

Candra Rupa

Jurnal of Art, Design, and Media

Perancangan Set Meja Makan Menggunakan Konsep Space Saving dengan Jerami Sebagai Unsur Hias

Ahmad Khoirul Musadid, DS. Drajad Wibowo, Achmad Zainudin

Strategi Manajemen Acara Festival Sinema Akhir Tahun (SAT) Sebagai Jalur Ekshibisi Film Tahun 2019 - 2021

Oka Sugawa, I Putu Suhada Agung

Visualisasi Kapal Naga Viking dan Simbol Vegvisir dalam Produk Busana Siap Pakai

Felicia Kolonica, Dewi Isma Aryani, Indra Janty Tan

Makna Solidaritas pada Film Miss Congeniality

Devina Azzahra, Rizca Haqqu

Analisis Mise En Scene dalam Interaksi Tokoh Yuni dengan Para Tokoh Antagonis pada Film Yuni

Sutari Puspa Sucita, Donie Fadjar Kurniawan

Persepsi Audiens Terhadap Logo "Pempek Nyonya Kamto"

Agustina Kusuma Dewi, Meisri Savitri Maulani

Perancangan Media Interaktif Berbasis Augmented Reality Sejarah Trowulan Untuk Anak Sekolah

Nur Laili Rochmah, Dhika Yuan Yurisma, Siswo Martono

Invensi Lingkungan Dalam Café Kesehatan Studi Kasus: Café Rumah Pohon

Rani Hermita, Tri Yola Septiani

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

Perancangan Set Meja Makan Menggunakan Konsep Space Saving dengan Jerami Sebagai Unsur Hias Ahmad Khoirul Musadid, DS. Drajad Wibowo, Achmad Zainudin	1-9
Strategi Manajemen Acara Festival Sinema Akhir Tahun (SAT) Sebagai Jalur Ekshibisi Film Tahun 2019 - 2021 Oka Sugawa, I Putu Suhada Agung	10-21
Visualisasi Kapal Naga Viking dan Simbol Vegvisir dalam Produk Busana Siap Pakai Felicia Kolonica, Dewi Isma Aryani, Indra Janty Tan	22-28
Makna Solidaritas pada Film Miss Congeniality Devina Azzahra, Rizca Haqqu	29-34
Analisis Mise En Scene dalam Interaksi Tokoh Yuni dengan Para Tokoh Antagonis pada film Yuni Sutari Puspa Sucita, Donie Fadjar Kurniawan	35-39
Persepsi Audiens Terhadap Logo “Pempek Nyonya Kamto” Agustina Kusuma Dewi, Meisri Savitri Maulani	40-46
Perancangan Media Interaktif Berbasis Augmented Reality Sejarah Trowulan Untuk Anak Sekolah Nur Laili Rochmah, Dhika Yuan Yurisma, Siswo Martono	47-56
Invensi Lingkungan Dalam Café Kesehatan Studi Kasus: Café Rumah Pohon Rani Hermita, Tri Yola Septiani	57-63

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.

Perancangan Set Meja Makan Menggunakan Konsep *Space Saving* dengan Jerami Sebagai Unsur Hias

Ahmad Khoirul Musadid¹, DS. Drajad Wibowo², Achmad Zainudin³

¹Desain Produk, Universitas Islam Nahdlatul Ulama, Jepara, Indonesia
Email: 16126000393@unisnu.ac.id

²Desain Produk, Universitas Islam Nahdlatul Ulama, Jepara, Indonesia
Email: dragong917@gmail.com

³Desain Produk, Universitas Islam Nahdlatul Ulama, Jepara, Indonesia
Email: dzain@unisnu.ac.id

*Penulis Korespondensi: E-mail: 16126000393@unisnu.ac.id

Abstrak: *Furniture* merupakan produk pelengkap yang dibutuhkan dalam kehidupan, baik interior dan eksterior. Perkembangan kebutuhan dan desain *furniture* juga mengalami peningkatan yang baik dan dapat menyesuaikan kondisi juga manfaatnya. Peningkatan jumlah penduduk setiap tahun dapat mempengaruhi dalam perkembangan desain baik hingga hunian dan kebutuhan lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan ide perancangan desain *furniture* yang mempunyai kekuatan, kenyamanan, keunikan dan *fleksibel* terhadap ruang, yaitu konsep *space saving*. Material yang digunakan dalam penelitian menggunakan kayu jati sebagai material utama dan jerami padi sebagai unsur hias. Metode penelitian perancangan ini menggunakan pendekatan *design thinking* yang mempunyai lima tahapan perencanaan yang sesuai dengan konsep perancangan, yaitu: (1) *Empathize*, (2) *Define*, (3) *Ideate*, (4) *Prototype*, (5) *Test*. Data informasi yang dikumpulkan melalui observasi lapangan dengan wawancara pada narasumber terkait dan observasi melalui sumber media terkait, yang mana data tersebut dapat menjadi panduan penelitian. Penelitian yang bersifat kualitatif ini dilakukan dengan menjalankan langkah-langkah metodologis: (1) mengumpulkan data sumber masalah; (2) Menyusun konsep desain; (3) membuat sketsa alternatif; (4) memilih desain terpilih dari alternatif desain yang tersedia; dan (5) menjalankan tahap perwujudan produk. Perancangan desain perpaduan ide konsep *furniture space saving* yang mengarah pada fungsional dan menjadi konsep utama yang dipadukan dengan kaki gaya *Scandinavian* (sisi estetik), dan jerami sebagai unsur hias pada top meja utama dapat menjadi sebuah pembelajaran sehingga menghasilkan produk yang modern, *fleksibel*, dan mudah dalam penyimpanan serta pengemasan.

Kata Kunci: *Design Thinking*; Set Meja Makan; *Space Saving*

Abstract: *Furniture* is a complementary product needed in life, both interior and exterior. The development of furniture needs and designs has also experienced good improvements and can adapt to conditions and benefits. The increase in population every year can influence the development of design, including housing and other needs. This study aims to provide ideas for designing furniture that has strength, comfort, uniqueness and flexibility towards space, namely the concept of space saving. The materials used in the research used teak wood as the main material and rice straw as the decorative element. The research design methodology follows the design thinking approach, encompassing five planning stages aligned with the design concept: (1) *Empathize*, (2) *Define*, (3) *Ideate*, (4) *Prototype*, and (5) *Test*. Informational data is gathered through field observations, interviews with relevant informants, and observations via pertinent media sources, providing guidance for the research. This qualitative research follows methodological steps: (1) collecting data on the source of the problem, (2) formulating the design concept, (3) creating alternative sketches, (4) selecting the preferred design from available alternatives, and (5) executing the product realization phase.

Keywords: *Design Thinking*; Dining Table Set; *Space saving*

PENDAHULUAN

Tempat tinggal akan selalu menjadi kebutuhan utama setiap manusia sebagai tempat perlindungan. Populasi manusia yang terus bertambah juga akan meningkatkan jumlah hunian. Hal tersebut

menjadikan kota-kota besar di Indonesia memiliki permasalahan dalam kepadatan penduduk.

Dampak dari kepadatan penduduk membuat lahan untuk tempat hunian menjadi terbatas, oleh karena itu harus diimbangi dengan perencanaan pembangunan hunian yang matang, seperti hunian

vertikal apartemen, gedung bertingkat, atau rumah minimalis. Hasil perencanaan pembangunan hunian yang sederhana menjadikan ruang interior dan eksterior akan lebih sedikit, begitu juga untuk *furniture* rumah sangat terbatas.

Furniture yang dimaksud seperti kursi, meja, tempat tidur, dan lemari. Untuk mengatasi masalah ini, penghuni harus memiliki *furniture* yang serbaguna, modular, fleksibel, dan *space saving* [1].

Berdasarkan uraian di atas maka diperlukan sebuah rancangan yang bisa mengatasi keterbatasan lahan pada ruang sempit. Rancangan yang mengaplikasikan *space saving* dalam *furniture* sangat mendukung dalam ruang yang terbatas, karena dengan *space saving* ruangan yang terbatas bisa menampung produk *furniture* sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan dan ruangan masih terkesan luas.

Penelitian dengan modus '*to design*' yang melibatkan proses perancangan ini dijalankan dengan tujuan untuk membuat desain set meja makan dengan menggunakan sistem *folding* sehingga bisa *fleksibel* terhadap ruang dan tetap mengedepankan kenyamanan dan estetika dari produk. Pada dasarnya pembuatan produk *furniture* menggunakan bahan kayu, karena kayu merupakan bahan baku yang dapat dengan mudah diolah menjadi produk serba guna untuk menunjang keperluan sehari-hari. Perkembangan teknologi menjadikan bahan kayu dapat diolah menjadi berbagai produk seperti kertas, tekstil, dan sebagainya. Kayu memiliki sifat khusus yang tidak dapat ditiru oleh bahan buatan manusia lainnya. Misalnya, kayu memiliki sifat elastis, keras, ulet, dan masih banyak sifat lain yang tidak dimiliki oleh beton, baja, dan plastik [2]. Dari sisi permintaan, kayu merupakan material yang dominan untuk produk *furniture* Indonesia sebesar 67,02% [2]. Oleh sebab itu, dalam penelitian perancangan set meja makan ini, menggunakan tambahan bahan penunjang yaitu jerami padi sebagai unsur hias.

