan sudut pandang kamera *close up frog eye*. *Shot size* yang digunakan dalam adegan ini antara lain *medium shot*, *medium long shot over soulder*, *long shot* dan *close up*. *Shot sizes medium shot* digunakan untuk menampakkan ekspresi Murni yang sedang membangunkan Jodi sedangkan pandangan Murni yang sedang memandang Jodi diatas kasur dapat dilihat dengan jelas. *Medium shot over soulder* digunakan untuk menampilkan *gimmick* wajah Jodi yang sedang berdiri didepan Murni. *Medium shot* digunakan menggambarkan Murni yang sedang menangis memanggil Jodi nampak jelas. *Size long shot* digunakan saat menampilkan lorong loteng yang memperlihatkan subjek Murni, Jodi dan *Wewe Gombel* dengan pergerakan kameran *still* dan dengan sentuhan *till up* dan *till down* untuk menjelaskan

pergerakan Murni dari posisi berdiri hingga duduk disebelah kasur Jodi. *Still* dan *close up* mempengaruhi pandangan penonton untuk fokus pada subjek tentang suasana yang akan dibangun antara keintiman Murni dan Jodi. Hal tersebut dapat dilihat dari Gambar 6.



Gambar 6. Murni Memanggil Jodi Seraya Mengulurkan Kedua Tangan Kepadanya (Time code 00.43.28)

KESIMPULAN

Dalam film *Folklore: A Mother's Love* suatu kasih sayang ibu divisualkan melalui pengambilan *shot*, dimana dapat ditangkap dan ditampilkan dengan sangat jelas bentuk-bentuk dan peranan seorang ibu dalam memberikan kasih sayang dan pendidikan oleh karakter utama tokoh Murni. Segi jalan cerita, karakter Murni yang merupakan seorang ibu tunggal yang berjuang demi keluarga kecilnya bersama anak semata wayang Jodi dan harus hidup ditengah kota besar metropolitan yang keras dan serba mahal dalam hal biaya hidup, namun diceritakan Murni sudah mempunyai pandangan yang kuat dan berani terhadap apapun masalah yang terjadi kepadanya serta yang terjadi disekitarnya.

Kasih sayang ibu yang tampak dalam visualisasi antara lain dalam mengkonstruksikan dirinya sendiri, perempuan sebagai peran ibu yang *central* dalam kehidupan dirinya sendiri bersama anaknya, perempuan sekaligus ibu yang harus berperan ganda dalam mencari nafkah dan orang tua, dan perempuan dapat menjadi pelindung keluarganya. Pengambilan gambar melalui *shot close up* yang menangkap ekspresi Murni yang sangat berani dan bertekad, dan tampilan keibuan yang sabar dan penuh kasih sayang merawat dan mengasuh anaknya yang ditampilkan dengan *long shot* maupun *medium shot* sangat mendukung visualisasi kasih sayang ibu.

Pendekatan teknik pengambilan gambar dalam penelitian ini menunjukkan dominasi penggunaan ukuran gambar, sudut pengambilan gambar, dan gerakan kamera dalam pemvisualisasian kasih sayang ibu pada film *Folklore: A Mother's Love*. Hal ini terlihat pada dominasi penggunaan ukuran gambar *close up shot* dan *medium long shot*.

Penggunaan ukuran *long shot* bertujuan untuk menampilkan keluasan lingkungan dan keseluruhan suasana aktifitas objek yang berada dari adegan sedangkan penggunaan *medium long shot* bertujuan untuk memperlihatkan lebih dekat visual tokoh dan

sekaligus menampilkan suasana yang berkaitan dengan bentuk visual kasih sayang ibu. Penggunaan sudut pengambilan gambar yang mendominasi adalah *eye level*. Penggunaan *eye level* ini bertujuan untuk menjelaskan kegiatan yang dilakukan oleh tokoh yang dibidik.

SARAN

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi para pembaca dan penulis menyadari bahwa penelitian ini belum tuntas, sehingga penulis membuka diri untuk penelitian lanjutan dengan pendekatan yang berbeda. Penelitian yang akan datang juga diharapkan dapat menelaah objek penelitian dari berbagai sudut pandang yang lebih luas. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi mahasiswa Jurusan Fotografi, Animasi, Film dan Televisi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Sudirman Abbas, *Mukjizat Doa & Air Mata Ibu*. QultumMedia, 2009.
- [2] H. Alwi, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 2007.
- [3] A. Asa Berger, *Media and Communication Research Methods An Introduction to Qualitative and Quantitative Approaches*. Sage Publications, 2018.
- [4] H. Pratista, *Memahami Film (Edisi 2)*. Montase Press, 2017.
- [5] R. Rasyid Winarko, "Makna Kasih Sayang Ayah dalam Film Keluarga Cemara," *Sahafa Journal of Islamic Communication*, vol. 2, no. 2, hlm. 125–136, Mei 2020.
- [6] D. Noercahyo, I. Maulana, dan A. Arryadianta, "Sebuah Karya Film Pendek 'Kasih Sayang,'" *Inter Community: Journal of Communication Empowerment*, vol. 1, no. 1, hlm. 29–43, Des 2019.
- [7] P. Wibisono dan Y. Sari, "Analisis Semiotika Roland Barthes Dalam Film Bintang Ketjil Karya Wim Umboh Dan Misbach Yusa Bira," *Jurnal Dinamika Ilmu Komunikasi*, vol. 7, no. 1, hlm. 30–43, Apr 2021.
- [8] M. Yusa Biran, *Teknik Menulis Skenario Film Cerita*. Jakarta : Pustaka Jaya, 2006.
- [9] S. Khan, R. Paath, dan V. Roty, "Analisis Nilai Moral Dalam Film "Dua Garis Biru," *Jurnal Ilmiah Bahasa dan Seni*, vol. 1, no. 9, hlm. 780–785, Des 2021.
- [10] D. Manesah, "Representasi Perjuangan Hidup dalam Film 'Anak Sasada' Sutradara Ponty Gea," *PROPORSI: Jurnal Desain, Multimedia dan Industri Kreatif*, vol. 1, no. 2, hlm. 179–189, Mei 2016.
- [11] J. W. Creswell, *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (Third Edition)*. USA : SAGE Publications Inc, 2009.

Perbandingan Desain Kemasan Blue Band Tahun 1980 dan 2020

Jeremy Timotius Hartono¹, Arleti Mochtar Apin²

¹Desain Komunikasi Visual, Institut Teknologi Harapan Bangsa, Bandung, Indonesia

Email: jeremytimotiush@gmail.com

²Desain Komunikasi Visual, Institut Teknologi Harapan Bangsa, Bandung, Indonesia

Email: arletimapin@gmail.com

*Penulis Korespondensi: E-mail: jeremytimotiush@gmail.com

Abstrak: Blue Band adalah produk margarin yang berasal dari Belanda, yang sudah dikenal sejak tahun 1934. Produk margarin Blue Band sudah dipasarkan ke 65 negara di dunia. Sebelumnya desain kemasan Blue Band disesuaikan dengan negara asal Belanda, tetapi dengan seiring berjalannya waktu desain kemasan sudah disesuaikan dengan negara yang memproduksi margarin tersebut. Perkembangan zaman dan daya tarik dapat mempengaruhi perubahan kemasan Blue Band. Dengan begitu penelitian ini selain menemukan perkembangan dan perubahan yang terjadi dengan kemasan pada tahun 1980 dan 2020, tetapi juga untuk menentukan bagaimana perubahan desain kemasan dapat dikaitkan dengan perkembangan zaman.

Kata Kunci: Blue Band; Kemasan; Tahun 1980 dan 2020

Abstract: Blue Band is a margarine product originating from the Netherlands, which has been known since 1934. Blue Band margarine products have been marketed to 65 countries around the world. Previously, the packaging design for Blue Band was adapted to the country of origin of the Netherlands, but over time, the packaging design has been adapted to the country that produces the margarine. The development of the times and attractiveness can affect changes in Blue Band packaging. That way this research not only discovers the developments and changes that occurred with packaging in 1980 and 2020, but also determines how changes in packaging design can be related to the times.

Keywords: 1980 and 2020; Blue Band; Packaging

PENDAHULUAN

Salah satu tujuan dari proses desain kemasan adalah tampilan yaitu bagaimana agar visual kemasan unik dan indah agar menjadi kemasan yang menarik. Fungsi dari desain kemasan adalah menjadi identitas merek dan sebagai penambah nilai pada produk. Desain kemasan tersebut harus sesuai dan menarik supaya dapat memberikan daya tarik konsumen. Hal tersebut penting karena produk-produk tersebut akan saling bersaing di pasar dan dapat memajukan industri.

Kemasan yang akan diteliti adalah margarin yang sudah ada sejak tahun 1934 dengan merek dagang Blue Band. Dalam kurun waktu tahun 1934 sampai saat ini Blue Band terus berkembang menjadi perusahaan internasional dan juga ada perubahan pada desain kemasannya.

Produk margarin Blue Band berasal dari Belanda dan hanya dijual di negeri Belanda saja, sekarang margarin Blue Band sudah dipasarkan ke 65 negara di dunia. Oleh sebab itu selain perubahan desain kemasan mengikuti negara di mana Blue Band dipasarkan, tetapi juga mengikuti perkembangan zaman yang meliputi perkembangan industri alat cetak kemasan, desain produk kemasan dan perilaku pada masyarakat. Blue Band memiliki berbagai macam

varian dan ukuran yang disajikan untuk konsumen dari varian untuk semua makanan, untuk membuat kue, untuk memasak dan rasa coklat dan dengan berat varian kemasan 17g, 55g, 200g, 250g dan 1kg di masyarakat. Terdapat beberapa aspek dalam perbandingan produk kemasan dari produk *brand* Blue Band untuk tahun 1980 dan 2020 seperti yang dijelaskan pada deskripsi selanjutnya.

Tata Letak

Tata Letak, merupakan susunan dari elemen desain yang digunakan untuk menentukan letak sebuah bidang atau sebuah media yang sebelumnya sudah melalui proses pengonsepan terlebih dahulu. Dengan tujuan agar sebuah desain kemasan menjadi indah dan menarik. Hal yang perlu diperhatikan dalam perencanaan tata letak sebuah karya adalah hirarki visual yang informatif dan estetis [1].

Tipografi

Tipografi, merupakan suatu ilmu dalam memilih dan menata huruf dengan pengaturan penyebarannya pada ruang-ruang yang tersedia, untuk menciptakan kesan tertentu, sehingga dapat menolong pembaca untuk mendapatkan kenyamanan membaca semaksimal mungkin. Tipografi dapat juga dikatakan sebagai visual *language*. Tipografi disebut juga sebagai representasi visual dari sebuah bentuk atau

cara komunikasi verbal dan tipografi yang merupakan metode visual yang sangat pokok dan efektif [2].

Elemen Visual

Elemen visual merupakan sebuah elemen-elemen yang dapat berupa gambar ataupun fotografi yang menjadi pelengkap dalam sebuah karya desain. Tujuan dari sebuah elemen adalah untuk memvisualisasikan gambaran yang lebih mudah ditangkap oleh konsumen, tanpa harus membaca atau mengetahui isi dari produk tersebut. Elemen visual merupakan aspek afektif yang dapat menentukan daya tarik konsumen dan elemen-elemen visual sangat penting dalam mempengaruhi emosi dan ketertarikan pada target pasar [3].

Warna

Warna dalam literatur pemasaran mengungkapkan bahwa warna kemasan memiliki kemampuan untuk membangkitkan perasaan, perilaku emosi pada konsumen yang berbeda. Warna memiliki potensi untuk menciptakan kesan yang mendalam dan tahan lama serta citra produk atau merek. Dalam kemasan produk, pemasar menggunakan warna untuk menarik perhatian konsumen yang dapat menciptakan perasaan positif atau negatif tentang produk atau merek tertentu dan warna merupakan hal yang penting dalam desain, yang dapat mempengaruhi psikologi manusia dan warna juga dapat mempengaruhi nilai estetika dalam suatu desain [4].

Fotografi

Fotografi adalah sebuah metode pengambilan obyek secara visual menggunakan media fotografi, yang berasal dari perancangan ide-ide, gagasan, konsep pemikiran untuk perwujudan karya artistik dan estetika. Hasil dari fotografi itu sendiri yang dapat menekankan pada aspek komunikasi pada sebuah karya cetak ataupun digital. Fotografi merupakan ilustrasi yang memiliki tingkat validitas tinggi, yang dimana kesesuaian dan kesamaan ilustrasi dengan kondisi nyata [5].

Identitas Merek

Identitas merek adalah segala bagian yang dapat membentuk persepsi orang terhadap suatu produk melalui metode pemasaran hingga desain pada kemasan. Dari identitas merek dapat mempengaruhi tampilan sebuah produk sehingga dapat menyampaikan karakter dan nilai dari produk dalam tujuan agar dapat lebih dikenal oleh konsumen. Identitas merek merupakan citra diri dari sebuah merek, yang merangkum atribut merek yang sangat penting menurut para pencipta merek tersebut [6].

Loyalitas Merek

Loyalitas merek merupakan rasa dimana seorang pelanggan menunjukkan sikap positif terhadap suatu merek, mempunyai komitmen pada merek tertentu dan berniat untuk terus membeli produk tersebut dimasa depan. Loyalitas pada sebuah merek atau produk dapat mempengaruhi mereka yang belum pernah memiliki loyalitas terhadap suatu produk. Loyalitas merek merupakan inti dari sebuah merek dalam pemasaran dan dapat diukur dengan dilakukan

pengukuran terhadap loyalitas konsumen terhadap suatu merek dan produk [7].

Daya Tarik

Pengaruh daya tarik akan membuka minat, keinginan dan ketertarikan pada suatu produk dan mejadi hal utama dalam membuka rasa untuk melihat atau memiliki produk tersebut. Hal yang mempengaruhi daya tarik adalah tampilan desain kemasan dan pemasaran pada produk. Daya tarik iklan terbagi menjadi dua, yaitu daya tarik informatif atau rasional yang mengacu pada aspek kenyataan dari manfaat produk dan daya tarik emosional yang menekankan pada aspek perasaan dan mengedepankan nilai prestise [8].

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat kualitatif dengan metode komparasi terhadap pengaruh merek dan desain yang mempengaruhi loyalitas konsumen pada produk dan juga menentukan perbedaan pada dua kemasan di kurun waktu yang berbeda. Pengumpulan data yang diambil dari sumber pustaka dan melakukan observasi langsung terhadap kedua produk tersebut. Ditarik ke dalam konklusi baru, yang dapat menentukan kesimpulan perbedaan dari desain kemasan sebuah produk dan mengetahui perubahan yang terjadi dalam konteks pengembangan daya tarik konsumen. Pemilihan objek kemasan pada tahun 1980 dan 2020, disebabkan pada tahun 1980 mulai dikenal luas oleh masyarakat Indonesia dan pada tahun 2020 merupakan kemasan Blue Band yang terbaru.

Pada tahun 1500, seorang pengusaha pabrik kertas bernama Andreas Bernhard menjadi pelopor pertama di atas produknya dengan wadah tercetak. Kemasan yang sekaligus pembungkus itu disebut-sebut sebagai desain kemasan yang pertama kali ada di dunia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dapat diketahui kedua kemasan tersebut memiliki perbedaan dalam segi desain hingga bentuk dari kemasan Blue Band tersebut. Oleh sebab itu, dilakukannya penelitian secara langsung, dengan standar teori mengenai desain kemasan produk makanan. Kemasan Blue Band tahun 2020 memiliki perubahan dan penambahan dari kemasan sebelumnya. Tetapi dari perubahan tersebut kedua kemasan masih memiliki kesamaan dengan tampilan kemasan Blue Band. Dan seiring berjalannya zaman dan ketertarikan konsumen, maka perlu adanya perubahan atau desain ulang pada kemasan tersebut. Perubahan desain ini tidak dilakukan secara berturut atau dalam kurun waktu yang jauh dari desain sebelumnya.