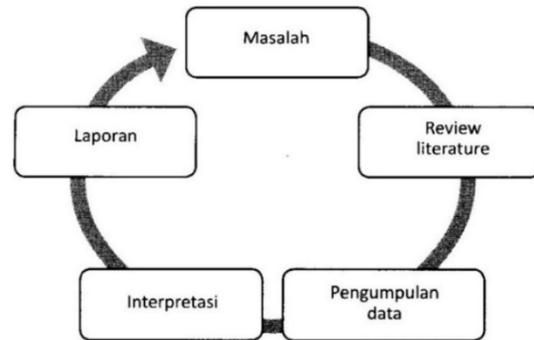
Disisi lain Indonesia merupakan negara agraris, yang artinya Indonesia sangat bergantung pada sektor pertanian khususnya padi. Limbah yang dihasilkan panen padi yaitu jerami dan serbuk. Limbah jerami dari hasil panen yang digunakan untuk pakan ternak atau keperluan industri hanya sebanyak 38% dan sisanya atau 62% jerami lainnya dibakar [3].

Jerami padi hanya dianggap limbah padi yang tidak diolah dengan baik menjadi kendala dalam bercocok tanam. Sebagian besar untuk menyelesaikan masalah tersebut petani membakar jeraminya [3].

METODE PENELITIAN

Pengumpulan data penelitian ini melalui tahapan-tahapan yang sistematis untuk memperkuat teoritis penulisan penelitian kualitatif. 'John Creswell' mendefinisikan penelitian sebagai proses siklus langkah demi langkah yang dimulai dengan identifikasi masalah atau topik yang akan diselidiki

yang ditunjukkan pada Gambar 1. Setelah masalah diidentifikasi, kemudian membaca atau literatur mengikuti. Kemudian mendefinisikan dan menjelaskan tujuan penelitian. Berikutnya Pengumpulan dan analisis data. Kemudian menginterpretasikan (menafsirkan) informasi yang diterima. Mulai dari identifikasi masalah hingga dalam proses perancangan langkah demi langkah yang berurutan dan sistematis [4].



Gambar 1. Skema Penelitian menurut Creswell (Sumber: Raco, 2010: 6; Fauzi, 2019)

Penelitian kualitatif merupakan suatu pendekatan atau penelusuran untuk mengeksplorasi dan pemahaman terhadap suatu fenomena sentral. Untuk memahami gejala sentral tersebut, peneliti mewawancarai partisipan dalam penelitian dengan mengajukan pertanyaan yang cukup umum dan luas, bukan pertanyaan detail seperti pada metode kuantitatif. Pertanyaan biasanya dimulai dengan pertanyaan umum, tetapi kemudian dipersempit dan lebih detail. Sifatnya umum karena peneliti memberikan kesempatan seluas-luasnya kepada partisipan untuk mengungkapkan pikiran dan pendapatnya tanpa dibatasi oleh peneliti. Peneliti kemudian menyempurnakan semua informasi-informasi dari partisipan tersebut sehingga terpusat. Hal ini karena menekankan pentingnya informasi yang diterima dari partisipan yang merupakan sumber informasi utama. Informasi yang disampaikan oleh partisipan kemudian dikumpulkan, sebagian besar informasi dalam bentuk kata atau teks [4].

Penggunaan metode penulisan penelitian kualitatif dapat memperkuat pada metode perancangan yang menggunakan pendekatan *design thinking*. Terdapat lima tahapan yang dapat membantu memecahkan permasalahan dan menciptakan ide-ide inovatif sesuai dengan penelitian, yaitu: *empathize*, *ideation*, *prototype*, dan *test* [5].

Beberapa tahapan tersebut yang perlu dilalui untuk mewujudkan penelitian perancangan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen: 1) *Empathize* (empati) di mana tahap observasi secara langsung untuk mengetahui pengguna secara terperinci dengan memahami masalah yang dihadapi dari sudut pandang pemakai, yaitu tentang konsep yang ingin

digunakan hingga desain yang sesuai dengan tempat tinggal minimalis. Tahap 2) *Define* (Definisi) ialah tahapan pengelompokan informasi sehingga dapat diidentifikasi masalah pengguna dapat ditemukan solusi yang tepat. Setelah melakukan langkah tahap pertama selesai kemudian pemilihan material yang ingin digunakan, yaitu kayu jati melihat corak dekoratif dan kekuatan bahan, kayu jati merupakan primadona untuk konstruksi rumah kayu maupun bahan pembuatan furnitur [6].

Tahap 3) *Ideate* (Ide) merupakan tahap perumusan ide melalui beberapa sketsa desain untuk memecahkan masalah dalam penelitian. Pada tahapan ini merupakan di mana Tahap pengeksporan ide yang dituangkan pada kertas dengan goresan tangan supaya menghasilkan desain yang sesuai pilihan. 4) *Prototype* (Prototipe) merupakan tahap perwujudan dari sketsa desain ke wujud produk jadi yang melalui pemilihan material hingga proses *finishing*. Pada tahapan ke empat ini di mana pemotongan pola hingga tahap *finishing* selalu melalui *control* yang baik. Tahap 5) *Test* (Pengujian) merupakan tahap akhir setelah produk jadi dengan mengakomodir permasalahan pengguna sekaligus mengetahui kekurangan dan keunggulan produk.

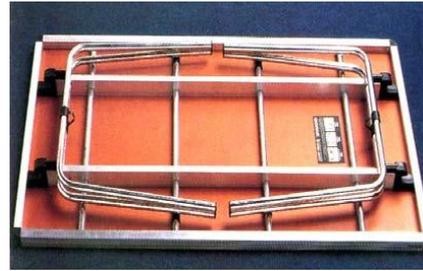
HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Identifikasi *Space Saving*

Furnitur *space saving* merupakan furnitur yang dirancang untuk menghemat ruang dan memiliki fungsi tambahan (multifungsi). Sehingga dengan adanya ruang yang terbatas dapat menampung *furniture* sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan serta tanpa membutuhkan banyak komponen *furniture* di dalamnya [1].

Sedangkan *space saving* bertujuan untuk menciptakan ruang dengan ukuran luas terbatas yang dapat mengakomodasi semua kebutuhan dan aktivitas penghuninya tanpa memerlukan banyak komponen interior [7].

Dalam penelitian perancangan desain produk *furniture*, ada beberapa sistem sebagai kriteria *space saving* ada 6 sistem/konsep, yaitu: a) *folding*, b) *stacking*, c) *portable*, d) *knock down*, e) *adjustable*, dan f) *combination* [8]. Berdasarkan jenis sistem *space saving* tersebut dalam perancangan ini memilih sistem *folding* seperti pada Gambar 2. *Folding* merupakan sistem yang dapat dilipat menjadi satu. Sistem ini lebih mengutamakan pada upaya peningkatan efisiensi dalam hal pengangkutan atau penyimpanan.



Gambar 2. Contoh Meja *Folding*
(Sumber: [8])

2. Bahan dan Tekstur

Permukaan setiap bahan (material) memiliki kualitas dan tekstur yang berbeda-beda, bahan tersebut juga menunjukkan warna aslinya masing-masing. Dalam pembuatan produk menggunakan bahan sebagai berikut:

1). Kayu Jati

Jati, (*Tectona grandis*) merupakan jenis kayu yang tergolong dalam kelas keawetan I-II dan kelas kekuatan II. Motif warna jati memiliki nilai dekoratif yang sangat indah dan menarik sehingga banyak diminati oleh para pengusaha mebel dan industri perkayuan. Selain keindahan motifnya, jati juga memiliki sifat pengerjaan mudah hingga sedang, daya retak rendah, serat lurus atau campuran, meskipun teksturnya cukup kasar. Jati merupakan kayu yang istimewa karena dapat digunakan untuk segala keperluan (multiguna)[9].