Tabel 1. Perbandingan Desain Kemasan Blue Band Tahun 1980 dan 2020

No.	Kemasan Blue Band 1980	Kemasan Blue Band 2020
1	Tahun Desain	Tahun Desain

No.	Kemasan Blue Band 1980	Kemasan Blue Band 2020
	Kemasan 1980	Kemasan 2020
2	Ukuran Kemasan	
	Panjang Selimut	
	38cm	31.5cm
	Diameter	
	12cm	10cm
	Jari-jari	
	6cm	5cm
	Tinggi (tanpa tutup plastik)	
	11cm	15cm
	Tinggi (dengan tutup plastik)	
	11.2cm	15.3cm
3	Ukuran Tutup Plastik	
	Diameter	
	12.2cm	10.2cm
	Tinggi	
	0.8cm	0.6cm
4	Bahan Kemasan	
	Tabung Zeng (Zn)	Tabung Aluminium (Al)
5	Font Logotype	
	 <i>Helvetica Now Display Extra Bold</i> oleh <i>Monotype</i>	 Mahameru oleh Namela “Desain ulang oleh Agensi Humas Image Dynamics”
6	Font	
	Helvetica Now Display Extra Bold (oleh <i>Monotype</i>) Neue Haas Grotesk Display 65 Medium (oleh <i>Linotype</i>) Europa Grotesk SH Med Extd (oleh <i>Scan graphic Digital Type Collection</i>)	Mahameru (oleh Namela) MVB Diazo (oleh MVB) Arial Pro Rounded (oleh <i>Monotype</i>) Arial Pro Rounded Bold (oleh <i>Monotype</i>) FF Advert Pro (oleh <i>Font Font</i>) Rolphie 95 College a Font (oleh Rolphie)
7	Warna Dominan Pada Kemasan	Warna Dominan Pada Kemasan
	TC 0214 Kuning <i>dove</i>	TC 5103 Kuning Lemon
	TC 2909 Biru Keunguan	TC3008 Biru Tua
	TC 1037 Merah Putih	TC 3003 Biru Muda
		TC 1605 Merah Rubi Putih
8	Kode Pada Kemasan	
	Kode Produksi	Kode Produksi Tanggal

No.	Kemasan Blue Band 1980	Kemasan Blue Band 2020
		Kadaluarsa
9	Lapisan Pada Kemasan	
	-	<i>Gloss Coating</i>
10	Arah Alur Baca Kemasan	
		
	Alur Baca Sisi A Kemasan Blue Band 1980	Alur Baca Sisi A Kemasan Blue Band 2020
		
	Alur Baca Sisi B Kemasan Blue Band 1980	Alur Baca Sisi B Kemasan Blue Band 2020
11	Jumlah Alur Baca	
	4 hingga 5 alur baca dalam satu sisi	4 hingga 5 alur baca dalam satu sisi
12	Tata Letak Pada Kemasan	
		
	Tata Letak Sisi A Pada Kemasan Blue Band 1980	Tata Letak Sisi A Pada Kemasan Blue Band 2020
		
	Tata Letak Sisi B Pada Kemasan Blue Band 1980	Tata Letak Sisi B Pada Kemasan Blue Band 2020
		
	Tata Letak Pada Tutup Kemasan Blue Band 1980	Tata Letak Pada Tutup Kemasan Blue Band 2020
13	Elemen Visual Pada Kemasan	

No.	Kemasan Blue Band 1980	Kemasan Blue Band 2020
		
	Elemen Visual Pada Kemasan Blue Band 1980	Elemen Visual Pada Kemasan Blue Band 2020
		
	Elemen Visual Pada Kemasan Blue Band 1980	Elemen Visual Pada Kemasan Blue Band 2020
		
	Elemen Visual Pada Kemasan Blue Band 1980	Elemen Visual Pada Kemasan Blue Band 2020
		
	Elemen Visual Pada Kemasan Blue Band 1980	Elemen Visual Pada Kemasan Blue Band 2020
14	Fotografi Pada Kemasan	
		
	Fotografi Anak dan Olesan Roti Pada Kemasan Blue Band 1980	Fotografi Anak dan Olesan Roti Pada Kemasan Blue Band 2020
		
	Fotografi Makanan "Kue Bolu" Pada Kemasan Blue Band 1980	Fotografi Makanan "Nasi Goreng" Pada Kemasan Blue Band 2020

Sumber: Hartono, 2023



Gambar 1. Kemasan Blue Band 1980 (Hartono, 2022)



Gambar 2. Kemasan Blue Band 1980 (Hartono, 2022)

Penentuan warna yang digunakan pada kemasan dilakukan dengan penyamaan warna kemasan dengan standar warna pada produk yang menggunakan panduan warna TC edisi 2002 oleh PT. Cemani Toka seperti pada Gambar 1 dan 2. Panduan yang digunakan adalah untuk warna produk yang tidak memiliki lapisan tambahan untuk melapisi kemasan akhir.

Elemen yang digunakan pada kemasan dahulu masih memiliki ciri khas dengan asal margarin tersebut seperti mahkota, garis dan elemen visual lainnya yang masih menunjukkan khas Belanda. Sedangkan penggunaan elemen visual untuk kemasan sekarang terlihat lebih luas seperti garis melengkung, kertas *loose leaf*, lingkaran dengan efek 3 dimensi dan elemen visual lainnya. Konteks warna dan fotografi yang digunakan mengalami penambahan dalam tujuan agar lebih menyesuaikan perkembangan zaman dan citra yang hendak disampaikan oleh merek kemasan tersebut.

Kendala yang dimiliki pada kemasan sekarang adalah konteks keterbacaan informasi pada kemasan, walaupun dengan tata letak yang lebih rapi dan tersusun. Tingkat keterbacaan informasi menjadi berkurang oleh ukuran huruf yang kecil dan jarak antar baris pada informasi dan kajian gizi yang terlalu berdekatan. Untuk tipe huruf yang digunakan pada kemasan Blue Band tahun 1980 berukuran lebih besar dan tidak saling berdekatan antara baris dan elemen visual.

Untuk alur baca pada kedua kemasan tersebut mengalami perubahan, kemasan tahun 2020 menjadi lebih kompleks dan untuk kemasan tahun 1980 yang terlihat lebih sederhana dan dengan mudah mengetahui arah baca. Penambahan ini difaktorkan oleh penambahan data pada informasi, regulasi hingga informasi nilai gizi dan memasukkan elemen visual dan fotografi yang lebih luas. Dan kemasan sebelumnya hanya memiliki 3 arah alur baca, dibandingkan kemasan sekarang yang memiliki 6 hingga 7 arah alur baca.

Penempatan tata letak pada kemasan tahun 1980 terlihat lebih sederhana dibandingkan kemasan tahun 2020 yang terlihat lebih kompleks dengan penambahan informasi, elemen visual dan fotografi dalam rangka penyesuaian dengan perubahan zaman dan regulasi baru. Dan penambahan pada data dan informasi tersebut menyebabkan perlunya ada perubahan pada struktur susunan tata letak. Bisa dilihat dengan penempatan logo dengan kotak berwarna biru, informasi dan nilai gizi yang bersifat huruf atau kalimat dengan kotak berwarna merah, elemen visual yang digunakan dengan kotak warna hijau dan fotografi dengan kontak warna ungu.

Dalam faktor elemen visual dan fotografi yang digunakan mengalami perubahan dan penambahan juga, tetapi masih memiliki kesan dan citra kemasan Blue Band sebelumnya. Dengan penggunaan desain elemen visual yang lebih bebas atau tidak kaku dan penggunaan fotografi yang lebih cerah, menarik dan menunjukkan manfaat lain dari Blue Band selain sebagai olesan pada roti dan bahan masak untuk makanan. Dalam jumlah penggunaan elemen visual dan fotografi memiliki penambahan dan penempatan pada kemasan sekarang.

KESIMPULAN

Dapat diketahui dari penelitian ini, bahwa desain kemasan Blue Band pada tahun 1980 dan 2020 memiliki perbedaan pada berbagai segi dan rupa. Oleh sebab itu, dapat diambil kesimpulan dari rumusan masalah. Terdapat 5 perbedaan yang ditemukan pada; tahun desain kemasan, tahun produksi produk, ukuran kemasan, ukuran tutup plastik, logo, *font logotype*, *font*, warna dominan, kode atau nomor pada kemasan, lapisan pada produk, alur baca, tata letak, elemen visual dan fotografi. Jadi selama dilakukannya penelitian ini, telah dapat 5 poin perubahan, yaitu; tata letak, tipografi, elemen visual, warna dan fotografi. Zaman berkembang dan berubah dari waktu ke waktu, tentunya berpengaruh daya tarik konsumen. Ini sebabkan butuh perubahan desain kemasan untuk meningkatkan dan menjaga daya ketertarikan konsumen terhadap produk. Dan dalam konteks lainnya, desain kemasan mengalami perubahan dalam penambahan informasi dan data penting seperti logo halal, informasi kandungan, asal produksi, berat gizi, kontak perusahaan, *barcode* atau *QR code*, cara membuang kaleng kemasan yang benar, informasi resep hingga cara menyimpan produk tersebut yang dapat membantu konsumen dan beberapa dari informasi atau simbol tersebut merupakan regulasi baru dari perusahaan asal dan regulasi pemerintah.

SARAN

Saran dari penulis adalah untuk memperbesar ukuran tipe huruf yang digunakan dalam kemasan tahun 2020. Pembesaran ukuran tersebut bertujuan untuk mempermudah konsumen untuk membaca dan melihat informasi lainnya pada kemasan. Adanya penambahan jarak antar baris pada setiap kalimat pada

bagian informasi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] B. Musriha, M., Rosyafah, S., & Rianto, "Developing Brand Image For Food And Beverage Products With The Application Of Packaging Design In The Era Of Industrial Revolution 4.0 In Sidoarjo," *IOSR J. Bus. Manag.*, vol. 22, no. 11, pp. 52–59, 2020.
- [2] Z. Ahmad, *Tipografi*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik, 2021.
- [3] E. H. Parassih, E. K., & Susanto, "Pengaruh Visual Packaging Design (Warna, Bentuk, Ukuran) dan Packaging Labeling (Komposisi, Informasi Nilai Gizi, Klaim) terhadap Purchase Intentions Produk Makanan dan Minuman dalam Kemasan di Jakarta," *J. Manaj. Bisnis Dan Kewirausahaan*, vol. 5, no. 1, pp. 66–71, 2021.
- [4] R. Erlyana, Y., & Ressiani, "Perancangan Buku Desain Kemasan" *Basic Of Packaging,* ANDHARUPA *J. Desain Komun. Vis. Multimed.*, vol. 6, no. 2, pp. 160–172, 2020.
- [5] S. A. Wantoro, I. Kurniawan, "Perbandingan Visual Foto Pada Kemasan Indomie Varian Mi Goreng Tahun 2006 dan 2010," *Vis. Online J. Desain Komun. Vis.*, vol. 10, no. 1, pp. 1–11, 2021.
- [6] G. E. Tökés, "The Digital Brand Identity of Fast-Fashion Brand Zara," *Sapientia Hungarian Univ. Transylvania, Cluj-Napoca, Rom.*, pp. 131–154, 2022.
- [7] Y. B. R. Suntoro, W., & Silintowe, "Analisis pengaruh pengalaman merek, kepercayaan merek, dan kepuasan merek terhadap loyalitas merek," *Modus*, vol. 32, no. 1, pp. 25–41, 2020.
- [8] A. D. Lestari, "Pengaruh Daya Tarik Iklan Go-Pay Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Pengikut Akun Instagram@Gopayindonesia," Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2020.

Analisis Komposisi Fotografi Pada Seri Foto *Wanderlust* Karya Steve Mccurry

Tulus Rega Wahyuni Esiyansyah¹, Egi Suherman²

¹Desain Komunikasi Visual, Universitas Nusa Putra, Sukabumi, Indonesia

Email: tulus@nusaputra.ac.id

²Desain Komunikasi Visual, Universitas Nusa Putra, Sukabumi, Indonesia

Email: egi.suherman_dkv18@nusaputra.ac.id

* Penulis Korespondensi: E-mail: tulus@nusaputra.ac.id

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis komposisi dan pesan apa yang disampaikan dalam foto. Peneliti mengambil contoh karya untuk dianalisa yaitu foto seri *Wanderlust* karya Steve Mccurry. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Dari hasil penelitian, data yang diperoleh pada karya foto seri *Wanderlust* karya Steve Mccurry yaitu, karya menggunakan dua format foto yaitu horizontal dan vertikal, menggunakan banyak komposisi fotografi, dan hanya satu yang sama dari beberapa karyanya yaitu menggunakan pencahayaan *natural light* atau cahaya alami yang langsung datang dari matahari namun dengan arah pencahayaan yang berbeda-beda. Dengan penerapan komposisi fotografi dan perpaduan cahaya memunculkan pesan yang ingin disampaikan fotografer yaitu sebuah perjalanan. Setiap orang memiliki perjalanan, modal untuk melakukan perjalanannya, latar belakang melakukan perjalanannya pun berbeda-beda.

Kata Kunci: Fotografi; Komposisi; Steve McCurry; *Wanderlust*

Abstract: *This study aims to determine the interpretation of composition and what message is conveyed in a photo, and in this study the researchers took a work sample for analysis, namely the Wanderlust photo series by Steve McCurry. This study uses a qualitative descriptive research method. From the research results, the data obtained on Steve McCurry's Wanderlust photo series, namely, the work uses two photo formats, namely horizontal and vertical, uses many photographic compositions, and only one thing is the same from several of his works, namely using natural light or direct natural light. comes from the sun but with a different direction of light. The application of photographic composition and blending of light brings out the message from Steve McCurry's Wanderlust series, which is a journey. Everyone has a different journey, the capital to travel is different, the background for traveling is also different.*

Keywords: *Composition; Photography; Steve McCurry; Wanderlust*

PENDAHULUAN

Fotografi sangat diminati banyak orang pada zaman serba digital ini. Adanya media sosial seperti Instagram atau Facebook yang menarik minat banyak orang terhadap fotografi dan menjadikannya media untuk bereksistensi, juga media promosi. Di zaman sekarang penggunaannya pun tidak hanya dengan kamera DSLR, *action camera*, atau *drone*, saat ini *handphone* juga dapat menjadi alat fotografi karena memiliki fitur yang tidak kalah canggih karena memiliki kamera yang berkualitas. Media memiliki caranya masing-masing untuk menyampaikan cerita [1]. Fotografi menjadi salah satu wahana ekspresi untuk menyampaikan cerita dengan memanfaatkan unsur objek yang berada disekeliling, seperti kehidupan sehari-hari, pemandangan alam, Binatang peliharaan, makanan dan lainnya. Fotografi adalah salah satu bentuk komunikasi *nonverbal* yang terbaik untuk mengatasi permasalahan yang ada. Foto dapat memperluas sesuatu yang dilihat, dipikirkan, membuat

seseorang kagum, terhibur, bahkan merasakan keajaiban dan kasih sayang setiap melihatnya [2].

Melihat dan memahami suatu karya fotografi menyadarkan bahwa fotografi telah mengajarkan melihat seluruh dunia dengan cara yang unik. Foto-foto bisa lebih mudah diingat dibandingkan dengan gambar bergerak karena berupa irisan tipis waktu, bukan waktu yang berjalan. Media foto pertama kali ditemukan oleh Joseph Nicéphore Niepce yang memulai pekerjaannya dalam bidang ini pada tahun 1813. Ketika pertama kali fotografi masuk ke Tanah Air pada masa kolonial, fungsi fotografi adalah sebagai bahan laporan. Foto digunakan untuk mengatur strategi militer, arsip antropologi penduduk bumi, pendidikan, pengembangan kota, hingga bahan ilustrasi untuk kartu pos sebagai *souvenir*. Perkembangannya sangat cepat sehingga pada gilirannya teknologi foto dapat mendorong perkembangan media jurnalistik. Secara sederhana foto jurnalistik (*photojournalism*) adalah foto yang

bernilai berita dan menarik bagi pembaca. Foto tersebut kemudian disampaikan kepada masyarakat sesingkat mungkin. Aspek penting yang harus ada dalam foto jurnalistik adalah unsur fakta, informasi, dan cerita.

Seorang fotografer jurnalistik yang sudah sangat terkenal yaitu Steve McCurry. Steve McCurry adalah seorang fotografer yang memulai karirnya bekerja sebagai fotografer jurnalistik untuk surat kabar lokal di Pennsylvania. McCurry sudah sangat terkenal lebih dari 50 tahun lamanya. Fotonya gadis Afghanistan adalah foto yang paling banyak dibicarakan yaitu foto seorang gadis dengan mata hijau tajam, yang telah muncul di sampul National Geographic beberapa kali. McCurry telah memotret banyak tugas untuk National Geographic dan telah menjadi anggota Magnum Photos sejak 1986. McCurry adalah penerima berbagai penghargaan, termasuk fotografer majalah tahun 2014, yang diberikan oleh Asosiasi Fotografer Pers Nasional, medali Centenary Royal Photographic Society, dan dua hadiah juara pertama dalam kontes World Press Photo. Sejak itu, McCurry terus menciptakan gambar yang menakjubkan di enam benua dan negara yang tak terhitung jumlahnya. Karyanya mencakup konflik, budaya yang menghilang, tradisi kuno dan budaya kontemporer namun selalu mempertahankan elemen manusia.

Steve McCurry sering melakukan perjalanan ke berbagai negara, salah satu karyanya yang juga menceritakan tentang perjalanan di berbagai negara yaitu foto seri dengan judul *Wanderlust* berisikan kumpulan foto-foto perjalanan Steve McCurry di beberapa belahan dunia yaitu dari Afghanistan, Antartika, Bangladesh, Brazil, Kamboja, India, Italia, Yordania, Mexico, Maroko, Nepal, Skotlandia dan Amerika Serikat. Seri foto *Wanderlust* ini menceritakan tentang bagaimana orang-orang di seluruh belahan dunia melakukan perjalanan, yang mana dari tiap negara memiliki budaya dan lingkungannya masing-masing dalam melakukan perjalanan dari satu tempat ketempat lainnya. Foto-foto tersebut menampilkan hasil estetika dan menawan, membuat penikmat foto kagum dan merasakan emosi yang tertuang dalam foto tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, kajian ini mengambil fokus permasalahan elemen komposisi fotografi pada foto karya Steve McCurry yang terangkum dalam seri *Wanderlust*, sehingga pembaca bisa memahami teknik fotografi dengan mudah. Tujuan dari analisis ini adalah untuk mengetahui interpretasi komposisi dan bagaimana komposisi tersebut digunakan dalam menyampaikan pesan pada foto seri *Wanderlust* karya Steve McCurry.

METODE PENELITIAN

Dalam pengertian umum maupun dalam dunia kesenian, komposisi berarti "susunan". Komposisi dalam pengertian seni rupa adalah susunan gambar dalam batasan satu ruang. Sedangkan komposisi dalam foto adalah seni untuk menciptakan harmoni

pembagian bidang dengan memanfaatkan berbagai unsur visual yang tersedia: alur garis, bentuk, cahaya, bayangan, warna, dan tekstur. Komposisi fotografi adalah suatu penyusunan komponen foto yang saling berlainan sehingga suatu gambar menjadi satu kesatuan yang saling mengisi serta saling melengkapi dengan demikian menjadi suatu karya yang sedap dipandang. Berikut merupakan beberapa jenis komposisi fotografi menurut Erlyana dan Setiawan [3].

1. *Rule Of Thirds*

Rule of thirds adalah kaidah umum yang sederhana namun efektif dalam komposisi visual, dengan memetakan gambar menjadi bagian pertigaan. Tata letak ini tidak hanya digunakan dalam dunia fotografi tetapi juga diterapkan pada lukisan, desain, bahkan video. Secara psikologis, pembagian pertigaan akan menjadikan sebagian area terlihat dominan, sebagian lagi sebagai pelengkap, serta mencegah terjadinya tarik-menarik dan ketegangan antar elemen dalam foto.

2. *Leading Line*

Line atau garis bisa berbentuk nyata atau maya yang menuntun mata untuk mengarah ke objek yang menjadi *point of interest*. Tak jarang dalam komposisi ini garis itu sendiri yang menjadi *point of interest* dalam foto. Garis bisa berupa jalan, gedung, jembatan atau objek lurus yang mengarahkan mata kepada *point of interest*.

3. *Framing*

Framing merupakan teknik komposisi yang digunakan dengan cara menggunakan objek lain dalam sebuah *frame* sebagai subjek utama dalam sebuah foto. Sebagai contoh seperti bangunan ataupun benda lain di sekitar tempat dilakukannya pemotretan.

4. *Pattern*

Pattern merupakan komposisi yang didapat dari elemen-elemen grafis yang kuat seperti garis, bentuk, ataupun warna berulang sehingga menciptakan sebuah karya yang berirama.

5. *Figure to Ground*

Komposisi ini lebih menekankan pada subjek utama yang lebih menonjol dibandingkan dengan objek. Dalam artian bahwa *point of interest* harus terlihat jelas pada subjek dibandingkan dengan *background* yang ada dalam satu *frame* foto.

6. *Fill The Frame*

Pada komposisi ini *point of interest* memenuhi satu *frame* pada foto, baik subjek maupun objek. Biasanya digunakan pada fotografi portrait.

7. *Diagonal*

Diagonal merupakan komposisi yang memiliki sifat lebih dinamis untuk menciptakan pergerakan yang baik dalam sebuah foto.

8. *Center Dominant Eye*

Pada komposisi ini memiliki ciri seperti sebuah subjek seolah-olah melihat orang yang memperhatikan foto tersebut. Dengan memanfaatkan mata subjek agar menjadi *point of interest* maka foto akan termasuk kedalam teknik komposisi ini.

Penelitian ini akan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan menggambarkan dan menginterpretasi objek yang diteliti sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis dari subjek dan objek yang diamati. Dalam penelitian kualitatif ini, menurut Sugiyono [4] peneliti sendiri yang menjadi instrumen dengan kata lain instrumennya adalah orang atau *human instrument*.

Analisis kualitatif deskriptif lebih ditekankan pada kesimpulan deduktif dan induktif antara hubungan fenomena yang diamati dengan logika alamiah [3]. Penelitian ini merupakan pendekatan penelitian yang memusatkan pada suatu unit penyelidikan saja sebagai suatu kasus yang diselidiki secara intensif sehingga menghasilkan gambaran longitudinal, yakni hasil dari penyimpulan dan analisis data dalam jangka tertentu. Penulis bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan komposisi fotografi karya Steve Mccurry yang bertema *Wanderlust*. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan cara studi pustaka dan observasi. Penulis mengumpulkan data melalui *website* resmi milik Steve Mccurry. Serta mengobservasi sehingga memilih *Wanderlust* sebagai bahan penelitian ini.

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu [5]. Aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus sampai tuntas sampai data yang dikumpulkan dirasa cukup.

Pada penelitian ini analisis data dirasa cukup setelah penulis mengobservasi secara menyeluruh mengenai hasil karya Steve Mccurry dan data tersebut sudah mewakili hasil karyanya, dengan mengambil *sample* pada karya yang bertema *Wanderlust*. *Wanderlust* dipilih penulis karena merupakan gambaran individu atau sekelompok manusia yang sedang melakukan perjalanan atau pelesiran di beberapa benua, dan hal itu mempunyai keunikan dan ciri tersendiri yang dapat digambarkan oleh karya Steve Mccurry ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini peneliti akan menguraikan deskripsi dan elemen-elemen komposisi fotografi yang terdapat pada foto-foto seri *Wanderlust* karya Steve Mccurry. Penggunaan gaya *visual* yang berbeda dan menarik untuk ditelaah lebih dalam [6]. Data yang diolah berupa elemen komposisi fotografi seperti perincian format, pencahayaan, dan komposisi foto yang terdapat pada 5 foto Steve Mccurry seri *Wanderlust* terpilih.

1. Afghanistan



Gambar 1. Afghanistan

Sumber: www.stevemccurry.com

a. Format

Format dalam judul foto Afghanistan menggunakan *format horizontal*. Kesan yang ditampilkan dari penggunaan format foto *horizontal* adalah objek terlihat luas atau lebar [7]. Secara tidak langsung hal tersebut dipengaruhi oleh adanya kesamaan dengan mata manusia ketika melihat sesuatu lebih pada lebar dan luasnya ruang daripada tinggi. Dengan format foto seperti ini Steve Mccurry mengabadikan orang-orang melakukan perjalanan dengan berjalan kaki sambil membawa setumpuk bekal dan pakaian di atas unta.

b. Pencahayaan

Pencahayaan yang digunakan adalah menggunakan *natural light* atau cahaya alami, arah pencahayaan foto ini adalah *back light* (cahaya belakang) dengan posisi pencahayaan berada tepat di belakang objek sehingga bagian tepi objek memunculkan karakteristik bentuk dari objek yang difoto [8]. Dalam foto ini terlihat sinar matahari datang dari arah belakang objek sehingga terlihat bayangan manusia dan unta berada di depannya.

c. Komposisi



Gambar 2. Afghanistan

Sumber: www.stevemccurry.com

Komposisi foto dalam foto Afghanistan ini adalah komposisi *diagonal*. Komposisi diagonal pada foto memberikan kesan dinamis dan dramatis, komposisi ini memberikan nafas dalam foto sehingga terkesan lebih hidup. Pada foto Afghanistan objek

sendiri terlihat seakan-akan lebih hidup dan berjalan mendekat dari jarak yang jauh. *Point of interest* dalam foto ini adalah barisan pejalan kaki yang melakukan perjalanan di jalan yang membentuk garis *diagonal*.

d. Pesan

Kesan lebar atau luas pada foto Afghanistan *format horizontal* meminta kita untuk melihat sesuatu lebih luas. Dalam hal ini fotografer meminta kita untuk melihat semua orang yang terlibat dalam perjalanan, perbekalan yang dibawa dan juga keadaan sekitar jalan yang di lewati. Perjalanan panjang yang diperlihatkan oleh pencahayaan dan komposisi yang digunakan, membuat kita memahami betapa jauh dan panjangnya perjalanan yang mereka tempuh yang juga diperlihatkan dengan banyaknya perbekalan yang dibawa seakan-akan ini menjadi perjalanan untuk berpindah menuju tempat yang tentu diharapkan lebih baik, bukan hanya sekedar singgah lalu kembali mengulang nasib yang sama dan melelahkan. Seperti kehidupan, jika kita ingin yang terbaik tentu tidak ada yang ada jalan pintas, semua butuh proses dan perjalanan panjang untuk mewujudkannya.

2. Bangladesh



Gambar 3. Bangladesh

Sumber: www.stevemccurry.com

a. Format

Format dalam foto Bangladesh menggunakan format vertikal. Kesan yang ditampilkan dari penggunaan *format* foto vertikal memberikan kesan tinggi pada hasil foto. Dengan *format* seperti ini seakan-akan ruang foto menjadi lebih tinggi [8]. Dengan *format* foto ini Steve Mccurry memperlihatkan seorang yang duduk nyaman dalam gerbong kereta dan orang yang merebahkan diri di atas kereta.

b. Pencahayaan

Seperti kebanyakan foto Steve Mccurry lainnya, pencahayaan yang digunakan adalah menggunakan natural light atau cahaya alami, arah pencahayaan foto ini adalah *top light* (cahaya atas), dalam foto ini

terlihat sinar matahari datang dari arah atas objek sehingga terlihat bayangan dari jendela kereta jatuh kebawah.

c. Pencahayaan



Gambar 4. Bangladesh

Sumber: www.stevemccurry.com

d. Pesan

Kesan tinggi pada foto *format* vertikal meminta kita untuk melihat ruang lebih tinggi tidak hanya melihat ke bawah juga kita harus memperhatikan ke atas. Dengan *format* foto ini Steve Mccurry memperlihatkan sebuah kesenjangan sosial yang mana dipertegas juga dengan penggunaan komposisi *framing* yang digambarkan pada foto Bangladesh antara penumpang yang duduk di dalam gerbong kereta dan penumpang yang merebahkan diri di atas kereta.

Dimana pria yang duduk di dalam gerbong kereta menjadi *point of interest* seolah-olah menggambarkan kemewahan dan dominasi juga diimbangi dengan penampilannya lebih rapi dan nyaman sementara yang pria yang berada di atas kereta berpenampilan lusuh tanpa alas kaki menggambarkan kesan kemiskinan atau kesederhanaan. Dalam hal ini meski keduanya berpenampilan berbeda namun keduanya menaiki kereta yang sama yang mungkin memiliki tujuan akhir yang sama atau bisa berbeda, bisa lebih baik pria rapi atau malah sebaliknya tergantung pilihan yang dibuat.

3. Brazil



Gambar 5. Brazil

Sumber: www.stevemccurry.com

a. Format

Format dalam judul foto Brazil menggunakan *format horizontal*. Kesan yang ditampilkan dari penggunaan *format* foto *horizontal* adalah objek terlihat luas atau lebar [8]. Dengan *format* foto seperti ini Steve Mccurry mengabadikan seorang wanita berjalan di atas rel kereta dengan latar gedung-gedung di depannya.

b. Pencahayaan

Pencahayaan yang digunakan adalah menggunakan *natural light* atau cahaya alami, arah pencahayaan foto ini adalah *back light* atau cahaya belakang sehingga wanita yang berjalan di atas rel tampak siluet, dengan posisi pencahayaan berada tepat di belakang objek sehingga bagian tepi objek memunculkan karakteristik bentuk dari objek yang difoto [7]. Dalam foto ini sinar matahari tidak terlalu menonjol karena suasana menjelang malam sehingga cahaya alami terkalahkan cahaya lampu dari gedung-gedung.

c. Komposisi



Gambar 6. Bangladesh

Sumber: www.stevemccurry.com

Komposisi yang digunakan dalam foto ini adalah *leading lines*. Garis imajiner yang tergambar dari rel kereta menuntun mata penikmat foto menyusuri seluruh bagian foto, dan tidak berhenti di satu titik dari foto saja. Dalam hal ini yang menjadi *point of interest* nya adalah seorang wanita, dimana wanita tersebut seolah berjalan dari tempat dia berasal menuju perkotaan yang megah dan *modern*.

d. Pesan

Kesan lebar atau luas pada foto *format horizontal* meminta kita untuk melihat sesuatu lebih luas. Pencahayaan *back light* memperlihatkan karakteristik tepi objek yang mana menggambar dari lekuk tubuhnya bahwa objek adalah seorang wanita dewasa dan dari pencahayaan juga memberikan kesan gelap atau dramatis dimana perjuangan seorang wanita dalam menjalani perjalanan hidup.

Dari makna-makna tadi dipertegas dengan penggunaan komposisi *leading lines* seolah rel kereta menjadi jalan penunjuk bagi wanita tersebut untuk terus melangkah melakukan perjalanan panjang dari tempat dia berasal melewati zona nyamannya menuju dunia yang lebih luas, penuh tantangan seiring dengan cepatnya perkembangan zaman, supaya dapat beradaptasi demi tujuan hidup yang lebih baik di *era modern* yang diperlihatkan oleh gedung-gedung perkotaan megah di ujung sana.

4. Kenya



Gambar 7. Kenya

Sumber: www.stevemccurry.com

a. Format

Format dalam judul foto Kenya menggunakan *format horizontal*. Kesan yang ditampilkan dari penggunaan *format* foto *horizontal* adalah objek terlihat luas atau lebar [6]. Dengan *format* foto seperti ini Steve Mccurry mengabadikan dua orang pria dalam melakukan perjalanan, yang satu mengendarai sepeda motor dan yang lainnya berjalan kaki dengan latar jalan tanah yang gersang dan pegunungan.

b. Pencahayaan

Pencahayaan yang digunakan adalah menggunakan *natural light* atau cahaya alami, arah pencahayaan foto ini adalah *side light* (cahaya samping), dalam foto ini terlihat jelas sinar matahari datang dari arah samping sehingga terlihat warna jingga pada sisi kanan awan dan gelap di sisi lainnya. Penggunaan arah cahaya samping menimbulkan bayangan pada objek yang terkena sinar matahari sehingga memberikan kesan tiga dimensi [9].

c. Komposisi



Gambar 8. Kenya

Sumber: www.stevemccurry.com

Komposisi yang digunakan pada foto Kenya ini adalah *rule of third*. Peletakkan objek tepat disalah satu sudut 4 bagian *rule of thirds*. *Point of interest* dalam foto ini yakni pria yang mengendarai sepeda motor, dengan peletakkannya objek pada titik tersebut memperjelas kesan pandangan kemana mata akan melihat dan memberikan kesan dominan.