2). Jerami

Jerami bersifat ulet, berbentuk bulat memanjang dan memiliki diameter sekitar 4 – 7 mm di bagian bawah dalam kondisi basah dan sekitar 2 mm di bagian ujung. Jerami memiliki berat jenis yang sangat rendah dan mudah terbakar[3]. Dari 256 varietas padi, mayoritas varietas padi yang ditanam di daerah penelitian adalah varietas IR46, IR64, Ciherang, dan pandan wangi. Adapun varietas padi tersebut memiliki jerami dengan ciri-ciri sebagai berikut:

- | | |
|--------------------|------------------|
| (a). IR46 | |
| Tinggi tanaman | : 90-110 cm |
| Warna batang | : hijau |
| Warna daun telinga | : tidak berwarna |
| Warna lidah daun | : tidak berwarna |
| Warna daun | : hijau |
| Muka daun | : kasar |
| (b). IR64 | |
| Tinggi tanaman | : 85 cm |
| Warna batang | : hijau |
| Warna daun telinga | : tidak berwarna |
| Warna lidah daun | : tidak berwarna |
| Muka daun | : kasar |

Sedangkan varietas jerami padi yang digunakan dalam perancangan ini adalah varietas padi IR64, karena varietas ini paling banyak di antara 4 varietas padi tersebut. Padi jenis ini memiliki diameter segmen 3 (bawah) 3,7 mm, segmen 2 (tengah) 3,42 mm, segmen 1 (atas) 2,26. Sedangkan struktur jerami

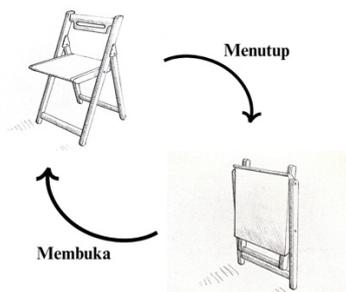
varietas IR64 memiliki kekuatan beban hingga rusak strukturnya seberat 15 kg ketika diuji menggunakan *Universal Testing Machine/UTM*[10]. Hal ini cukup membuktikan bahwa jerami padi bukanlah material yang getas seperti yang dibayangkan masyarakat saat ini selama pra-produksi dan produksinya tepat. Jerami yang tidak dimanfaatkan dan akan dibuat untuk bahan dasar meja ditunjukkan pada Gambar 3.



Gambar 3. Jerami yang tidak Dimanfaatkan (Sumber: Musadid, 2021)

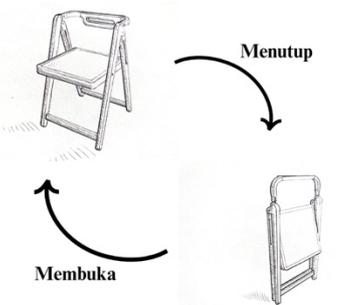
3. Sketsa Desain Alternatif

Sketsa desain *alternative* kursi dan meja yang nantinya akan digunakan telah dibuat terlebih dahulu. Sketsa-sketsa yang telah dibuat ditunjukkan pada Gambar 4-10.



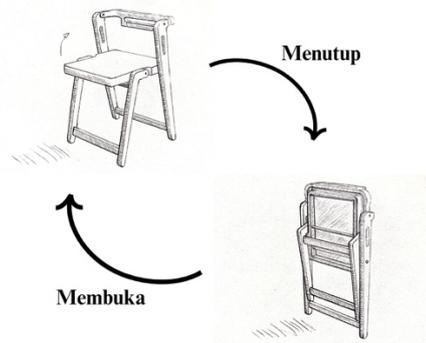
Gambar 4. Sketsa Desain Kursi (Sumber: Musadid, 2023)

Sketsa desain kursi *alternative* yang pertama pada Gambar 4. memiliki desain yang sederhana yang dapat dilipat. Pada sketsa ini memiliki sisi bahu bagian atas yang masuk kedalam dan lebar alas kaki yang besar.



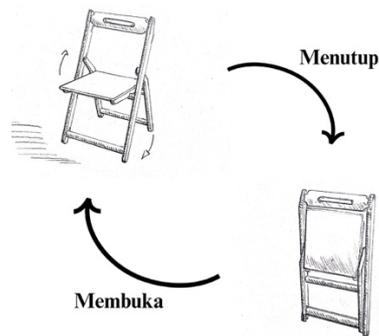
Gambar 5. Sketsa Desain Kursi (Sumber: Musadid, 2023)

Sketsa desain kursi *alternative* yang pertama pada Gambar 5. memiliki desain alas duduk pada kursi yang lebih sempit. Namun, untuk sandaran tangan pada bahu bagian atas memiliki bentuk keluar dan lipatan kursi yang berbeda dengan sketsa sebelumnya.



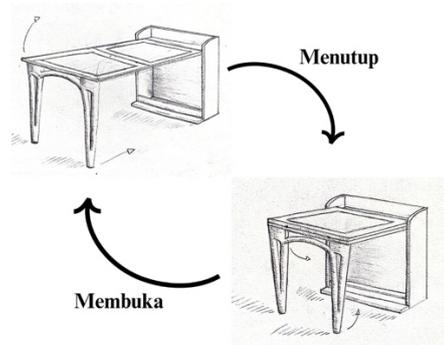
Gambar 6. Sketsa Desain Kursi (Sumber: Musadid, 2023)

Sketsa desain kursi pada Gambar 6. memiliki desain yang berbeda dengan sketsa sebelumnya. Sketsa ini memiliki perbedaan dari segi tinggi alas duduk kursi, lebar alas kursi, dan cara melipat kursi. Tinggi kursi lebih tinggi dari sketsa sebelumnya.

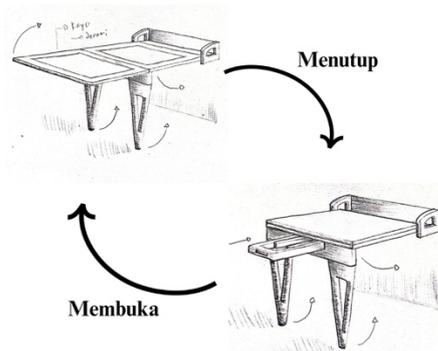


Gambar 7. Sketsa Desain Kursi (Sumber: Musadid, 2023)

Sketsa desain kursi pada Gambar 7. hampir sama dengan sketsa pada Gambar 4. Namun, desain dari tinggi kursi pada bagian belakang memiliki desain yang lebih pendek dan cara melipat yang berbeda.

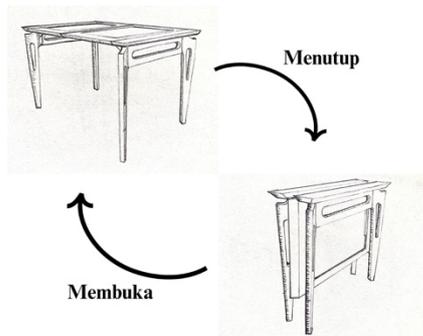


Gambar 8. Sketsa Desain Meja (Sumber: Musadid, 2023)



Gambar 9. Sketsa Desain Meja (Sumber: Musadid, 2023)

Sketsa desain meja yang ditunjukkan pada Gambar 9. merupakan tipe meja lipat yang akan tertopang pada dinding. Meja ini memiliki desain kaki meja yang runcing yang dapat dilipat ke dalam. Papan meja terdiri dari 2 papan kayu dengan satu papan dapat ditutup atau dilipat.

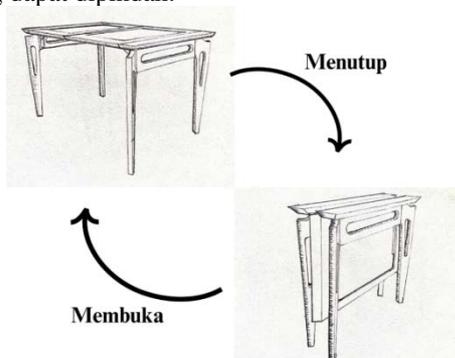


Gambar 10. Sketsa Desain Meja (Sumber: Musadid, 2023)

Sketsa desain meja pada Gambar 10. Adalah meja lipat yang terdiri dari 2 papan dengan kaki meja runcing namun lebih tumpul dari desain sebelumnya. Meja lipat ini akan menutup 2 papan atas meja ke dalam apabila sedang tidak digunakan.

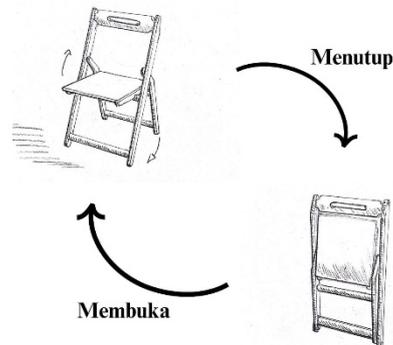
4. Sketsa desain Terpilih

Sketsa desain meja yang terpilih seperti yang ditunjukkan pada Gambar 11. dengan desain meja yang dapat dipindah.