Gambar 9. Kenya

Sumber: www.stevemccurry.com

Terdapat pula komposisi *diagonal* yang tergambar dari jalan setapak bekas kendaraan ataupun bekas injakan kaki yang memberikan kesan garis diagonal yang memotong dari sudut ke sudut. Komposisi diagonal merupakan konsep komposisi foto yang memberikan kesan foto tampak lebih dinamis jika objek mengikuti konsep garis diagonal. Pada foto Kenya ini objek sendiri terlihat lebih hidup dengan penggunaan komposisi tersebut seakan-akan pengendara motor dan pejalan kaki berjalan menuju tujuan yang cukup jauh.

d. Pesan

Foto Kenya ini menggunakan *format horizontal*, dimana dengan format ini fotografer meminta kita untuk melihat sesuatu lebih luas tidak terpaku pada satu objek saja namun lihat ke sekeliling juga. Dari penggunaan 2 komposisi *rule of third* dan *diagonal*, pesan yang disampaikan fotografer dalam foto Kenya ini adalah dua orang pria yang melakukan perjalanan mungkin memiliki tujuan yang sama namun menjalaninya dengan cara yang berbeda, ada yang berjalan kaki dan mengendarai sepeda motor. Jika

melihat arah cahaya dimana awan terlihat berwarna jingga dan gelap di sisi lainnya menandakan hari mulai gelap dan orang dengan sepeda motor lebih diuntungkan.

Meski begitu dari kedua pria tersebut terlihat tidak membawa perbekalan, seharusnya bukan sebuah perjalanan yang panjang. Dari sini bisa didapatkan pesan dimana orang dengan sepeda motor bisa diartikan dengan orang yang memiliki *privilege* lebih untuk mencapai tujuannya lebih cepat dibandingkan orang yang berjalan kaki.

5. Maroko



Gambar 10. Maroko

Sumber: www.stevemccurry.com

a. Format

Format dalam judul foto Maroko menggunakan *format horizontal*. Kesan yang ditampilkan dari penggunaan *format* foto *horizontal* adalah objek terlihat luas atau lebar [7]. Dari foto Maroko ini terlihat seorang pria berjubah biru berjalan dengan kaki telanjang dengan seekor unta.

b. Pencahayaan

Sama seperti kebanyakan karya Steve Mccurry lainnya, pada foto Maroko ini juga pencahayaannya menggunakan *natural light* atau cahaya alami dan arah pencahayaannya foto ini adalah *side light* (cahaya samping). Dalam foto ini terlihat jika sinar matahari datang dari arah samping kanan sehingga bayangan pada bukit-bukit pasir berada disamping kiri. Penggunaan arah cahaya samping ini menimbulkan bayangan pada objek yang terkena sinar matahari sehingga memberikan kesan tiga dimensi [8].

c. Komposisi



Gambar 11. Maroko

Sumber: www.stevemccurry.com

Komposisi pada foto Maroko ini menggunakan komposisi *figure to ground*. Komposisi ini menekankan pada objek yang lebih menonjol dibandingkan dengan latar sekitarnya. Dalam artian bahwa *point of interest* harus terlihat jelas pada subjek dibandingkan dengan *background* yang ada dalam satu *frame* foto. Dari foto ini terlihat jelas bahwa pria dengan baju warna biru terlihat lebih memberi kesan dominan karena perbedaan warna yang kontras.

d. Pesan

Pada foto Maroko ini fotografer menggunakan *format horizontal* seperti pada kebanyakan karya lainnya yang mana *format horizontal* ini memperlihatkan betapa luas padang pasir yang sedang di lewati seorang pria berbaju biru. Dengan pencahayaan dari samping membuat gurun pasir tersebut seperti gunung-gunung yang tinggi. Dari komposisi *figure to ground* dan bantuan pencahayaan kita bisa melihat pesan yang ingin fotografer sampaikan ialah kegigihan seorang pria dalam melakukan perjalanan, jika dilihat dari tidak adanya perbekalan, maka perjalanan tersebut tidak terlalu panjang. Meski begitu pria tersebut tetap melewati gunung-gunung pasir yang tinggi tanpa alas kaki menerjang panasnya gurun pasir, menggambarkan hal-hal tersebut tidak dapat mempengaruhinya untuk mencapai tujuan yang lebih penting dan berarti bagi pria tersebut, dominasi inilah yang diceritakan dalam komposisi tersebut.

KESIMPULAN

Dari hasil analisis yang telah dilakukan oleh peneliti terkait komposisi fotografi pada seri foto *Wanderlust* karya Steve Mccurry di bab sebelumnya, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa komposisi fotografi pada foto seri *Wanderlust* karya Steve Mccurry yang menceritakan tentang bagaimana tiap orang dari berbagai belahan dunia melakukan perjalanannya, yang mana dari setiap perjalanan orang itu berbeda-beda, modal untuk melakukan perjalanannya berbeda-beda, latar belakang melakukan perjalanannya pun berbeda-beda. Meski setiap perjalanan berbeda-beda namun satu hal yang pasti adalah setiap perjalanan pasti memiliki tujuan dan pesan yang disampaikan dalam tujuan tersebut. Pesan-pesan tersebut tergambar dari baiknya pengambilan foto oleh Steve Mccurry dengan format, komposisi, dan pencahayaan yang pas membuat pesan yang terkandung dalam foto tersebut dapat tersampaikan kepada penikmat foto.

SARAN

Menyelami karya fotografi memang tidak akan pernah ada habisnya. Setiap karya yang tercipta akan ada nilai dan pesan yang ditanamkan oleh sang fotografer. Begitupula saat karya fotografi dinikmati oleh masyarakat, berbagai persepsi muncul berdasarkan pengalaman masing-masing. Dalam penelitian ini, masih banyak kekurangan yang dapat menjadi bahan bahasan para peneliti selanjutnya.

Pisau bedah semiotika sangat mungkin untuk dapat diterapkan pada karya foto Steve Mccurry untuk mendapatkan pesan dan nilai yang lebih mendalam pada setiap karya foto.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Almira Rahma, "Keterlibatan Audiens Dalam Narasi Visual Video Musik Berbasis Virtual Reality," *CandraRupa: Journal of Art, Design, and Media*, vol. 2, no. 1, Mar. 2023.
- [2] W.-K. Chen, "Linear Networks and Systems: Algorithms and Computer-Aided Implementations (Advanced Series in Electrical and Computer Engineering)," 2nd edition., Belmont: World Scientific Pub Co Inc, 1990.
- [3] Y. Erlyana and D. Setiawan, "Analisis Komposisi Fotografi Pada Foto Editorial 'Elephants' Karya Steve Mccurry," *Titik Imaji*, vol. 2, no. 2, 2019.
- [4] Sugiyono, "Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D," Cetakan Ke-3., Bandung: Alfabeta, 2021.
- [5] Sugiyono, "Statistika untuk Penelitian," Bandung: Alfabeta, 2010.
- [6] I. Resmika Andelina and S. Theresia, "Pengembangan Desain Karakter Cookies Pada Gim Cookie Run Kingdom," *CandraRupa: Journal of Art, Design, and Media*, vol. 2, no. 1, pp. 29–38, Mar. 2023.
- [7] M. Langford, "The Book of Special Effects Photography," First Edition., New York: Ebury Press, 1981.
- [8] S. Setya Kusuma, "Analisis Arah Cahaya Dalam Studio Fotografi," *IMAJI: Film, Fotografi, Televisi, & Media Baru*, vol. 13, no. 2, Jul. 2022.
- [9] T. Setiadi, "Dasar fotografi: cara cepet memahami fotografi ," Cet. 1., Yogyakarta: Penerbit Andi, 2017.

Studi Komparasi Maskot-Maskot Non-Manusia dalam Menggambarkan Citra Institusi di Media Sosial

Siti Rahmadini¹

¹Animasi, Politeknik Multimedia Nusantara, Tangerang, Indonesia

Email: siti.rahmadini@mnp.ac.id

*Penulis Korespondensi: E-mail: siti.rahmadini@mnp.ac.id

Abstrak: Maskot adalah segala bentuk manusia, binatang atau obyek yang kiranya akan membawa keberuntungan, atau untuk mewakili sebuah grup dengan identitas yang cukup umum seperti sekolah, tim olahraga, perkumpulan, unit militer atau nama merek. Berdasarkan ini, maskot juga dapat diterapkan untuk institusi agar *audiens* atau publik dapat menerima citra institusi tersebut dengan mudah dan efektif ke masyarakat luas. Untuk mengetahui maskot seperti apa yang efektif untuk menyampaikan citra institusi, peneliti akan melakukan studi komparasi tiga maskot institusi Indonesia dengan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan teori persepsi visual Gibson agar bisa mengetahui bentuk seperti apa yang biasa diadaptasi untuk mewakili institusi Indonesia dan apa cukup cocok dengan konsep yang dibuat oleh institusi tersebut, di media sosial mana saja maskot ini diinformasikan (aktivasi *brand*) serta bagaimana interaksinya dengan publik. Dari penelitian ini, ditemukan bahwa presensi maskot di media sosial cukup membantu untuk mengenalkan keberadaan institusi di publik (kesadaran *brand*). Akan tetapi, konten dari media sosial dan juga interaksinya dengan pengguna media sosial masih berperan lebih besar untuk pembentukan citra institusi di mata publik.

Kata Kunci: Aktivasi *Brand*; Citra Institusi; Kesadaran *Brand*; Maskot; Media Sosial

Abstract: A mascot is any shape ranging from a human, animal, or object that could bring luck or represent a group with a general identity like a school, sports team, community, military unit, or brand. Based on this, a mascot could be applied to an institution so the audience or the public could efficiently and effectively recognize it. To know what kind of mascot is genuinely effective for delivering institution branding, a researcher would do a comparison study of three Indonesian institution's mascots with qualitative descriptive method with Gibson visual theory approach to know what kind of shape that's usually adapted to represent Indonesian institutions and whether they match with the concept created by the institution, in which social media this mascot is informed (brand activation) and their interaction with the public. From this study, it is found that the presence of the mascot in social media definitely helped the institution to build brand awareness. However, the social media's contents and how it interacts with the social media users still have a bigger role on building the institution's brand in public's eye.

Keywords: Brand Activation; Brand Awareness; Institution Image; Mascot; Social Media

PENDAHULUAN

Brand atau jenama menurut Kotler (2012) adalah "nama, istilah, tanda simbol (atau kombinasi dari semua ini) sebagai identifikasi pembuat atau penjual produknya [1]. Sedangkan menurut Neumeier (2005), *brand* adalah perasaan seseorang mengenai suatu produk, bukan apa yang produknya definisikan untuk konsumennya [2].

Salah satu usaha untuk memperkenalkan *brand* ke masyarakat adalah dengan membuat identitas visual. Identitas visual adalah segala bentuk identitas sebuah produk, *brand* atau individu yang dapat diidentifikasi secara visual. Identitas visual umumnya terdiri dari 4 elemen; logo, warna, tipografi, fotografi. Akan tetapi tidak terbatas dari hal ini saja, bisa

dikembangkan lagi ke hal lainnya jika diperlukan, salah satunya adalah dengan membuat karakter *brand*.

Wezska (2011) mengatakan bahwa karakter *brand* dibuat untuk mempromosikan sebuah *brand* dengan menetapkan identitas *brand* dan juga hal baik yang diasosiasikan dengan *brand* tersebut. Identitas *brand* ini juga membantu *brand* terasa "hidup" dengan emosi, pikiran dan sifatnya [3].

Menurut Arungsina (2015), keunggulan penggunaan karakter *brand* juga bisa dilihat dengan membandingkan pemakaian selebritas dan *superhero* fiksi sebagai duta produk (*brand ambassador*). Produsen/pemilik produk kadang tidak dapat mengontrol keseluruhan perilaku selebritas sebagai duta produk, akan tetapi tokoh fiksi *superhero* dapat

sepenuhnya dikontrol. Dengan kata lain, menggunakan *superhero* fiksi untuk produk tidak akan “mengganggu” nilai dari produk, dibandingkan dengan menggunakan selebritas [4].

Menurut Ballester (2017), kata-kata sifat “sayang, berwibawa, sigap” sangat susah jika diterjemahkan oleh konsumen karena “*brand*” sejatinya adalah ‘benda mati’. Akan tetapi, bagaimana jika kata-kata ini diterjemahkan ke dalam suatu bentuk “manusiawi” atau apapun yang mempunyai sifat-sifat yang dekat dengan manusia? [5]

Maskot adalah salah satu bentuk identitas *brand*. Bentuk maskot meliputi segala bentuk manusia, binatang atau obyek yang kiranya akan membawa keberuntungan, atau untuk mewakili sebuah grup dengan identitas yang cukup umum seperti organisasi atau produk [6].

Berdasarkan riset yang dilakukan Brown (2010) yang dimulai dengan mengumpulkan 1.151 karakter *brand* dari berbagai macam situs, antologi *marketing*, logo, dan buku panduan desain, maskot berbentuk manusia hanya 21% dan 79% lainnya berbentuk *non*-manusia. Dari data ini, dapat disimpulkan bentuk *non*-manusia lebih disukai oleh masyarakat [7].

Penyebab bentuk *non*-manusia lebih disukai untuk karakter *brand* dapat kita kaitkan dengan *anthromorphism*; sebuah tendensi manusia untuk mengasosiasikan binatang dan atau benda-benda mati dengan hal manusiawi [8].

Contoh nyata dari fenomena *anthromorphism* ini adalah *brand* sepatu olahraga PUMA dan *brand* mobil Peugeot yang mengambil bentuk macan kumbang dan singa. Seperti yang kita ketahui singa dan macan kumbang merupakan binatang buas yang berbahaya. Namun di sisi lain, mereka juga terlihat kuat, tahan banting dan lincah [9], sehingga PUMA dan Peugeot menjadikan binatang-binatang ini sebagai ‘wajah’ dari produk mereka agar konsumen mengasosiasikan hal ‘kuat’ dan ‘tahan lama’ ini dengan produk mereka [10].

Maskot juga adalah salah satu alat visual yang dengan mudah dapat dimasukkan sifat-sifat dan bentuk-bentuk yang menggambarkan sifat manusia. Berbeda dengan maskot biasa, maskot *brand* hendaknya mewakili arti, pesan dan nilai-nilai dari sebuah produk atau organisasi [11].

Selain itu, maskot juga dapat digunakan sebagai perwakilan *brand* dalam berinteraksi dengan publik. Salah satu media yang paling efektif untuk mengadakan interaksi ini secara langsung adalah media sosial karena konsumen juga dapat langsung berinteraksi tanpa perantara dengan *brand*.

Interaksi di media sosial ini juga menentukan *social presence* atau presensi sosial dari suatu *brand*. Presensi sosial dalam konteks media sosial mengedepankan dua konsep, yaitu keintiman dan kesegeraan (*intimacy* dan *immediacy*), yang merupakan hasil langsung dari interaksi sosial. Dari sini, dapat disimpulkan jika interaksi media sosial suatu *brand* dengan konsumennya tergolong sering,

maka kesempatan *brand* untuk mendapatkan kepercayaan dari konsumennya cukup besar [12].

Maskot juga dapat diterapkan untuk institusi agar publik dapat menerima citra institusi tersebut dengan mudah dan efektif ke masyarakat luas. Oleh karena itu, peneliti akan melakukan studi komparasi terhadap tiga maskot institusi *non*-manusia yang ada di Indonesia dan membandingkannya dari bentuk, filosofi maskot, presensi maskot-maskot di beberapa media sosial resmi institusi dan interaksinya dengan publik. Peneliti ingin mengetahui apakah maskot cukup efektif untuk membangun presensi sosial diarah media sosial serta hubungan langsung dengan publik yang nantinya juga akan membangun citra institusi itu sendiri.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang dipakai adalah deskriptif komparatif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian dengan metode studi perbandingan dilakukan dengan membandingkan persamaan dan perbedaan sebagai fenomena untuk mencari faktor atau situasi seperti apa yang dapat menyebabkan terjadinya suatu peristiwa atau perlakuan tertentu. Adapun cara lainnya adalah dengan memperbandingkan faktor atau variabel mana yang paling berpengaruh terhadap perubahan yang terjadi pada hasil penelitian [13].

Studi deskriptif dalam penelitian ini dimulai dengan menyeleksi maskot-maskot yang ada di institusi Indonesia berdasarkan:

1. Teori pendekatan ekologi persepsi visual James J. Gibson (1979) yang menyatakan bahwa “apa yang kita lihat, itu yang kita dapatkan”, dan sudah cukup untuk menjadi dasar manusia berinteraksi dengan lingkungannya [14].
2. Pemasaran di media sosial merupakan bentuk pemasaran yang dipakai untuk menciptakan kesadaran, pengakuan, ingatan dan bahkan tindakan terhadap suatu merek, produk, bisnis, individu, atau kelompok baik secara langsung maupun tidak langsung [15].
3. Ketersediaan data di *internet* dan media sosial.

Dalam penelitian ini, peneliti memilih maskot institusi *non*-manusia Universitas Bina Nusantara, Universitas Brawijaya dan Universitas Negeri Malang karena mencakup tiga faktor di atas. Peneliti juga memilih *variable* perbandingannya sebagai berikut; kecocokan filosofi pembentukan maskot dengan citra institusi, presensi di media sosial dan interaksinya dengan publik di media sosial tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. BEE – Universitas Bina Nusantara (BINUS)



Gambar 1. BEE – Maskot BINUS
(Sumber: Situs Resmi BINUS)

BEE pada Gambar 1. adalah maskot BINUS berbentuk lebah. Menurut situs resmi BINUS, bentuk lebah dipilih karena:

1. Lebah adalah serangga pekerja keras dan dikenal disiplin dan loyal terhadap komunitasnya.
2. Lebah adalah makhluk yang kreatif dan berbakat, dilihat dari bentuk sarang lebah yang penuh dengan geometrik yang unik.
3. Lebah menghasilkan sesuatu yang berguna (madu) untuk komunitas mereka dan komunitas lain dengan memanen serbuk bunga tanpa merusaknya. Hal ini juga membantu penyerbukan bunga tersebut agar bisa tumbuh dengan baik.
4. Karena lebah bisa terbang, lebah adalah makhluk yang fleksibel dan bisa berpindah-pindah ke mana saja (*mobile*).

Secara bentuk, BEE tidak mengadaptasi bentuk asli lebah seluruhnya, tapi dirinya juga mempunyai fitur-fitur yang biasa kita lihat di manusia. Hal ini dimaksudkan untuk melambangkan karakter mahasiswa BINUS (BINUSIAN) yang mempunyai kualitas 'lebah'. Selain itu, keputusan untuk membuat bentuk lebahnya menjadi lebih simpel dimaksudkan agar terlihat lebih bersahabat dan intelek. BEE mempunyai antena yang bersinar, dan seperti lebah di kehidupan nyata, ini menandakan BEE sangat peka dengan keadaan sekitarnya dan dapat menemukan jalan dengan mudah untuk mendukung mobilitasnya. BEE mempunyai warna kuning dan hitam, yang juga merupakan warna ciri khas BINUS [16].

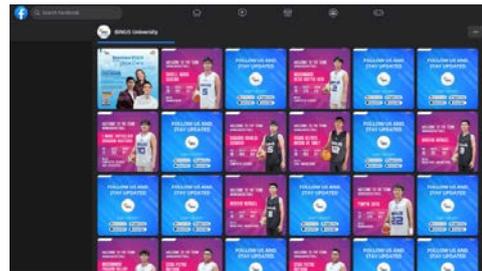
Integrasi Maskot dalam Brand BINUS dan Presensi di Media atau Media Sosial

Sejauh pengamatan yang dilakukan oleh peneliti, informasi mengenai maskot BINUS hanya terdapat di *website* resmi BINUS yang dapat dilihat pada Gambar 2. dan tidak ada informasi lebih mengenai kapan dan oleh siapa maskot ini dibuat sehingga peneliti belum bisa melakukan analisis lebih lanjut.

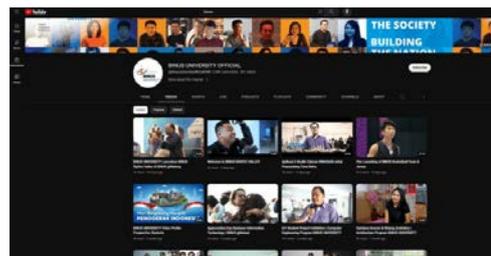
Maskot BEE juga tidak terlihat presensinya di media sosial BINUS seperti Instagram pada Gambar 5, Facebook pada Gambar 3. dan YouTube pada Gambar 4, sehingga peneliti belum bisa menganalisis hubungan antara maskot insitusi dengan interaksi dengan publik di media sosial.



Gambar 2. *Website* Resmi BINUS
(Diakses 26 Juli 2023)



Gambar 3. Facebook Resmi BINUS
(Diakses 25 Juli 2023)



Gambar 4. YouTube Resmi BINUS
(Diakses 25 Juli 2023)



Gambar 5. Instagram Resmi BINUS
(Diakses 25 Juli 2023)

Kemiripan dengan Maskot Lain di Indonesia

Saat peneliti pertama kali melihat maskot BINUS, peneliti langsung terpikir dua maskot lain, yaitu maskot Albi kepunyaan Alfamart dan Kojib kepunyaan Kementerian Pajak yang dapat dilihat pada Gambar 6. Jika dilihat baik-baik, memang ketiganya punya perbedaan, namun bentuk BEE bisa tergolong umum dan tidak terlalu berkesan jika orang awam melihatnya.



Gambar 6. Maskot Alfamart – Albi (kiri, sumber: Situs Resmi Alfamart), Maskot Kementerian Pajak – Kojib (kanan, sumber: majalahpajak.net)

Peneliti berpendapat, berdasarkan filosofi maskot dan teori visual persepsi Gibson, sebenarnya pemilihan lebah sebagai bentuk maskot BINUS ini cukup menggambarkan citra BINUS secara keseluruhan. Akan tetapi dengan tidak adanya integrasi *brand* dengan media sosial, dan di sisi lain adanya kemiripan dengan maskot lain di masyarakat, peneliti belum bisa membentuk pendapat dari sisi interaksi dengan publik.

Peneliti hanya bisa menyimpulkan bahwa BEE bukan menjadi alat utama BINUS untuk membangun citra institusi mereka.

b. BRONE–Maskot *Online Learning* Universitas Brawijaya



Gambar 7. BRONE – Maskot *Online Learning* Universitas Brawijaya (Sumber: Situs Resmi Pembelajaran Daring Universitas Brawijaya)

BRONE yang dilihat pada Gambar 7. merupakan kependekan dari “Brawijaya Number One”. BRONE mempunyai konsep seperti robot pendamping dalam pencarian informasi dan dapat belajar serta berkembang.

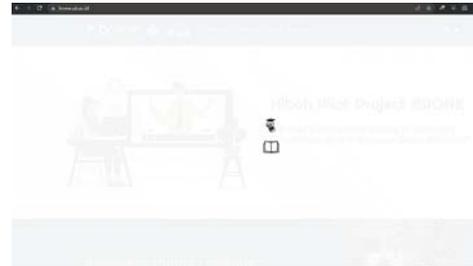
Filosofi BRONE adalah sebagai berikut:

1. Bentuk robot memiliki makna inovasi dan mewakili bentuk yang kuat dan koheren. Sehingga mampu merepresentasikan konsep kekuatan daya saing.
2. Dengan dominasi warna biru, kuning, perak, dan hitam, masing-masing warna mewakili makna kepercayaan, kebahagiaan, modernisasi, dan keunggulan [17].

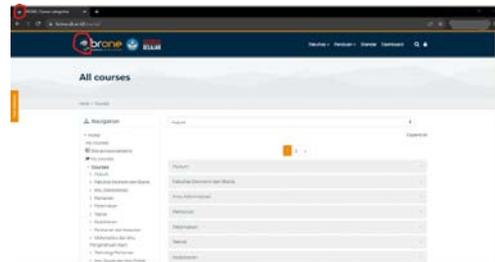
Integrasi Maskot dalam *Brand* Universitas Brawijaya dan Presensi di Media atau Media Sosial

Sejauh yang peneliti amati, walaupun ukurannya kecil, maskot BRONE sering muncul di beberapa halaman *loading* yang dapat dilihat pada Gambar 8 saat kita mengakses situs brone.ub.ac.id yang merupakan situs sistem pembelajaran daring dari

Universitas Brawijaya di tahun 2022. Akan tetapi, saat peneliti mengakses situs ini lagi di 26 Juli 2023, halaman *loading* ini sudah ditiadakan dan maskot BRONE hanya dipakai sebagai ikon *tab browser* dan logo di *bar* bagian atas saat kita mengakses keseluruhan halaman situs pembelajaran daring Universitas Brawijaya pada Gambar 9.

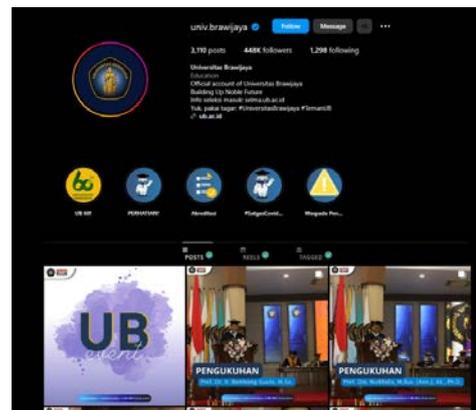


Gambar 8. Halaman *Loading* Situs Pembelajaran Daring Universitas Brawijaya (Diakses Tanggal 22 Juni 2022)



Gambar 9. Halaman *Course* Situs Pembelajaran Daring Universitas Brawijaya (Diakses Tanggal 26 Juli 2023)

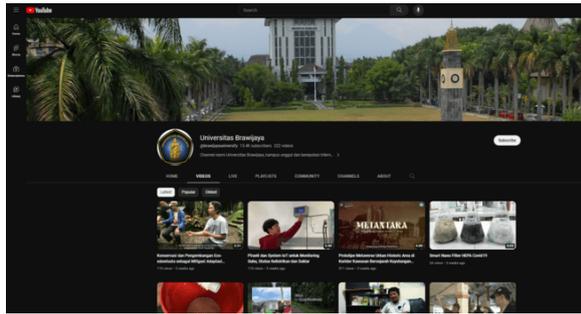
Dari presensi media sosial pada Gambar 10, BRONE dipakai sebagai beberapa ikon *highlight* Instagram Universitas Brawijaya yang berjudul “PERHATIAN!” dan #SatgasCovid19UB.



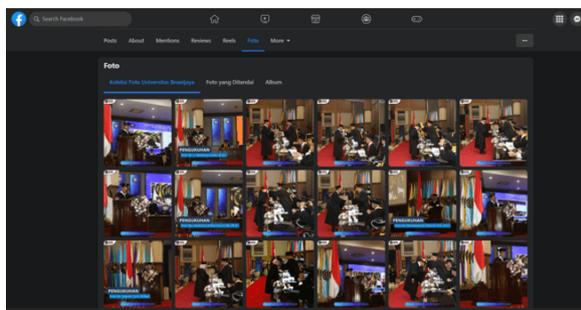
Gambar 10. Instagram Resmi Universitas Brawijaya (Diakses 26 Juli 2023)

Akan tetapi maskot ini tidak muncul lagi di media sosial Universitas Brawijaya yang lain seperti Facebook pada Gambar 12. atau YouTube Universitas Brawijaya pada Gambar 11, sehingga interaksi dengan

publik juga tidak terbentuk.



Gambar 11. YouTube Resmi Universitas Brawijaya (Diakses 26 Juli 2023)



Gambar 12. Facebook Resmi Universitas Brawijaya (Diakses 26 Juli 2023)

Kemiripan dengan Maskot Lain di Indonesia

Sejauh yang peneliti amati, maskot BRONE cukup berbeda dari maskot-maskot berbentuk robot yang ada di Indonesia sehingga ciri khas BRONE cukup menggambarkan juga, sejalan dengan filosofi pembuatan serta persepsi visual yang ditampilkan.

Peneliti berpendapat, meskipun informasi pembuatan BRONE dibuat tergolong sedikit di situs resminya, bentuk maskot dan filosofi pembuatannya sudah cukup merepresentasikan citra Universitas Brawijaya. Integrasi maskot ke dalam *brand* Universitas Brawijaya juga ada meskipun sedikit, akan tetapi penempatan dan keberadaannya tidak terasa signifikan karena tidak ditaruh di tempat-tempat di mana *audiens* dapat melihatnya secara gamblang.

Berdasarkan hal ini, peneliti sementara menyimpulkan bahwa maskot BRONE juga belum menjadi alat utama untuk Universitas Brawijaya dalam membentuk citra institusi.

c. Cakrawala – Maskot Universitas Negeri Malang



Gambar 13. Cakrawala - Maskot Universitas Negeri Malang (Sumber: Situs Resmi Universitas Negeri Malang)

Cakrawala pada Gambar 13. resmi lahir tanggal 17 Oktober 2019 dan didesain oleh mahasiswa Universitas Negeri Malang, Annisa Larasati dalam rangka kompetisi mendesain maskot Universitas Negeri Malang di tahun 2019 dan juga sekaligus menjadi topik skripsinya.

Menurut *post* Instagram resmi Universitas Negeri Malang di tanggal 18 Oktober 2019 dan artikel di situs resmi Universitas Negeri Malang yang diterbitkan tanggal 20 Februari 2023, Cakrawala diceritakan memiliki kemampuan belajar dan daya kreativitas yang tinggi, dengan harapan dapat mengembangkan ilmu pengetahuan, teknologi dan seni dengan target tidak terbatas dan cita-cita setinggi langit yang berangkat dari wawasan seluas cakrawala [18].

Hal yang menjadi kunci dari Cakrawala adalah penggunaan elemen topeng malangan yang merepresentasikan kota Malang dan juga kesederhanaan serta kenyamanan saat memakainya. Ini juga merupakan daya tarik dari maskot Cakrawala dan membuatnya cukup unik saat masyarakat awam melihatnya.

Integrasi Maskot dalam *Brand* Universitas Negeri Malang dan Presensi di Media atau Media Sosial

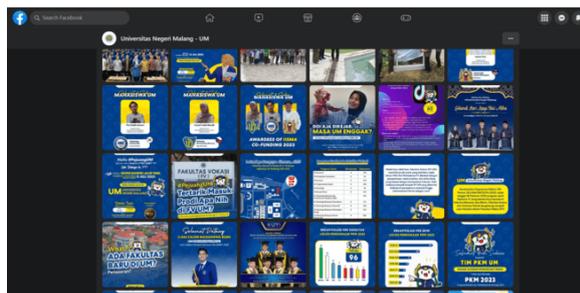
Selain beberapa artikel mengenai proses dan pembuatan maskot Cakrawala dan beberapa *post* media sosial dan website resmi Universitas Negeri Malang yang dapat dilihat pada Gambar 14. yang dikhususkan untuk memperkenalkan Cakrawala, Universitas Negeri Malang secara aktif memakai desain Cakrawala di *post* pengumuman media sosial seperti Instagram pada Gambar 15, Facebook pada Gambar 16, dan YouTube pada Gambar 17, poster-poster acara dan bahkan membuat kostum boneka khusus yang bisa dipakai oleh manusia. Kostum Boneka Cakrawala pada Gambar 18. ini biasa muncul di acara-acara penting Universitas Negeri Malang seperti wisuda dan acara kemahasiswaan.