Gambar 11. Sketsa Desain Meja Makan Terpilih (Sumber: Musadid, 2023)

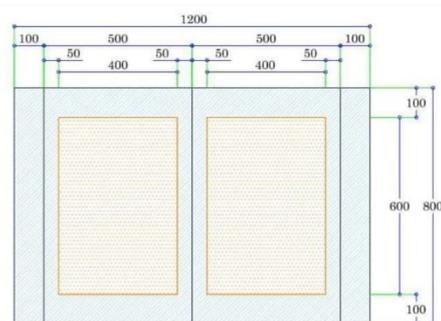
Untuk sketsa desain kursi yang terpilih memiliki lebar alas kursi yang lebar dengan kaki kursi yang pendek bagian belakang. Desain sketsa kursi yang terpilih ditunjukkan pada Gambar 12.



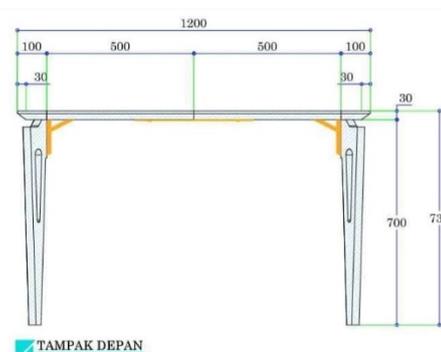
Gambar 12. Sketsa Desain Kursi Makan Terpilih (Sumber: Musadid, 2023)

5. Gambar Teknik

Meja tampak atas secara teknik memiliki 2 papan dengan ukuran lebar yang sama yaitu 600cm masing-masing papan dengan total 1200cm. Tinggi papan meja memiliki ukuran 800cm. Dimensi desain meja tampak atas secara teknik ditunjukkan pada Gambar 13.



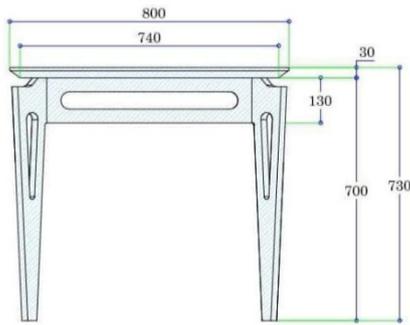
Gambar 13. Meja Tampak Atas (Sumber: Musadid, 2023)



Gambar 14. Meja Tampak Depan (Sumber: Musadid, 2023)

Desain meja tampak depan memiliki dimensi yang proposional yang memiliki 4 kaki meja. Masing-masing tinggi kaki meja yaitu 700cm dengan

tambahan 30cm untuk tinggi alas meja yang ditunjukkan pada Gambar 14.



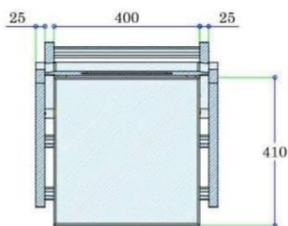
Gambar 15. Meja Tampak Samping (Sumber: Musadid, 2023)

Desain meja tampak samping ditunjukkan pada Gambar 15. telah memperlihatkan dimensi meja tampak samping. Dimensi meja memiliki bagian dalam dengan ukuran 130cm dan ketebalan alas meja 30cm.



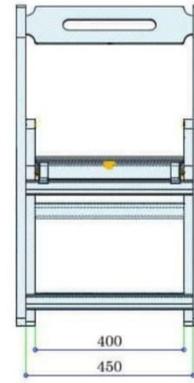
Gambar 16. Desain Meja Makan (Sumber: Musadid, 2023)

Desain meja makan yang sudah dibuat dengan ukuran dimensi sebelumnya tampak pada Gambar 16. Pada desain meja makan ini ada 2 bagian alas meja, dengan bagian dalam dan kaki meja yang berlubang.



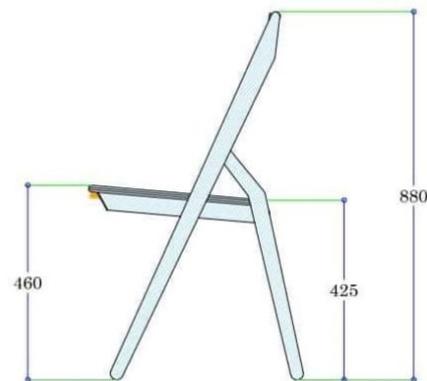
Gambar 17. Kursi Tampak Atas (Sumber: Musadid, 2023)

Dimensi kursi tampak atas telah ditunjukkan pada Gambar 17. Kursi ini memiliki ukuran lebar dimenasi keseluruhan 400cm dan tinggi 410cm. Kursi memiliki bagian tekukan 25cm pada posisi kanan dan kiri.



Gambar 18. Kursi Tampak Depan (Sumber: Musadid, 2023)

Kursi tampak depan dengan ukuran dimensi dapat ditunjukkan pada Gambar 18. Pada desain ini menampilkan ukuran lebar kaki kursi depan 400cm dan lebar kursi belakang 450cm.



Gambar 19. Kursi Tampak Samping (Sumber: Musadid, 2023)

Desain kursi tampak samping yang ditunjukkan pada Gambar 19. telah memperlihatkan ukuran dimensi kursi 3 bagian. Tinggi kursi memiliki ukuran 880cm, ketinggian alas kursi depan lebih tinggi 460cm dibanding bagian belakang hanya 425cm.



Gambar 20. Desain Kursi Makan (Sumber: Musadid, 2023)

Desain kursi makan seutuhnya ditampilkan pada Gambar 20. dengan warna cookelat kayu.

6. Proses Produksi

Bahan yang digunakan adalah kayu jati pilihan supaya produk yang dihasilkan memiliki karakteristik dari serat kayu jati sebagai material pokok yang diolah secara detail dengan penambahan ornamen dari jerami yang dicor menggunakan resin sehingga memberikan nuansa estetik berbeda dari yang lainnya.



Gambar 21. Proses Penggergajian Kayu Jati Log
(Sumber: Musadid, 2023)

Pemrosesan produksi meja dimulai dari pemilihan kayu jati log dan penggergajian kayu. Hasil dari proses penggergajian kayu jati seperti pada Gambar 21.



Gambar 22. Proses Pengemalan
(Sumber: Musadid, 2023)

Proses selanjutnya adalah proses pengemalan pada kayu jati log. Tampilan hasil pengemalan dapat dilihat pada Gambar 22.



Gambar 24. Proses Pembuatan Sambungan *Tongue & Groove*
(Sumber: Musadid, 2023)

Setelah melakukan pembobokan, kami melakukan proses pembuatan sambungan *tongue* dan *groove* pada meja. Pemrosesan pembuatan

sambungan *tongue* dan *groove* ditunjukkan pada Gambar 24. Selanjutnya merupakan pemasangan engsel pada setiap siku meja yang ditunjukkan pada Gambar 25.



Gambar 25. Engsel Siku Lipat
(Sumber: Musadid, 2023)



Gambar 26. Perakitan Meja
(Sumber: Musadid, 2023)

Proses berikutnya merupakan perakitan meja dari alas, kaki, dan bagian dalam meja yang ditunjukkan pada Gambar 26. Dilakukan pengecoran meja dengan resin yang diperlihatkan pada Gambar 27. Proses berikutnya yaitu proses ampelas air dan proses *clear glossy* resin pada meja yang ditunjukkan pada Gambar 28. dan 29.



Gambar 27. Pengecoran Resin
(Sumber: Musadid, 2023)



Gambar 28. Proses Ampelas Air
(Sumber: Musadid, 2023)

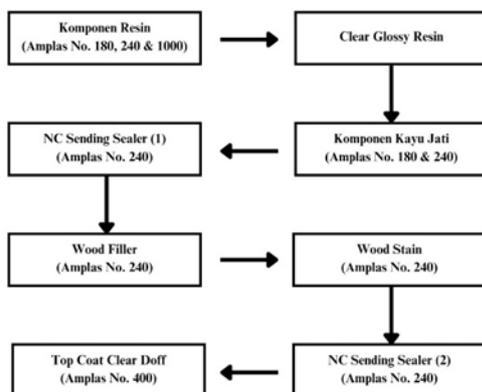


Gambar 29. Proses *Clear Glossy Resin*
(Sumber: Musadid, 2023)



Gambar 30. Proses Pelapisan *Top Coat NC Doff* Lapis Pertama
(Sumber: Musadid, 2023)

Proses produksi terakhir yaitu pemrosesan pelapisan *topcoat NC doff* lapisan pertama pada meja yang ditunjukkan pada Gambar 30. Skema produksi meja dan kursi proses *finishing* ditunjukkan pada Gambar 31.



Gambar 31. Skema 2 Proses *Finishing*
(Sumber: Musadid, 2023)

7. Display produk

Proses produksi selesai dan menghasilkan set meja makan yang dapat dilipat dengan *display* produk seperti pada Gambar 32. Meja makan dapat dilipat dengan mudah yang telah ditunjukkan pada Gambar 33. Serta 4 kursi makan juga dapat dilipat dengan mudah dan rapi yang ditunjukkan pada Gambar 34. Pada bagian dalam alas meja makan terdapat Jerami yang sudah dipilih dan diletakkan di dalam alas meja dengan tampilan seperti pada Gambar 35.