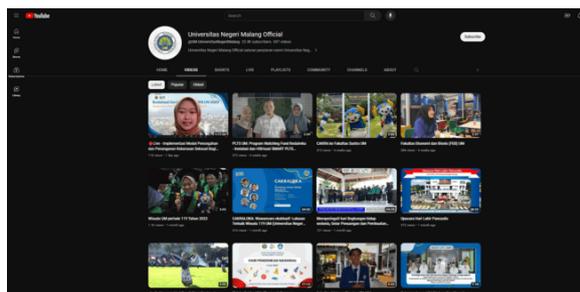
Gambar 14. Website Resmi Universitas Negeri Malang (Diakses 26 Juli 2023)



Gambar 15. Instagram Resmi Universitas Negeri Malang (Diakses 26 Juli 2023)



Gambar 16. Facebook Resmi Universitas Negeri Malang (Diakses 26 Juli 2023)



Gambar 17. YouTube Resmi Universitas Negeri Malang (Diakses 26 Juli 2023)



Gambar 18. Maskot Cakrawala (Sumber: Situs Resmi Universitas Negeri Malang)

Selain itu, khusus untuk platform media sosial Instagram, semua post yang memasukkan maskot ini, dibarengi dengan caption yang jenaka dan penyampaian yang terasa muda dan menyenangkan. Post-post ini rata-rata mendapatkan komentar yang cukup banyak. Berdasarkan post Instagram Universitas Negeri Malang dari Mei 2023 sampai dengan bulan Juli 2023, rata-rata komentarnya

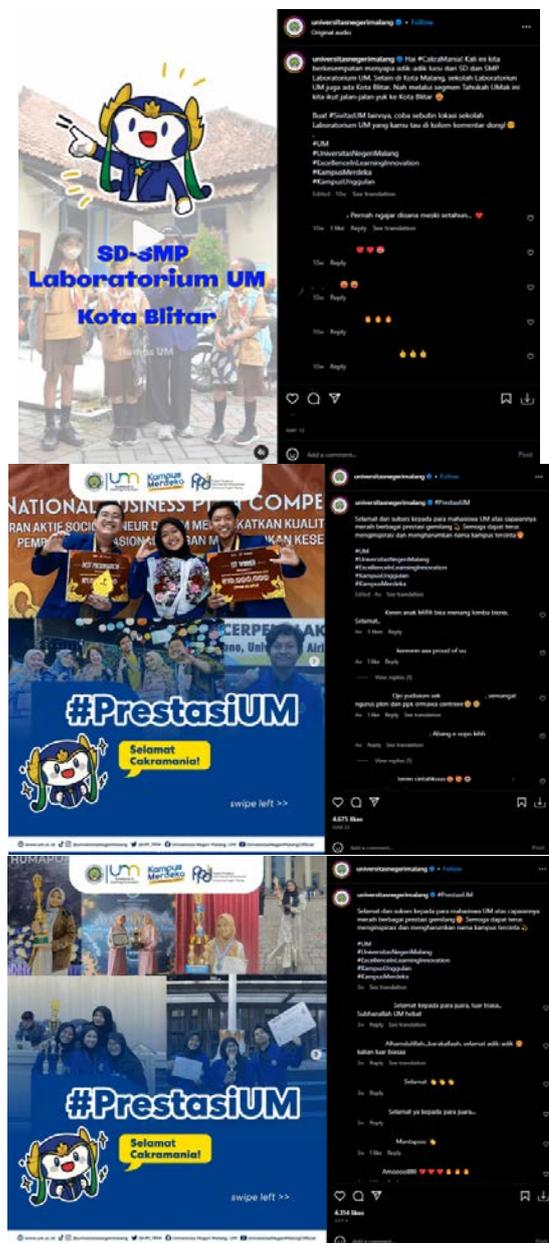
mencapai 12-30 komentar per post. Detail jumlah komentar post-post yang dilampirkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Komentar Post Instagram Universitas Negeri Malang

Tanggal Post	Jumlah Komentar
13 Mei 2023	15
22 Juni 2023	33
4 Juli 2023	12

Sumber: Rahmadini, 2023 (diakses 26 Juli 2023)

Post-post ini rata-rata dikomentari oleh civitas akademika Universitas Negeri Malang dan atau calon mahasiswa yang berminat untuk masuk ke Universitas Negeri Malang yang dapat dilihat pada Gambar 19.



Gambar 19. Post Instagram Universitas Negeri Malang (Atas-Tengah-Bawah: Mei 2023, Juni 2023, Juli 2023)

Kemiripan dengan Maskot Lain di Indonesia

Sejauh yang peneliti amati, secara bentuk Cakrawala memang terlihat sederhana, akan tetapi penggunaan elemen topeng Malangan membuat maskot ini cukup ikonik dan belum ada maskot lain di Indonesia yang mirip dengan Cakrawala. Jika dihubungkan dengan persepsi visual Gibson, Cakrawala juga terlihat cukup berbeda dan dapat dipisahkan dari maskot-maskot institusi yang ada di Indonesia.

Peneliti berpendapat, dengan informasi yang banyak di situs resminya dan integrasi maskot yang cukup sering di seluruh kegiatan serta media sosial Universitas Negeri Malang, maka *audiens* bisa dengan cepat mengenali bahwa Cakrawala adalah maskot kepunyaan Universitas Negeri Malang. Selain itu, didukung kepiawaian tim media sosial Universitas Negeri Malang merangkai *caption* media sosial, peneliti juga berpendapat, penggunaan maskot juga berpengaruh dalam menjaring interaksi dengan *audiens* di media sosial, dinilai dari banyaknya komentar yang ditinggalkan oleh *audiens* di *post-post* media sosial yang memakai gambar Cakrawala.

KESIMPULAN

Secara umum, literatur mengenai maskot institusi masih sedikit, sehingga untuk tinjauan pustaka juga masih belum memadai. Akan tetapi secara studi komparasi, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa secara bentuk, dari ketiga maskot ini tidak mempunyai persamaan tema visual yang menandakan bahwa maskot-maskot ini merupakan ciri khas “institusi”, karena setiap institusi mempunyai tujuan dan citra tersendiri yang ingin mereka sampaikan ke publik. Namun, bentuk ketiga maskot ini cukup cocok dengan filosofi pembentukan maskot yang dibuat dan cukup merepresentasikan citra institusi masing-masing.

Untuk maskot Universitas Bina Nusantara, presensinya di media sosial dan seluruh *internet* tergolong sangat minim sampai tidak ada sama sekali, sehingga kesimpulan mengenai hubungan presensi maskot dan interaksi dengan publik belum bisa ditarik.

Hal ini juga berlaku dengan maskot Universitas Brawijaya, meskipun secara presensi maskot di media sosial masih lebih banyak dibandingkan Universitas Bina Nusantara. Akan tetapi, dari data ini, peneliti berpendapat bahwa insituti-institusi di Indonesia belum mempertimbangkan dan juga memaksimalkan maskot sebagai alat pendukung pembentukan citra institusi di masyarakat.

Di sisi lain, jika kita amati cara Universitas Negeri Malang menggunakan dan mengintegrasikan maskotnya ke seluruh *brand* insituti, peneliti berpendapat bahwa dengan perencanaan marketing media sosial yang matang, maskot dapat menjadi alat untuk mengenalkan citra institusi yang ampuh.

Berdasarkan temuan-temuan di atas, peneliti dapat menyimpulkan secara keseluruhan, bahwa

meskipun maskot belum diperhitungkan sebagai alat pendukung pencitraan institusi, presensi maskot di media sosial cukup berperan dalam mengenalkan keberadaan institusi ke publik. Akan tetapi, kombinasi antara visual maskot dan *caption post* media sosial yang jenaka serta interaksi tim media sosial masih berperan lebih banyak dalam membangun citra institusi ke masyarakat luas. Dengan ini, tujuan penelitian di awal pendahuluan terjawab.

SARAN

Untuk pengembangan penelitian ke depannya, peneliti menyarankan untuk dapat melakukan survei secara umum mengenai maskot institusi, agar bisa mengetahui apakah maskot-maskot institusi dibutuhkan dan efektif untuk media promosi institusi. Jika ingin meneliti lebih jauh lagi, penelitian dapat langsung mengambil sampel dengan umur *target audience* setiap institusi agar dapat mengukur apakah maskot institusi dapat memengaruhi minat calon mahasiswa untuk mendaftar ke institusi tersebut.

Peneliti juga menyarankan untuk penelitian selanjutnya, jika ingin meningkatkan maskot-maskot dari sisi visual, dapat dilakukan studi visual dan redesain agar visual-visual maskot institusi ini lebih trendi dan menarik untuk publik.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] P. Kotler and K. L. Keller, *Marketing Management* (14th Global Ed.), New Jersey: Pearson, 2012.
- [2] M. Neumeier, *The brand gap: Revised edition*, San Fransisco: Peachpit press, 2005.
- [3] P. Weszka, "FIFA World Cup Brand Elements and Local Inspirations," *Sports Marketing Quarterly*, vol. 20, no. 3, pp. 174-184, 2011.
- [4] P. Arunrangsawed, "Be Like Me & Follow Me: A Relationship between Homophily and Belief of Superheroes' Fans," *Journal of Communication Arts Review*(*นิตยสารศิลปวิจารณ์*), vol. 18, no. 2, pp. 35-50, 2015.
- [5] E. Delgado-Ballester, M. Palazón and J. Pelaez-Muñoz, "This anthropomorphised brand is so loveable: The role of self-brand integration.," *Spanish Journal of Marketing-ESIC*, vol. 21, no. 2, pp. 89-101, 2017.
- [6] K. Caufield, "Analyzing the effects of brand mascots on social media: Johnson City Power Board case study," East Tennessee State University, Johnson City, 2012.
- [7] S. Brown, "Where the wild brands are: some thoughts on anthropomorphic marketing.," *The Marketing Review*, vol. Vol. 10, no. 3, p. 209–224, 2013.
- [8] P. M. Connel, "Consumer Response to Anthropomorphic Animal Images Based on Their Similarity to Humans," in *European Advances in Consumer Research Conference*, London, 2010.

- [9] F. M. A. E. S. Hadeel, "Sports Logo As a Marketing enhancement tool of Printed Sports Wear," *International Design Journal*, vol. 6, no. 1, pp. 103-112, 2016.
- [10] O. Otubanjo and A. Oluwatobi, "The Corporate Heritage Brand Development Process: A New Institutional Theory Approach," *Journal of Brand Management*, vol. 16, 2019.
- [11] I. Pairoa and P. Arunrangsiwed, "The effect of brand mascots on consumers' purchasing behaviors.," *International Journal of Economics and Management Engineering*, vol. 10, no. 5, pp. 1702-1705, 2016.
- [12] K. Osei-Frimpong and G. McLean, "Examining online social brand engagement: A social presence theory perspective.," *Technological Forecasting and Social Change*, vol. 128, pp. 10-21, 2018.
- [13] I. I. Fahmy, "Prestasi Belajar Siswa Homeschooling dan Sekolah Formal Jenjang SMP dalam Mata Pelajaran Bahasa Indonesia: Studi Deskriptif pada Homeschooling Kak Seto Bandung dan SMP Negeri 5," Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung, 2013.
- [14] J. J. Gibson, *The Ecological Approach to Visual Perception: Classic Edition* (Psychology Press & Routledge Classic Editions), London: Psychology Press, 1979.
- [15] Alfina, M. M. Khoirina and T. A. Nastiti, "Pelatihan Digital Marketing bagi Entrepreneur Di Kota Gresik," *Jurnal Abdidas*, vol. 1, no. 6, pp. 797-804, 2020.
- [16] Bina Nusantara University, "Undergraduate Program - BINUSIAN Mascot," Bina Nusantara, 2023. [Online]. Available: <https://curriculum.binus.ac.id/reguler/7/>. [Accessed 25 July 2023].
- [17] Universitas Brawijaya, "Coat of Arms, Logo, Motto, and Mascot," Universitas Brawijaya, [Online]. Available: <https://ub.ac.id/about/ub-brand/>. [Accessed 26 July 2023].
- [18] Nida, "Mengenal Lebih Dekat Maskot UM : Cakrawala," Universitas Malang, 24 February 2020. [Online]. Available: <http://komunikasi.um.ac.id/2020/02/mengenal-lebih-dekat-maskot-um-cakrawala/>. [Accessed 26 July 2023].

Penerimaan Mahasiswa Seni Teater ISI Surakarta terhadap Pemeran Bintang Film *Bumi Manusia*

Rofi Nurfatimah¹, I Putu Suhada Agung²

¹Film dan Televisi, Institut Seni Indonesia Surakarta, Surakarta, Indonesia
Email: rofinurfa16@gmail.com

²Film dan Televisi, Institut Seni Indonesia Surakarta, Surakarta, Indonesia
Email: ipsa@isi-ska.ac.id

*Penulis Korespondensi: E-mail: rofinurfa16@gmail.com

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis keaktoran para pemeran bintang dalam Film *Bumi Manusia*. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif. Pengambilan data dalam penelitian menggunakan teknik *Focussed Group Discussion* (FGD) dengan responden mahasiswa prodi Seni Teater ISI Surakarta. Hasil penelitian dianalisis menggunakan teori *Encoding/Decoding* yang menunjukkan bahwa mahasiswa dapat menerima keaktoran pemeran bintang jika aktor tersebut dapat memenuhi karakter atau profil tokoh yang harus dimunculkan dalam film *Bumi Manusia*. Peserta cenderung setuju atau menerima karakter tokoh Minke sebagai protagonis, namun hanya pada beberapa adegan. Seluruh peserta dapat menerima Fisiologi Annelies Mellema sebagai gadis blasteran Belanda Indonesia. Karakter Nyai Ontosoroh dapat diterima oleh peserta FGD, namun dalam hal penggambaran seorang gundik masih belum tergambarkan secara keseluruhan. Peserta cenderung menerima karakter tokoh Minke sebagai Protagonis, namun hanya pada beberapa adegan. Seluruh peserta dapat menerima fisiologi Annelies Mellema sebagai gadis blasteran Belanda Indonesia. Karakter Nyai Ontosoroh dapat diterima oleh peserta FGD, namun dalam hal penggambaran seorang gundik masih belum tergambarkan secara keseluruhan. Peserta cenderung tidak menerima keaktoran Iqbaal Ramadhan sebagai Minke, karena masih terbawa tokoh yang diperankan pada film sebelumnya yaitu tokoh Dilan. Terdapat dua kategori penerimaan yang bobotnya seimbang terhadap keaktoran Mawar Eva de Jongh sebagai Annelies Mellema, yaitu sebagian menerima (*dominant-hegemonic*) dan sebagian menerima tapi hanya pada beberapa adegan saja (*negotiated code*). Peserta cenderung menerima keaktoran Giorgino Abraham sebagai Robert Mellema, karena telah berhasil menjiwai perannya dan membuat penonton merasa kesal dengan aktingnya sebagai antagonis dalam film *Bumi Manusia*.