Gambar 32. Set Meja Makan
(Sumber: Musadid, 2023)



Gambar 33. Meja Posisi Lipat
(Sumber: Musadid, 2023)



Gambar 34. Kursi Posisi Lipat
(Sumber: Musadid, 2023)



Gambar 35. Tampilan Jerami
(Sumber: Musadid, 2023)

KESIMPULAN

Dari keseluruhan pembahasan yang telah dipaparkan pada bab-bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: Desain set meja makan

space saving ini mampu memberikan solusi atau *problem solving* dalam permasalahan keterbatasan ruang atau kesulitan dalam menempatkan produk *furniture*. Selain lebih mengutamakan fungsional, tentunya desain set meja makan ini juga mempertimbangkan unsur estetika dan kenyamanannya. Limbah jerami yang belum banyak dimanfaatkan secara optimal, mampu dijadikan bahan penunjang pembuatan produk meja makan dan memiliki nilai jual yang tinggi. Selain itu juga dapat mengurangi dampak negatif pada lingkungan. Dalam segi fungsionalnya, produk set meja makan *space saving* sangat tepat diperuntukkan bagi pemilik rumah.

SARAN

Untuk mewujudkan produk yang terbaru, inovatif dan kreatif diperlukan desainer untuk lebih aktif dalam merancang suatu ide dan desain baru. Berikut adalah beberapa saran, yaitu: Desain yang berkualitas harus mengutamakan konsep yang baik sehingga dapat digunakan untuk menciptakan produk dan konsumen yang puas. Pengetahuan tentang Antropometer dan Ergonomi harus dikuasai karena pada saat merancang suatu produk perlu dikuasai langkah-langkah dasar keduanya dalam menghasilkan kinerja yang optimal. Berani berinovasi mengembangkan produk meja makan *space saving* dengan sistem *folding* dengan kombinasi bahan penunjang dari limbah jerami, sehingga diciptakan produk yang menarik.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] P. Widyono Laksono, B. Suhardi, and E. Muhaimin, "Perancangan Kursi dengan Konsep Space-Saving Furniture dan Eco-Design pada Apartemen di DKI Jakarta," *Performa: Media Ilmiah Teknik Industri*, vol. 15, no. 2, pp. 160–165, 2016.
- [2] I. Achmad, "Rancangan Pengembangan Furniture Kontemporer Dengan Menggunakan Metode *Analytic Hierarchy Process* (AHP) Dan *Quality Function Deployment* (QFD) (Doctoral dissertation, Universitas Wijaya Putra)," Universitas Wijaya Putra, Surabaya, 2019.
- [3] Dharsono, Sumarno, and N. R. Ardi Chandra, "Pemanfaatan Jerami Sebagai Produk Kreatif Non Industrial sebagai Dasar Pertimbangan Desain," *Prosiding: Seni, Teknologi, dan Masyarakat*, vol. 2, pp. 241–244, Jan. 2020.
- [4] A. Fauzi, "Analisis Implementasi Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2010 Di Pemerintah Daerah (Studi Kasus pada Badan Pengelola Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Serang)," Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, 2019.
- [5] R. Friis Dam and T. Yu Siang, "What is Design Thinking and Why Is It So Popular?," Interaction design Foundation.
- [6] Martawijaya *et al.*, *Atlas Kayu Indonesia*. Bogor: Badan Penelitian & Pengembangan Kehutanan Departemen Kehutanan, 2005.
- [7] A. Dwi Cahyaningtyas and S. Rahardjo, "Penerapan Konsep *Space Saving* Untuk Apartemen Tipe Studio Di Kota Bandung," *Idealog: Ide dan Dialog Desain Indonesia*, vol. 1, no. 2, pp. 178–192, Jul. 2017.
- [8] E. Susanti, "Penerapan Konsep Ergonomi Dalam Design Kursi Dan Meja Belajar Yang Berguna Bagi Mahasiswa. Jurnal Dimensi," vol. 2, no. 2, 2012.
- [9] E. Muladi, "Kajian Alternatif Detail Sambungan untuk Mainan Kayu," *Vitruvian : Jurnal Arsitektur, Bangunan dan Lingkungan*, vol. 6, no. 3, pp. 109–124, 2017.
- [10] P. Purwandaru, A. Mulyono, L. Purwaningrum, and I. Bambang Sulistyono, "Analisa Karakter Material Jerami Padi Untuk Pemanfaatan Produk Kerajinan Tangan," *WIDYAKALA: JOURNAL OF PEMBANGUNAN JAYA UNIVERSITY*, vol. 8, no. 2, pp. 97–103, 2021.

Strategi Manajemen Acara Festival Sinema Akhir Tahun (SAT) Sebagai Jalur Ekshibisi Film Tahun 2019 - 2021

Oka Sugawa¹, I Putu Suhada Agung²

¹Film dan Televisi, Institut Seni Indonesia, Surakarta, Indonesia

Email: okasugawa10@gmail.com

²Film dan Televisi, Institut Seni Indonesia, Surakarta, Indonesia

Email: ipsa@isi-ska.ac.id

*Penulis Korespondensi: E-mail: okasugawa10@gmail.com

Abstrak: Sinema Akhir Tahun (SAT) merupakan festival film kampus yang diselenggarakan oleh mahasiswa Prodi Film dan Televisi (FTV) Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta. SAT diselenggarakan sebagai distribusi alternatif, supaya para pembuat film, komunitas independen dan mahasiswa dapat menayangkan karyanya. Penelitian ini berfokus pada analisis manajemen acara SAT pada tahun 2019, 2020, dan 2021. Pemilihan tiga tahun tersebut untuk mengetahui strategi manajemen acara SAT sebelum pandemi, saat pandemi dan setelah pandemi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Data dikumpulkan dengan wawancara narasumber kunci, studi dokumentasi berupa arsip dan laporan kegiatan, serta triangulasi sumber data. Analisis data SWOT digunakan untuk mengetahui strategi dan aspek evaluatif pada konsep *Management Event Joe Goldblatt* yang terdiri dari *research, design, planning, coordinating, dan evaluation*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penyelenggaraan SAT 2019, 2020, dan 2021 terbukti mampu menjadi embrio festival film mahasiswa di Indonesia yang diinisiasi oleh kampus.

Kata Kunci: Festival Film; Sinema Akhir Tahun (SAT); Strategi Manajemen Acara

Abstract: *Sinema Akhir Tahun (SAT) is a campus film festival which is attended by students of the Film and Television Study Program of the Indonesian Arts Institute Surakarta (ISI Surakarta). SAT is held as an alternative distribution, so that filmmakers, independent communities and students can show their film work. This research focuses analysis on SAT event management in 2019, 2020 and 2021. The three years were chosen to determine SAT event management strategies before the pandemic, during the pandemic and after the pandemic. Using qualitative descriptive research methods. Data was collected through interviews with key informants, documentation of archives and reports, also triangulation of data sources. SWOT data analysis is used to determine the strategy and evaluative aspects of Joe Goldblatt's Event Management concept which consists of research, design, planning, coordination and evaluation. The research results show that holding the SAT 2019, 2020 and 2021 has proven capable of being the embryo of a student film festival in Indonesia initiated by the campus.*

Keywords: *Event Management Strategy; Film Festivals; Sinema Akhir Tahun (SAT)*

PENDAHULUAN

Kebutuhan para sineas untuk memiliki ruang ekshibisi dan distribusi bagi film-film alternatif, menjadi faktor terbentuknya banyak festival film. Ruang temu festival film menjadi salah satu elemen penting dunia perfilman. Melalui kegiatan pemutaran film, diskusi, pameran, hingga hibah produksi. Fungsi utama dari sebuah festival film bukan tentang menghasilkan keuntungan komersial, tetapi menunjukkan perkembangan sinema sebagai produk kultural [1]. Festival film berkontribusi besar dalam menyelesaikan masalah distribusi bagi film-film alternatif seperti film-film karya mahasiswa yang ada di Indonesia [2]. Film mahasiswa yang tidak dapat masuk ke jalur komersial, membutuhkan ruang atau etalase untuk menunjukkan karya mereka. Festival

film kerap digunakan oleh pembuat film pendek atau film independen dalam menyelesaikan proses distribusi. Sebab festival film memiliki tujuan kolektif sebagai bentuk distribusi alternatif dan promosi film independen yang mencoba memasuki pasar film tanpa memanfaatkan sistem studio yang terintegrasi secara vertikal. [3]

Sinema Akhir Tahun (SAT) adalah festival film yang diselenggarakan oleh mahasiswa Prodi Film dan Televisi (FTV) Institut Seni Indonesia Surakarta (ISI Surakarta). Festival ini telah menjadi agenda tahunan. Pada tahun 2022, SAT telah memasuki tahun ke-7 dalam penyelenggaraannya. SAT diusung sebagai wahana alternatif dalam aspek distribusi, ekshibisi, dan apresiasi film yang diselenggarakan pada akhir tahun di ISI Surakarta. SAT tentu

memiliki dan mengalami kendala yang berbeda setiap tahunnya. Berdasarkan studi dokumen berupa laporan pertanggungjawaban (LPJ) yang dimiliki Himpunan Mahasiswa Film dan Televisi (HIMA FISI), beberapa permasalahan manajerial diantaranya: pergantian panitia yang tinggi setiap tahun, SAT pernah tidak terselenggara pada akhir tahun 2016 dan mengalami penundaan hingga diselenggarakan pada awal tahun 2017, alokasi pendanaan yang terbatas dari kampus, pengkondisian festival secara daring akibat pandemi *Covid-19*, dan perubahan karakteristik festival dengan pemilihan *genre* film utama pada tahun 2021 dan 2022.

SAT sebagai festival film yang terhitung masih muda membutuhkan evaluasi dalam menganalisis proses penyelenggaraannya untuk mengetahui kekurangan dan kelebihanannya atas berbagai faktor. Manajemen acara perlu ada untuk mengatur operasional yang terorganisir guna mencapai tujuan yang diinginkan dalam menyelenggarakan sebuah festival film. Kebutuhan manajemen acara terdiri dari sumber daya manusia, sumber pendanaan, kematangan operasional dan prosedural, rencana pemasaran, legalitas, hubungan kerja sama dengan banyak pihak, dan evaluasi [4].

Dalam buku *Special Events: Best Practices in Modern Event Management*, Joe Goldblatt [5] membagi lima tahap yang digunakan untuk menentukan manajemen sebuah acara. Lima tahapan konsep manajemen acara tersebut terdiri dari *research, design, planning, coordinating, dan evaluation*. Ketika kelima tahap telah diketahui dan dilakukan, maka SAT akan mampu membuat perencanaan strategisnya. Sebagai salah satu festival yang berbasis di kampus, SAT diharapkan mampu menjadi festival film mahasiswa yang besar dan berkelanjutan dan mampu membawa dampak baik bagi masyarakat umum, pembuat film dan mahasiswa ISI Surakarta pada khususnya.

Analisis SWOT dilakukan pada tahap evaluasi konsep acara yang telah diselenggarakan (*post-event evaluation*). Tahap evaluasi yang ditujukan untuk menilai hasil akhir pelaksanaan *event* dan bagaimana cara mengembangkan *event* [6]. Fungsinya adalah untuk memperoleh gambaran yang membuat suatu organisasi bisa menilai serta memutuskan langkah-langkah apa yang bisa dikerjakan di kemudian hari untuk memperbaiki kesalahan sebelumnya [7].

Tinjauan pustaka yang digunakan sebagai referensi paparan penelitian dan memiliki kesamaan atau kedekatan topik permasalahan manajerial festival film, adalah sebagai berikut:

Skripsi Vivi Helmalia Putri, mahasiswa Prodi Film dan Televisi ISI Surakarta [8] dengan judul “Strategi Manajemen *Event Karang Film Festival #1* Sebagai Upaya Pemberdayaan Karang Taruna Desa Karang Kabupaten Karanganyar Menjadi Insan Perfilman”. Subjek penelitian ini adalah Kafa *Event Organizer* yang berada di bawah naungan Kafa (*Karang Film Area*) *Entertainment*. Objek

penelitian, *event Karang Film Festival #1* dengan melakukan perencanaan menggunakan tahapan-tahapan dengan mengikutsertakan Karang Taruna Desa Karang dari awal persiapan hingga akhir acara. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa Kafa *Event Organizer* di bawah naungan Kafa *Entertainment* telah melakukan perencanaan *event* dan strategi manajemen menggunakan konsep *Goldblatt* serta tahapan-tahapan dalam penyelenggaraan *event*, kecuali tahapan evaluasi, dengan melakukan pemberdayaan karang taruna Desa Karang menjadi insan perfilman yang berkelanjutan. Kesamaan dalam penelitian ini adalah penggunaan konsep manajemen *event* Joe Goldblatt sebagai acuan dalam konsep manajemen acara festival film. Perbedaannya terletak pada objek festival dan subjek penyelenggara festival film. Penelitian skripsi Vivi Helmalia Putri menganalisis *Karang Film Festival* pada satu tahun penyelenggaraan yang berlokasi di Desa Karang, Karanganyar. Sementara dalam penelitian ini menganalisis festival film SAT di ISI Surakarta pada kurun waktu 2019, 2020, & 2020.

Tesis Dimas Erdhinta Pratama Putra, Program Tata Kelola Seni pascasarjana ISI Yogyakarta, dengan judul “Implementasi Analisis SWOT Dalam Strategi Pengembangan Festival Film *Solo Documentary*” [9]. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor internal dan faktor eksternal pengelolaan *Festival Film Solo Documentary* serta merumuskan strategi pengembangan yang tepat untuk pengelolaan dan keberlanjutannya. Penelitian menggunakan metode kualitatif dan teknik analisis data dengan menggunakan analisis SWOT dengan mengolah *Internal Factor Evaluation* (IFE) dan *External Factor Evaluation* (EFE). Hasil dari perhitungan tersebut, strategi yang perlu diterapkan oleh *Festival Film Solo Documentary* adalah melakukan penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk. Persamaan penelitian ini adalah penggunaan analisis SWOT dalam mendeskripsikan strategi penyelenggaraan festival film. Perbedaannya adalah tesis ini meneliti penyelenggaraan festival film dokumenter dua tahunan dari 2016 hingga tahun 2020, sementara penelitian ini menganalisis manajemen acara festival film SAT dalam kurun waktu 2019, 2020, dan 2021.

Penelitian ini berfokus pada strategi manajemen acara yang digunakan SAT sebagai jalur ekshibisi film di kampus ISI Surakarta. Penelitian dilakukan melalui analisis strategi manajemen acara yang komprehensif dengan membandingkan tiga tahun penyelenggaraan SAT yang berbeda, sehingga diketahui aspek evaluatif dalam penyelenggaraan festival film kampus. Penyelenggaraan SAT pada kurun waktu 2019, 2020, dan 2021 dipilih karena pada tahun tersebut memiliki kontras penyelenggaraan berbeda. SAT 2019 diselenggarakan sebelum pandemi, SAT 2020 diselenggarakan saat pandemi, dan SAT 2021

diselenggarakan pasca pandemi. Analisis yang dilakukan menggunakan pendekatan penelitian pada aspek evaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada manajemen acara SAT. Ketika faktor analisis manajemen internal dan eksternal diketahui, maka SAT dapat mengetahui potensi dan kekurangan yang dihadapi supaya festival film mahasiswa berjalan lancar. Kelemahan menjadi kekuatan, kemudian panitia SAT mengetahui cara menangani ancaman menjadi peluang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Metode ini digunakan untuk memperoleh gambaran mengenai bagaimana strategi manajemen acara yang digunakan dalam penyelenggaraan Sinema Akhir Tahun pada kurun waktu 2019, 2020, dan 2021 sebagai salah satu jalur ekshibisi di kampus ISI Surakarta. Objek penelitian mengenai manajemen acara festival SAT yang telah diselenggarakan oleh mahasiswa Prodi Film dan Televisi ISI Surakarta.

Data primer dalam penelitian ini adalah hasil wawancara dari narasumber kunci terkait strategi manajemen acara yang terdiri dari:

1. Dimas Dwi Wardhana, S.Sn. selaku festival *director* SAT pertama,
2. Muhammad Adib Safwan selaku festival *manager* SAT 2019,
3. Deva Bagas Aryanto selaku festival *director* SAT 2020,
4. Romzah, S.Sn. selaku festival *manager* 2021,
5. M. Ulil Absor Hasan selaku festival *director* SAT 2021,
6. Titus Soepono Adji, S.Sn., M.A. Kaprodi FTV periode 2017 – 2021,
7. Stephanus Andre Triadiputra, S.Sn., M.Sn., dosen pembina kemahasiswaan FTV periode 2017 – 2021.

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah proposal kegiatan SAT, dokumen LPJ dan foto dokumentasi pelaksanaan SAT 2019, 2020, & 2021. Triangulasi dilakukan dengan cara melakukan verifikasi terhadap permasalahan manajemen acara festival Sinema Akhir Tahun yang dilaksanakan pada tahun 2019, 2020 dan 2021 terhadap semua narasumber inti berdasarkan konsep *Management Event* Joe Goldblatt yang terdiri dari *research, design, planning, coordinating, dan evaluation.*

Melalui analisis matriks SWOT strategi manajemen acara penyelenggaraan SAT dapat diketahui secara jelas dalam mengidentifikasi peluang dan ancaman yang dihadapi SAT sehingga dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan SAT sebagai festival film mahasiswa. Analisis matriks SWOT digunakan untuk menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif strategis [10].