Kata Kunci: Aktor Bintang; *Bumi Manusia*; Karakter Tokoh

Abstract: This research aims to describe and analyze the acting of the star actors in the film *Bumi Manusia*. The research uses qualitative descriptive methods. Data collection in the research used the *Focussed Group Discussion* (FGD) technique with respondents from the ISI Surakarta Theater Arts study program students. The research results were analyzed using the *Encoding/Decoding* theory which shows that students can accept star roles if the actor can fulfill the character or profile of the character that must appear in the film *Bumi Manusia*. Participants tended to agree or accept Minke's character as the protagonist, but only in a few scenes. All participants can accept Annelies Mellema's physiology as a Dutch Indonesian girl. The character of Nyai Ontosoroh was acceptable to the FGD participants, but the depiction of a concubine was still not fully depicted. Participants tend to accept Minke's character as the protagonist, but only in a few scenes. All participants were able to accept Annelies Mellema's physiology as a Dutch Indonesian girl. The character of Nyai Ontosoroh was acceptable to the FGD participants, but the depiction of a concubine was still not fully depicted. Participants tended not to accept Iqbaal Ramadhan's acting as Minke, because he was still carried away by the character played in the previous film, namely the character Dilan. There are two categories of acceptance which are equally weighted towards Mawar Eva de Jongh's acting as Annelies Mellema, namely partly accepting (*dominant-hegemonic*) and partly accepting but only in a few scenes (*negotiated code*). Participants tended to accept Giorgino Abraham's acting as Robert Mellema, because he had succeeded in imbuing his role and making the audience feel annoyed with his acting as the antagonist in the film *Bumi Manusia*.

Keywords: *Bumi Manusia; Character Figure; Star Actor*

PENDAHULUAN

Salah satu hal yang menjadi peran penting dalam sebuah film adalah keberadaan tokoh dengan karakternya. Tokoh dalam cerita film harus dihidupkan oleh seorang aktor sesuai dengan karakter tokoh. Aktor adalah seorang pekerja seni yang mengkhususkan diri berkarya pada bidang seni peran [1]. Aktor juga dapat menjadi daya tarik dari sebuah film yang mampu memikat penontonnya. Film dengan aktor yang sudah terkenal atau bisa disebut aktor bintang merupakan sebuah keuntungan bagi produksi film.

Film *Bumi Manusia* merupakan salah satu film yang melibatkan aktor bintang sebagai pemeran utama, yaitu Iqbaal Ramadhan yang sebelumnya telah sukses berperan dalam film *Dilan 1990 dan Dilan 1991*. Film *Bumi Manusia* merupakan adaptasi dari novel karya Pramoedya Ananta Toer dengan judul yang sama yaitu *Bumi Manusia*[2].

Film *Bumi Manusia* menarik untuk diteliti karena merupakan salah satu film yang bertemakan sejarah dan mengangkat kisah masa lalu dari tokoh Minke. Namun dalam pengemasan filmnya, kurang memunculkan gejolak emosi sosok Minke jika dilihat dari keaktoran pemainnya [3].

Keaktoran para pemain dalam film *Bumi Manusia* menjadi hal yang menarik untuk diteliti karena peran aktor dalam sebuah film dapat mempengaruhi keberhasilan film. Seorang aktor harus bisa meyakinkan penontonnya bahwa yang diperankannya adalah nyata[4]. Berhasil atau tidaknya seorang aktor dalam berperan dapat dilihat dari bagaimana kesan penontonnya setelah melihat film yang disaksikan.

Penelitian Nurul Hikmawati[5] tentang Persepsi Penonton Film *Bumi Manusia* Karya Hanung Bramantyo: Alih Wahana Novel *Bumi Manusia* ke dalam Film oleh Nurul Hikmawati mahasiswa magister Pendidikan Bahasa Indonesia Pascasarjana UNISMA mengkaji tentang bagaimana persepsi penonton film *Bumi Manusia* terhadap penokohan karakter, latar peristiwa dan alih wahana novel ke dalam film dengan metode wawancara untuk memperoleh data [5]. Penelitian tersebut dijadikan referensi pada penelitian ini dalam hal penokohan karakter [6].

METODE PENELITIAN

Metode dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif yang berfokus pada studi khalayak, objek kajian dalam penelitian ini adalah mahasiswa prodi Seni Teater ISI Surakarta[7]. Pemilihan responden dalam penelitian ini berdasarkan beberapa kriteria, yaitu [8]: mahasiswa yang sudah pernah menonton film *Bumi Manusia*, mahasiswa aktif, mahasiswa telah menempuh perkuliahan minimal 2 semester, aktif dalam bermedia social [9]. Setelah terpilih beberapa mahasiswa yang bersedia dijadikan calon responden, selanjutnya dilakukan

pendataan yang kemudian menghasilkan 7 orang mahasiswa yang dipilih menjadi responden dalam penelitian [10].

Penelitian ini berfokus pada studi khalayak dimana objek yang dikaji adalah mahasiswa Program Studi Seni Teater ISI Surakarta. Alasan pemilihan mahasiswa Program Studi Seni Teater sebagai objek penelitian ini karena mahasiswa seni teater memiliki kemampuan dasar menganalisis dan mewujudkan karakter/sosok peran ke dalam pertunjukan teater secara kreatif dan profesional[11]. Teater dan film sama sama melibatkan aktor untuk menggerakkan cerita. Perbedaan teater dan film terletak pada medianya. Teater menggunakan media panggung untuk pertunjukan, sedangkan film menggunakan media audio visual[4].

Penelitian ini [12] melibatkan responden dari program studi Seni Teater Fakultas Seni Pertunjukan ISI Surakarta. Proses penelitian menggunakan teknik *Focused Group Discussion* (FGD) untuk memperoleh data. Responden diberikan pertanyaan yang berkaitan dengan keaktoran yaitu, analisis profil/karakter tokoh, dan teknik dasar keaktoran berupa olah tubuh, olah *vocal*, dan olah jiwa[13]. Pernyataan responden FGD dianalisis menggunakan teori *Encoding/Decoding*[10]. Teori tersebut yang digunakan untuk membedakan penerimaan para responden menjadi tiga kategori yaitu *Dominant-hegemonic position* atau peserta menyatakan setuju terhadap permasalahan, *Negotiated code or position* atau peserta setuju namun dengan syarat tertentu, dan *Oppositional code* atau peserta menyatakan tidak setuju terhadap suatu permasalahan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Film *Bumi Manusia* yang dikaji dalam penelitian ini merupakan film bergenre *romance* dengan *setting* waktu tahun 1890-1920-an. Film yang disutradarai oleh Hanung Bramantyo[2] ini menceritakan tentang perjuangan seorang pemuda Jawa bernama Minke (Iqbaal Ramadhan) dalam memperjuangkan kisah cintanya dengan Annelies Mellema (Mawar Eva de Jongh) gadis blasteran Belanda dan Jawa. Annelies merupakan putri dari Nyai Ontosoroh (Sha Ine Febriyanti) dan Herman Mellema [14]. Cinta yang dimiliki Minke untuk Annelies, membuatnya mengalami pergulatan batin yang tidak kunjung selesai.

Perbedaan ras dan halangan dari Robert Mellema (Giorgino Abraham) yang merupakan kakak kandung Annelies yang tidak suka dengan pribumi dan bapak Minke yang merupakan seorang Bupati melarang Minke untuk berhubungan dekat dengan keluarga Nyai, karena pada masa itu seorang Nyai dianggap rendah.

Film *Bumi Manusia* dibintangi oleh aktor-aktor yang terkenal dimasyarakat berkat karir mereka sebelum membintangi film *Bumi Manusia*. Berikut ini empat aktor bintang yang memerankan tokoh penting

dalam film *Bumi Manusia*. Tokoh dalam film memiliki karakter yang bisa disebut sebagai profil tokoh. Profil atau karakter tokoh berfungsi sebagai petunjuk atau gambaran mengenai seseorang yang akan ditampilkan dalam cerita [15]. Berikut ini beberapa hal yang termuat dalam profil atau karakter tokoh antara lain: nama tokoh, usia tokoh, tipologi tokoh, status tokoh, profesi dan jabatan tokoh, agama tokoh, dan latar belakang tokoh [1].

Pemeran utama pria dalam film *Bumi Manusia* adalah Iqbaal Diafakhri Ramadhan atau akrab dipanggil Iqbaal Ramadhan, dirinya merupakan seorang *public figure* yang cukup terkenal. Iqbaal pernah menjadi salah satu personil CJR yaitu grup *boy band* remaja yang berhasil mendongkrak popularitas personilnya bahkan hingga ke layar lebar. Iqbaal Ramadhan menjadi salah satu personil yang sukses berkiprah dalam dunia keaktoran dan menjadi bintang setelah berhasil menjadi pemeran utama dalam film *Dilan* dari novel karya Pidi Baiq. Iqbal mendapat penghargaan kategori “*Variety Asian Star: Up Next Award*” dalam *3rd International Film Festival and Awards Macau* (IFFAM) 2018 di Macau.

Pemeran utama Wanita di film *Bumi Manusia* ini merupakan seorang artis yang memulai karirnya sejak usia yang masih sangat muda. Mawar Eva lahir di Harlem New York, 26 September 2001 dan merupakan gadis berdarah Medan-Jerman[16]. Mawar Eva memulai karirnya sebagai model dan mengikuti beberapa kompetisi dan meraih gelar juara dalam ajang “*Cardinal Award*” 2015 dan meraih juara 2 dalam “*Puteri Pariwisata Tanah Karo*” tahun 2015. Mawar Eva semakin dikenal ketika ia memenangkan ajang *Miss Celebrity* Indonesia yang disiarkan di SCTV.

Mawar Eva de Jongh membintangi beberapa sinetron yaitu *Elif Indonesia*, *Haji Belajar Ngaji*, dan *Super Puber*. Tahun 2018, Mawar bermain sebagai Rumi dalam sinetron yang cukup laris pada masanya yaitu *Pesantren & Rock n’ Roll*. Selain sinetron, Mawar juga membintangi beberapa film sebelum film *Bumi Manusia* yaitu, *Promise* (2017), *London Love Story 2* (2017), *Tumbal: The Ritual Serendipity* (2018).

Giorgino Abraham[17] adalah seorang aktor muda yang terkenal sejak dirinya membintangi film berjudul “*Tendangan dari Langit*”. Karirnya semakin meningkat ketika ia membintangi sinetron berjudul “*Karunia*” pada tahun 2012. Giorgino Abraham juga pernah membintangi sinetron remaja berjudul “*Aku Anak Indonesia*” pada tahun 2015 dimana sinetron tersebut cukup sukses mendapat antusias penonton remaja pada masanya. Eksistensi Giorgino Abraham dalam dunia sinetron, menjadikan dirinya sebagai salah satu aktor muda yang cukup dikenal oleh masyarakat Indonesia.

Sha Ine Febriyanti adalah seorang seniman yang berasal dari Semarang, Jawa Tengah. Karirnya dimulai sejak menjadi *cover girl* majalah *Mode* pada tahun 1992. Seniman yang juga berprofesi sebagai

bintang film dan teater, sekaligus sutradara ini telah mendapatkan berbagai penghargaan salah satunya, Pemeran Utama Wanita Terpuji Festival Film Bandung 2016. Kemudian pada tahun 2019 Sha Ine Febriyanti kembali masuk dalam nominasi Pemeran Utama Perempuan Terbaik FFI.

Penerimaan Mahasiswa Seni Teater terhadap Karakter Utama Film *Bumi Manusia*

Hal pertama yang dibahas dalam FGD [18] adalah penerimaan mahasiswa program studi Seni Teater ISI Surakarta terhadap karakter tokoh utama dalam film *Bumi Manusia*. Terdapat tiga tokoh utama dalam film *Bumi Manusia* yang merupakan tokoh *protagonist* dan *tritagonist* sebagai pembawa alur cerita. Hal tersebut menjadi pokok pembahasan yang dibagi menjadi tiga pertanyaan untuk menggali lebih dalam mengenai penerimaan mahasiswa terhadap karakter tokoh utama dalam film [9]. Tiga pertanyaan tersebut mengenai tokoh karakter tokoh Minke, tokoh Annelies Mellema dan tokoh Nyai Ontosoroh sebagai gundik dalam film *Bumi Manusia*.

Penerimaan terhadap Karakter Tokoh Minke Sebagai Peran *Protagonist*



Gambar 1. Karakter Tokoh Minke
(Sumber: Screenshot Film Bumi Manusia, 2022)

Pembahasan yang pertama ini mengenai Karakter Minke sebagai *protagonist* dalam film *Bumi Manusia* yang dapat dilihat pada Gambar 1. Karakter utama dalam film *Bumi Manusia* adalah Minke yang memiliki konflik terhadap masalah percintaannya dengan Annelies Mellema dan keluarganya.

Penerimaan Terhadap Karakter Tokoh Annelies Mellema sebagai Gadis Blasteran Indonesia-Belanda

Seluruh peserta (7 mahasiswa) termasuk dalam kategori *dominant-hegemonic position* yang menyatakan bahwa mereka menerima peran karakter Annelies Mellema dari segi fisiologi, karena sudah digambarkan dengan jelas dari segi *make-up* dan *wardrobe*. Selain itu, pemilihan aktor yang berperan sebagai Annelies sudah tepat karena merupakan seorang aktor keturunan Indonesia dan Jerman sehingga sangat menggambarkan bahwa Annelies Mellema adalah seorang gadis Indo (blasteran Indonesia dan Belanda).



Gambar 2. Karakter Tokoh Annelies Mellema (Sumber: Screenshot Film Bumi Manusia, 2022)

Pembahasan yang kedua mengenai profil atau karakter tokoh dalam film *Bumi Manusia* adalah Karakter tokoh Annelies Mellema sebagai gadis blasteran Indonesia-Belanda yang dapat dilihat pada Gambar 2. Annelies Mellema merupakan karakter utama wanita yang diceritakan sebagai seorang anak yang lahir di Indonesia dengan keturunan Belanda dari sang ayah. Tokoh Annelies dalam kesehariannya hidup dilingkungan orang-orang Jawa dan orang Belanda yang tumbuh dan besar di Surabaya. Annelies berpenampilan layaknya gadis blasteran lainnya menggunakan gaun aksesoris rambut, dan sepatu sehingga terlihat seperti *none* Belanda.

Penerimaan Mahasiswa Terhadap Karakter Nyai Ontosoroh sebagai Gundik pada Masa Penjajahan Belanda

Pembahasan yang ketiga pada Gambar 3. mengenai karakter Nyai Ontosoroh sebagai gundik yang dijual oleh ayah kandungnya kepada seorang pengusaha yang berasal dari Belanda. Gundik dapat diartikan sebagai wanita simpanan yang dipaksa melayani tuannya. Namun dalam film *Bumi Manusia*, tokoh Nyai Ontosoroh yang disebut-sebut sebagai gundik justru berbanding terbalik dengan penggambaran seorang gundik pada umumnya.



Gambar 3. Karakter Tokoh Nyai Ontosoroh (Sumber: Screenshot Film Bumi Manusia, 2022)

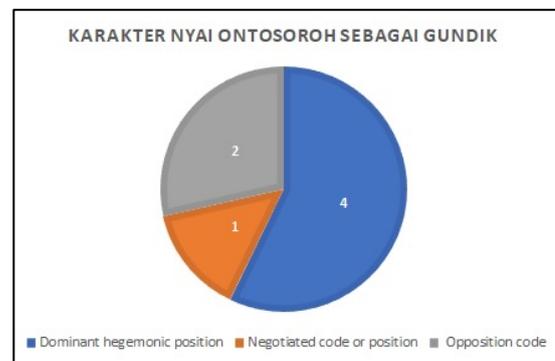
Nyai Ontosoroh diperlihatkan dengan gagah dan tegas bukan diperlihatkan seperti gundik yang terpaksa melayani dan penuh penderitaan. Karena itu, Karakter Nyai Ontosoroh sebagai gundik menarik untuk dibahas dalam penelitian ini.

Terdapat empat mahasiswa yang termasuk dalam kategori *dominant-hegemonic position* yang menyatakan bahwa karakter Nyai Ontosoroh sudah cukup kuat sebagai gundik dalam film *Bumi Manusia* baik secara visual maupun karakter. Ketika Nyai Ontosoroh diperankan oleh Sha Ine karakter Nyai

menjadi semakin kuat didukung oleh fisiologi Sha Ine dan pendalaman karakter berupa cara berbicara, pandangan mata, dan tegas ikhlas yang ditonjolkan dalam karakter Nyai. Terdapat adegan-adegan yang menurut peserta menunjukkan seorang gundik yaitu, adegan saat Nyai menyelimuti anak gadisnya yang tidur dengan Minke, peserta berpendapat bahwa jika orang pada umumnya pasti akan marah saat melihat perbuatan tersebut, namun Nyai tidak karena mungkin dulu Nyai sebagai gundik pernah merasakan bagaimana dipaksa melayani orang yang tidak dicintai.

Satu mahasiswa termasuk dalam kategori *negotiated code or position* yang menyatakan bahwa karakter Nyai Ontosoroh cukup kuat, tapi penggambaran gundik dalam karakter Nyai Ontosoroh terkesan berbeda dengan gundik dimasa penjajahan yang identik dengan kegelapan yaitu sebagai wanita simpanan yang dipaksa melayani. Jadi menurut peserta, peran karakter Nyai Ontosoroh kurang menggambarkan sebagai sosok gundik pada masa penjajahan, namun secara karakter Nyai dalam film sangat kuat.

Dua mahasiswa termasuk dalam kategori *oppositional code* yang menyatakan bahwa Nyai Ontosoroh dalam film *Bumi Manusia* tidak menggambarkan gundik pada masa penjajahan Belanda karena Nyai digambarkan sangat berwibawa, tegas, dan berpandangan luas. Jadi peserta menganggap Nyai Ontosoroh kurang mewakili gundik pada masa penjajahan karena yang seperti Nyai itu satu banding seribu diantara gundik-gundik yang lain.



Gambar 4. Penerimaan Responden Terhadap Karakter Tokoh Nyai Ontosoroh Sebagai Gundik

Aktor Bintang dalam Realisasi Karakter Tokoh Film *Bumi Manusia*

Permasalahan yang kedua adalah peran aktor bintang dalam film *Bumi Manusia*. Terdapat 3 Aktor yang termasuk kategori bintang dilihat dari biografi aktor tersebut dan jumlah *followers* di Instagram, aktor-aktor tersebut adalah Iqbal Ramadhan, Mawar Eva de Jongh, dan Giorgino Abraham. Peran ketiga aktor tersebut mendapatkan perhatian karena merupakan aktor bintang dan aktor muda yang dihadirkan dalam peran karakter masa lalu yaitu pada masa penjajahan Belanda.

Iqbaal Ramadhan sebagai Minke

Iqbaal Ramadhan yang berperan sebagai Minke adalah aktor yang cukup banyak digemari oleh masyarakat Indonesia khususnya para remaja. Peran Iqbaal sebagai Minke mendapatkan berbagai komentar dari para penontonnya karena terkesan memaksakan saat Iqbaal harus merealisasikan karakter tokoh Minke pemuda pada masa penjajahan yang berasal dari Jawa.

Penerimaan mahasiswa terhadap realisasi karakter Iqbaal Ramadhan sebagai Minke menunjukkan kategori penerimaan *negotiated code or position* dan *oppositional code*. Terdapat dua peserta yang termasuk dalam kategori *negotiated code or position* yang menyatakan bahwa peran Iqbaal sebagai Minke dalam film *Bumi Manusia* kurang berhasil. Beberapa *part* menunjukkan bahwa itu Minke tapi masih banyak *part* yang masih kurang karena masih terbawa tokoh film yang dimainkan sebelumnya yaitu tokoh Dilan sehingga sangat berpengaruh dalam permainannya dalam film *Bumi Manusia*.



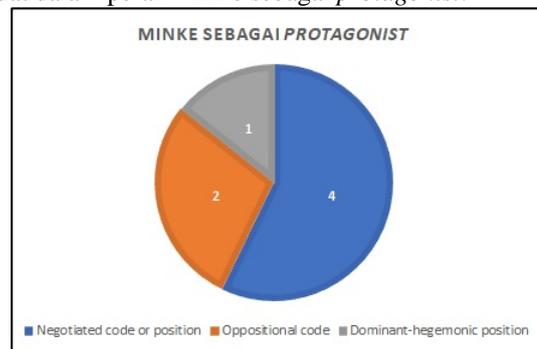
Gambar 5. Penerimaan Responden Terhadap Karakter Iqbaal sebagai Minke

Terdapat lima peserta yang termasuk dalam kategori *oppositional code* yaitu yang tidak menerima peran aktor bintang Iqbaal Ramadhan sebagai Minke dengan memberikan pernyataan bahwa Iqbaal tidak berhasil karena belum maksimal dari segi pengadeganan maupun riset. Fisiologi Iqbaal yang berperan sebagai Minke juga dinilai kurang karena kurang terlihat sebagai orang Jawa padahal dari sosiologis hidup di Jawa dan merupakan anak dari seorang Bupati yang asli Jawa. Selain itu, dari cara berbicara dan sikapnya masih kurang merealisasikan tokoh Minke.

Pemeranan pada karakter tokoh Minke sudah menggambarkan sebagai seorang *protagonist* dalam alur cerita film *Bumi Manusia* diperlihatkan dari beberapa adegan Minke dengan orang-orang disekitarnya dimana Minke berbuat hal baik dan membantu orang terdekatnya seperti Annelies Mellema dan Nyai Ontosoroh. Penggambaran tokoh protagonis dinyatakan oleh empat mahasiswa yang termasuk dalam kategori *Dominant-hegemonic position*.

Dua mahasiswa termasuk dalam kategori *Negotiated code or position* yang menyatakan bahwa karakter tokoh Minke berhasil berperan sebagai *protagonist*, namun kurang maksimal dari segi bahasa dan logat Jawa. Selain itu, peran Minke dinilai kurang kuat dalam cerita sehingga karakter tokoh Minke berhasil sebagai penggerak alur cerita karena bantuan tokoh lain atau elemen-elemen lain yang mendukung peran Minke sebagai karakter utama penggerak cerita.

Satu mahasiswa termasuk dalam kategori *oppositional code* yang menyatakan bahwa karakter Minke tidak berhasil berperan sebagai *protagonist* karena terdapat beberapa adegan yang menurut peserta kurang menggambarkan karakter Minke yang berasal dari tanah Jawa. Peserta menilai bahwa dari segi visual dan logat memberikan kesan yang kurang kuat dalam peran Minke sebagai *protagonist*.



Gambar 6. Penerimaan Responden Terhadap Karakter Minke Sebagai Protagonist

Mawar Eva de Jongh sebagai Annelies Mellema

Pembahasan yang kedua yaitu realisasi karakter Annelies Mellema oleh Mawar Eva de Jongh. Annelies dalam film *Bumi Manusia* merupakan gadis blasteran Jawa-Belanda yang dibesarkan di tanah Jawa tepatnya di Surabaya. Annelies merupakan gadis cantik yang lembut dan manja.

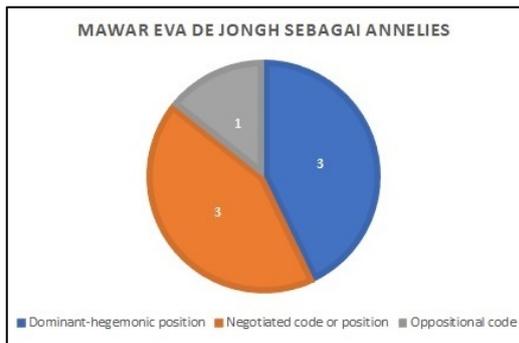
Penerimaan mahasiswa terhadap realisasi karakter Annelies Mellema yang diperankan oleh Mawar Eva menunjukkan kategori penerimaan *dominant-hegemonic position*, *negotiated code or position*, dan *oppositional code*.

Terdapat tiga mahasiswa yang termasuk dalam kategori *dominant-hegemonic position* yang menyatakan bahwa Mawar Eva de Jongh sebagai Annelies dirasa tepat dan sudah berhasil memerankan tokoh tersebut dari segi fisiologi dan latar belakang Mawar yang merupakan keturunan Manado-Jerman. Selain itu, permainan aktingnya sudah pas dengan logatnya.

Tiga mahasiswa termasuk dalam kategori *negotiated code or position* yang menyatakan bahwa Mawar Eva dari segi fisik sudah berhasil merealisasikan tokoh Annelies dalam film *Bumi Manusia*, namun dalam hal akting terdapat beberapa adegan yang kurang yaitu pada saat beradegan dengan aktor Iqbaal yang berperan sebagai Minke. Mawar dinilai masih kurang penjiwaannya saat beradegan dengan Iqbaal dan seperti menyesuaikan Iqbaal. Jadi, Mawar hanya berhasil dalam hal fisiologi tokoh

namun, belum sepenuhnya berhasil merealisasikan karakter tokoh Annelies dalam film Bumi Manusia.

Selanjutnya, terdapat satu peserta yang termasuk dalam kategori *oppositional code* yang menyatakan bahwa Mawar Eva belum merealisasikan karakter tokoh Annelies Mellema karena aktingnya yang masih kaku dan kurang menjiwai perannya. Sehingga Mawar Eva belum berhasil merealisasikan karakter Annelies Mellema dalam film Bumi Manusia.



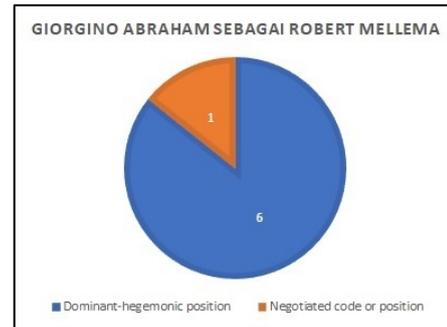
Gambar 7. Penerimaan Responden Terhadap Karakter Mawar Eva De Jongh Sebagai Annelies

Giorgino Abraham sebagai Robert Mellema

Pembahasan yang ketiga mengenai peran Giorgino Abraham sebagai Robert Mellema yang merupakan karakter antagonis dalam film *Bumi Manusia*. Perannya sangat mengundang emosi dan kesal atas adegan-adegan yang diperankan sebagai Robert Mellema.

Mahasiswa yang termasuk dalam kategori *dominant-hegemonic position* yang menyatakan bahwa Girogino Abraham berhasil merealisasikan tokoh Robert Mellema. Giorgino memiliki *power* yang bagus dan berhasil mendapatkan respon dari penonton yaitu respon kesal terhadap adegan yang dimainkannya dalam film *Bumi Manusia*. Giorgino berhasil mengidentifikasi siapa dia dalam kapasitas sedikit di film *Bumi Manusia* dan berhasil berperan sebagai antagonis dalam film *Bumi Manusia*.

Enam mahasiswa cenderung menerima keaktoran Giorgino Abraham sebagai Robert Mellema, karena telah berhasil menjiwai perannya dan membuat penonton merasa kesal dengan aktingnya sebagai antagonis dalam film *Bumi Manusia*. Terdapat satu mahasiswa yang termasuk dalam kategori *negotiated code or position* yang menyatakan bahwa Giorgino Abraham berhasil dalam segi keaktoran saat memerankan tokoh Robert Mellema, namun dari segi fisik belum menggambarkan sebagai seorang Indo atau blasteran Jawa dan Belanda. Visual dari Giorgino Abraham dinilai sedikit memaksakan dengan penggunaan *softlens* berwarna biru.



Gambar 8. Penerimaan Responden Terhadap Karakter Giorgino Abraham Sebagai Robert Mellema

KESIMPULAN

Peserta cenderung menerima karakter tokoh Minke sebagai Protagonis, namun hanya pada beberapa adegan. Seluruh peserta dapat menerima fisiologi Annelies Mellema sebagai gadis blasteran Belanda Indonesia. Karakter Nyai Ontosoroh dapat diterima oleh peserta FGD, namun dalam hal penggambaran seorang gundik masih belum menggambarkan secara keseluruhan. Peserta cenderung tidak menerima keaktoran Iqbaal Ramadhan sebagai Minke, karena masih terbawa tokoh yang diperankan pada film sebelumnya yaitu tokoh Dilan. Terdapat dua kategori penerimaan yang bobotnya seimbang terhadap keaktoran Mawar Eva de Jongh sebagai Annelies Mellema, yaitu sebagian menerima (*dominant-hegemonic*) dan sebagian menerima tapi hanya pada beberapa adegan saja (*negotiated code*).

SARAN

Penelitian ini membahas mengenai keaktoran para pemeran bintang dalam sebuah film, khususnya film *Bumi Manusia*. Aktor dalam film merupakan hal yang sangat penting dan menjadi kunci tersampainya sebuah cerita ke penonton. Penelitian ini membahas tiga tokoh utama dalam film *Bumi Manusia* dan empat aktor bintang yang berperan dalam film *Bumi Manusia*. Berkenaan dengan penelitian ini, semoga kedepannya dapat terus dikembangkan dengan teori-teori dan metode lain menggunakan objek yang sama maupun berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] E. Lutters, "Kunci Sukses Menjadi Aktor," Cetakan 1., Jakarta : Grasindo, 2018.
- [2] H. Bramantyo, "Kenapa Film Bumi Manusia Harus Saya?," CNN Indonesia. Accessed: Sep. 01, 2022. [Online]. Available: <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20190822210057-221-423920/kenapa-film-bumi-manusia-harus-saya>
- [3] A. Khoiri, "Review Film: Bumi Manusia," CNN Indonesia. Accessed: Sep. 01, 2022. [Online]. Available: <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20190816083100-220-421802/review-film-bumi-manusia>

- [4] A. Dwi Susanti, "Akting Teater dan Film pada Studi Kasus Maudy Koesnaedi," ISI Yogyakarta, Yogyakarta, 2019. Accessed: Apr. 22, 2022. [Online]. Available: <http://digilib.isi.ac.id/5692/3/JURNAL%20PUBLIKASI%201410746014.pdf>
- [5] N. Hikmawati, N. Fajar Arief, and A. Ambarwati, "The Audience's Perception of Bumi Manusia Film by Hanung Bramantyo: The Adaptation of Bumi Manusia Novel into Film," *Seloka*, vol. 11, no. 2, Aug. 2022.
- [6] J. Stokes, "How To Do Media and Cultural Studies: Panduan untuk Melaksanakan Penelitian dalam Kajian Media dan Budaya," Yogyakarta: PT Bentang Pustaka, 2003.
- [7] Sugiyono, "Statistika untuk Penelitian," Bandung: Alfabeta, 2010.
- [8] H. Cangara, "Pengantar Ilmu Komunikasi," Jakarta: Grasindo Persada, 2004.
- [9] Irwanto, "Focused Group Discussion," Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2006.
- [10] S. J. Baran and D. K. Davis, "Teori Komunikasi Massa Edisi 5 Dasar, Pergolakan, dan Masa Depan," Jakarta : Salemba Humanika, 2014.
- [11] A. Salim, "Teori dan Paradigma Penelitian Sosial Edisi Kedua," Yogyakarta: Tiara Wacana, 2006.
- [12] H. Sutopo, "Metodologi Penelitian Kualitatif Dasar Teori dan Terapannya dalam Penelitian," Surakarta: Univ Sebelas, 2006.
- [13] E. Al-Malaky, "Why Not Remaja Doyan Nonton," Bandung : Dar Mizan, 2004.
- [14] A. Khoiri, "Hanung: 'Bumi Manusia' Itu Soal Cinta Minke dan Annelies," CNN Indonesia. Accessed: Sep. 01, 2022. [Online]. Available: <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20180528114015-220-301802/hanung-bumi-manusia-itu-soal-cinta-minke-dan-annelies>
- [15] R. A., "Di bawah 25 Tahun, Aktor Muda Indonesia Paling Bersinar di 2019," IDN TIMES. Accessed: Oct. 04, 2022. [Online]. Available: <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/andi-aris/di-bawah-25-tahun-10-aktor-muda-indonesia-paling-bersinar-di>
- [16] The Asianparent, "Profil dan Fakta Menarik Mawar Eva de Jongh, Aktris Muda yang Multitalenta." Accessed: Oct. 22, 2022. [Online]. Available: <https://id.theasianparent.com/mawar-eva-de-jongh>
- [17] Dailysia, "Giorgino Abraham," Dailysia. Accessed: Oct. 13, 2023. [Online]. Available: <https://www.dailysia.com/biodata-profil-dan-fakta-giorgino-abraham>
- [18] H. Pratista, "Memahami Film Edisi 2," Yogyakarta: Montase press, 2017.