Tabel 1. Matriks Analisis SWOT

	Kekuatan/ IFAS*	Kelemahan/ Weaknesses (W)
EFAS**	Faktor kekuatan internal	Faktor kelemahan internal
	Peluang/ Opportunities (O)	Strategi SO Strategi WO
Faktor peluang eksternal	Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.	Menciptakan strategi yang memperbaiki kelemahan untuk memanfaatkan peluang.
	Ancaman/ Threats (T)	Strategi ST Strategi WT
Faktor ancaman eksternal	Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman.	Menciptakan strategi yang memperbaiki kelemahan dan menghindari ancaman.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Profil Sinema Akhir Tahun

Inisiasi penyelenggaraan Sinema Akhir Tahun (SAT) berawal dari keresahan mahasiswa Prodi Televisi dan Film (sekarang Film dan Televisi) ISI Surakarta yang memiliki banyak karya berbentuk film tetapi kurang tersedianya wadah untuk memutar karya tersebut. Himpunan Mahasiswa Televisi dan Film ISI Surakarta (HIMA FISI) lantas membuat sebuah kegiatan untuk mewadahi karya-karya tersebut. Pada awalnya SAT diniatkan sebagai festival yang mengakomodir kegiatan distribusi dan ekshibisi film mahasiswa.

SAT pertama kali diselenggarakan pada tahun 2015, tanggal 26 Desember 2015 berlokasi di Gedung F, Kampus I ISI Surakarta, beralamat di Jl. Ki Hadjar Dewantara 19, Kentingan, Jebres, Surakarta, 57126, Jawa Tengah. Awalnya SAT dicetuskan sebagai salah satu dari tiga program kerja pengurus HIMA FISI pada tahun 2015. Ketiga program kerja tersebut adalah; pertama, Mononton, sebuah program pemutaran dan diskusi film yang berasal dari internal maupun eksternal mahasiswa FTV ISI Surakarta. Kedua, Marning (*Screening*), kegiatan ekshibisi film yang dilakukan di bulan Maret untuk memperingati Hari Film Nasional. Ketiga, program kerja Sinema Akhir Tahun, direncanakan sebagai acara tahunan yang orientasinya menjadi ajang festival dan ekshibisi film.

Identitas awal SAT ditekankan sebagai ajang

bagi mahasiswa ISI Surakarta untuk belajar, berjejaring dan mendapatkan referensi karya film sebagai capaian pembelajaran pada sebuah festival film. Segmentasi awal penyelenggaraan festival film SAT ditargetkan pada mahasiswa internal ISI Surakarta dan utamanya Prodi FTV. Kesadaran dan harapan bahwa SAT akan dilanjutkan menjadi sebuah identitas festival milik mahasiswa ISI Surakarta yang mampu berumur panjang, membuat perancangan dan penamaan program kerja festival film ini juga sebisa mungkin tidak mengidentitaskan angkatan atau mengambil istilah yang *hybe* di tahun 2015.

telah ditentukan (lihat Tabel 2).

[Tabel SWOT di halaman selanjutnya]



Gambar 1. Logo SAT 2015
(Sumber: Instagram @himafisi_isiska, 2015)

Pemilihan logo dan nama Sinema Akhir Tahun memiliki kaitan erat dengan waktu penyelenggaraannya untuk menjadi identitas tersendiri yang dapat terus dipertahankan. Logo elemen payung dan hujan sebagai representasi identitas SAT dimaksudkan karena identik pada aspek waktu penyelenggaraannya pada akhir tahun, sekitar November atau Desember, saat musim hujan. Terkait logo juga diberikan kebebasan eksplorasi penambahan desain atau elemen lain di tahun penyelenggaraan selanjutnya, selama tetap mempertahankan ciri utama, yaitu payung dan hujan (lihat Gambar 1). Menyoal dengan pemilihan nama festival dipengaruhi oleh pertimbangan kompetitor film mahasiswa lain yang umumnya diselenggarakan di awal atau pertengahan tahun. Untuk itu SAT lahir dan terselenggara di akhir tahun untuk menghindari kompetitor festival film yang sudah ada sekaligus menjadi penutup tahun dengan capaian film-film terbaik di tahun tersebut.

b. Analisis SWOT Strategi Manajemen Acara SAT 2019 - 2021

Pembahasan ini menganalisis tahapan manajemen acara SAT tahun 2019, 2020, 2021 dengan pendekatan SWOT. Analisis SWOT digunakan untuk mengetahui risiko kegagalan acara dan menemukan peluang-peluang yang mendukung penyelenggaraan SAT berdasarkan indikator yang

Tabel 2. Analisis SWOT Manajemen Acara SAT

No	Indikator	Faktor Strengths			Faktor Weakness			Faktor Opportunities			Faktor Threats		
		SAT 2019	SAT 2020	SAT 2021	SAT 2019	SAT 2020	SAT 2021	SAT 2019	SAT 2020	SAT 2021	SAT 2019	SAT 2020	SAT 2021
1	Media distribusi dan ekshibisi film	Menjadi media distribusi dan ekshibisi film mahasiswa ISI Surakarta			Terputusnya informasi pemrograman internasional.	Gagal mengakomodir pemutaran internasional dengan kerja sama Pusat Kebudayaan Korea Selatan	Menjadi media distribusi dan ekshibisi film mahasiswa Indonesia dan Umum			Festival film mahasiswa lain.	Keamanan data, pemutaran daring	Festival film mahasiswa lain	
		Khusus program film fiksi					Menjadi referensi pelaksanaan program SAT tahun selanjutnya						
2	Panitia pelaksana	Kolaborasi tiga angkatan mahasiswa FTV ISI Surakarta			Pemilihan panitia pelaksana harus menunggu ketua HIMA FTV baru terpilih.			Pendaftaran panitia pelaksana dilakukan terbuka bagi mahasiswa FTV ISI Surakarta			Sistem <i>volunteer</i> yang mengandalkan loyalitas mahasiswa FTV.		
		Angkatan 2017, 2018, 2019	Angkatan 2018, 2019, 2020	Angkatan 2019, 2020, 2021	Pemilihan <i>festival director</i> dan <i>manager</i> dilakukan tertutup		[kosong]						
		Kapabilitas kurator dan programmer		[kosong]	[kosong]	[kosong]	[kosong]	kurator dan programmer profesional.					
3	Waktu	Penyelenggaraan 6-7 Desember 2019	Penyelenggaraan 20 Desember 2020	Penyelenggaraan 27-28 November 2021	Waktu persiapan acara kurang dari satu semester			Waktu penyelenggaraan dilaksanakan sebelum ujian dan sebelum libur semester.			Musim hujan		
					Waktu pelaporan administratif kepada kampus tidak selesai		[kosong]	[kosong]	[kosong]	[kosong]	Waktu pelaporan administratif kampus selesai	[kosong]	Pembatasan sosial Covid-19
4	Tempat	Luring; Gedung Teater Besar ISI Surakarta	Daring; Youtube & Zoom Luring; Studio Gedung 4	Luring; Gedung Teater Besar ISI Surakarta	Tempat pemutaran belum standar <i>screening</i> film			Menggunakan fasilitas kampus			Teater besar didahulukan ujian atau kepentingan FSP		
					[kosong]	Suasana festival film yang kurang	[kosong]	[kosong]	Platform pemutaran daring	[kosong]	[kosong]	[kosong]	PPKM & protokol kesehatan
5	Tema	Keberagaman Bertutur dalam Sinema	[kosong]	Ketika Horor Bertemu dengan Sinema	Tema besar tidak diimplementasikan secara substansial	Tidak memilih tema tahunan	Genre tematik film	Jenis film yang diputarkan lebih beragam tidak dibatasi tema tahunan		Film genre horor banyak peminat	Tema festival film mahasiswa lain yang lebih substansial		
6	Segmentasi	Audiensi mahasiswa ISI Surakarta, pelajar dan masyarakat umum			Tidak menargetkan segmentasi film anak			Ketersediaan penonton terjamin			Target penonton belum tercapai karena dominasi audiensi FTV ISI Surakarta		
					Belum menggunakan data pemetaan penonton								

No	Indikator	Faktor <i>Strengths</i>			Faktor <i>Weakness</i>			Faktor <i>Opportunities</i>			Faktor <i>Threats</i>		
		SAT 2019	SAT 2020	SAT 2021	SAT 2019	SAT 2020	SAT 2021	SAT 2019	SAT 2020	SAT 2021	SAT 2019	SAT 2020	SAT 2021
7.	Finansial	Memiliki modal awal bersumber dari alokasi dana Hima, hibah dana SAT, <i>sponsorship</i> & <i>fundraising</i> tahun sebelumnya			Tidak menyerap dana kemahasiswaan HIMA FTV maksimal		Modal awal untuk operasional kurang	<i>ticketing</i> program pemutaran film dan penjualan <i>merch</i>	[kosong]	Dana kemahasiswaan HIMA FTV, <i>ticketing</i> , dan penjualan <i>merch</i>	Pengajuan <i>sponsor</i> di akhir tahun sangat terbatas		
8	Program <i>pre event</i>	Pemutaran dan diskusi film, promosi CFD	[kosong]	Pemutaran dan diskusi film, webinar, dan sharing IG	Kurang memaksimalkan PE untuk menarik atensi di lokasi strategi			Mempromosikan SAT kepada masyarakat umum	[kosong]	Mempromosikan SAT kepada masyarakat umum	Pre event yang tidak terkonsep dan tidak memenuhi target hanya akan membuat anggaran bengkak		
					[kosong]	Tidak ada <i>pre event</i>	[kosong]						
9	Program <i>main event</i>	Pemutaran dan diskusi film, hiburan	Pemutaran dan diskusi film	Pemutaran dan diskusi film, kompetisi karya, pameran, dan hiburan	Belum ada inklusifitas program, dan kurangnya kultur diskusi film yang dinamis.			Membangun jejaring dengan <i>filmmaker</i> dan menjadi ruang pemutaran bagi film-film yang memiliki pencapaian			Keberlanjutan relasi pasca acara yang tidak dipertahankan dan diteruskan dengan baik.		
											[kosong]	PPKM dan protokol kesehatan	
10	Tahap riset	Riset digunakan untuk mengetahui hasil evaluasi dan validitas penyelenggaraan SAT tahun sebelumnya serta menentukan inovasi apa yang akan dilakukan			Hasil riset tidak diteruskan pada pelaksana selanjutnya	Referensi penyelenggaraan festival daring terbatas	Terputusnya hasil riset SAT tahun sebelumnya	Digunakan untuk menilik referensi penyelenggaraan festival film mahasiswa lain dan mengetahui dinamika festival film mahasiswa pada tiap tahunnya			Riset baru bisa dilakukan ketika <i>festival director</i> baru terpilih		
11	Tahap desain	Mempertahankan identitas elemen payung, hujan, dan akhir tahun			Desain tema tahunan yang kurang memiliki identitas kuat			Desain program PE dan ME dapat digunakan sebagai ajang promosi pencapaian karya mahasiswa ISI Surakarta			Tidak ada penyeragaman standar desain acara SAT sebagai festival film mahasiswa		
		[kosong]	Pembuatan <i>official IG</i>	Pembuatan <i>official website</i>									

No	Indikator	Faktor <i>Strengths</i>			Faktor <i>Weakness</i>			Faktor <i>Opportunities</i>			Faktor <i>Threats</i>		
		SAT 2019	SAT 2020	SAT 2021	SAT 2019	SAT 2020	SAT 2021	SAT 2019	SAT 2020	SAT 2021	SAT 2019	SAT 2020	SAT 2021
12	Tahap perencanaan	Tahap perencanaan PE dapat digunakan sebagai <i>trial</i> dan <i>error</i> sebelum ME			Belum memaksimalkan potensi <i>engagement</i> sosial media pada <i>pre-event</i> dan <i>main event</i>			Menjalin kerja sama dengan berbagai <i>stakeholder</i> dan <i>filmmaker</i> secara masif			Tujuan perencanaan <i>pre event</i> untuk membangun momentum dan masa <i>main event</i> tidak tercapai		
		<i>Main event</i> dapat menjadi media ekshibisi untuk film mahasiswa ISI Surakarta yang memiliki pencapaian									Tidak ada standar pengarsipan informasi program film yang hadir setiap tahun		
13	Tahap koordinasi	Pengambilan keputusan dilakukan secara terpusat oleh <i>festival director & manager</i>			Mis-komunikasi panitia penyelenggara			Mewujudkan pengalaman <i>pre-event & main event</i> yang berbeda setiap tahun dengan inovasi kebaruannya			Loyalitas panitia penyelenggara		
14	Tahap evaluasi	Membuat forum evaluasi			Pengarsipan dokumen penyelenggaraan SAT sedikit dan terpecah ke beberapa pihak			Pengumpulan informasi dalam rangka penilaian hasil acara dan kerja panitia pelaksana, yang hasilnya menjadi parameter keputusan kegiatan selanjutnya.			Penerusan informasi hasil evaluasi yang terhambat, baik secara waktu, tempat dan SDM		
		Ada LPJ	[kosong]	Ada LPJ	[kosong]	Tidak membuat LPJ	[kosong]						

(Data diolah oleh: Oka Sugawa, 2023)

c. Analisis SWOT Penyelenggaraan SAT 2019

Faktor kekuatan (*strengths*) dari pelaksanaan manajemen acara SAT 2019 terletak pada fungsinya sebagai jalur distribusi alternatif sekaligus ekshibisi film bagi mahasiswa FTV ISI Surakarta. SAT digunakan untuk apresiasi karya mahasiswa untuk dipertunjukkan kepada penontonnya.

Penyelenggaraan SAT 2019 juga melibatkan panitia pelaksana dari tiga angkatan, yaitu mahasiswa FTV angkatan 17, 18, dan 19. Melalui skema tersebut, mahasiswa angkatan atas dapat membimbing pelaksanaan kepada mahasiswa angkatan di bawahnya, mahasiswa baru juga dapat belajar dan memiliki referensi kerja pelaksanaan festival.

SAT tetap mempertahankan *branding*-nya untuk dilaksanakan di akhir tahun menjadi salah satu ciri pembeda dengan festival film mahasiswa lainnya. SAT masih mendapat fasilitas dari kampus melalui penyelenggaraan yang berlokasi di Gedung Teater ISI Surakarta secara gratis dengan segala fasilitasnya. Acara yang dibagi menjadi dua kegiatan utama *pre-event* dan *main event* berguna untuk menentukan *positioning* SAT terhadap target *audience*-nya. *Pre-event* digunakan untuk meningkatkan *awareness audience* terhadap acara puncak SAT. Sementara *main event* juga hadir dengan beragam program pemutaran film yang ditutup dengan hiburan musik untuk memberikan kesan menarik kepada *audience* yang hadir.

Faktor *strengths* dapat digunakan untuk memetakan potensi (*opportunities*) penyelenggaraan SAT 2019. Dalam program acara SAT 2019 juga mengakomodir pemutaran film fiksi dari berbagai kampus dari luar ISI Surakarta, film undangan umum, film pelajar dan film undangan spesial. Dari program acara *main event*, SAT 2019 dikemas untuk menjadi jalur distribusi dan ekshibisi film mahasiswa di tingkat nasional.

SAT 2019 juga telah memetakan target segmentasi dengan fokus pada pelajar, mahasiswa dan masyarakat umum. Tiga target tersebut memiliki ketersediaan *audience* yang selalu ada karena diselenggarakan di Kota Solo yang plural dan memiliki beberapa kampus besar. Jaringan audiensi lain terletak pada jaringan kolaborasi yang bekerja sama dengan instansi sekolah SMK 6 Surakarta, pemerintah Desa Jebres dan Desa Pucang Sawit, BEM FSRD ISI Surakarta, Pusat Kebudayaan Korea, dan *filmmaker* undangan lain. Melalui jaringan yang telah dibangun dan target segmentasi jelas, SAT 2019 dapat diteruskan menjadi referensi penyelenggaraan SAT tahun-tahun selanjutnya.

Faktor kelemahan (*weakness*) yang terdapat pada SAT 2019 berdasarkan analisis manajemen acara yang dilakukan, terletak pada belum kuatnya identitas SAT sebagai festival film. Hal ini ditandai dengan pergantian panitia pelaksana yang dinamis. Angkatan paling tua tidak lagi mendampingi panitia pelaksana selanjutnya. Pemilihan *festival director* &

manager juga dilakukan secara tertutup.

Tema SAT 2019 yang mengangkat “*The Diversity of Spectacle in The Cinema*” belum tersampaikan secara substantif dalam pelaksanaan program *pre-event* dan *main event*. Misal saja di setiap *pre-event* memiliki sub tema lagi yang sangat berbeda, contohnya “Eksistensi Seniman di Masa Sekarang” di program kolaborasi SAT 2019 dengan Kampung Seni BEM FSRD ISI Surakarta. Para hadirin film undangan *Kucumbu Tubuh Indahku* dengan pemilihan program lainnya seperti pemutaran film pelajar dan film Korea juga tidak memiliki korelasi yang aktual dengan tema utama. Kekurangan ini dikarenakan kurator dan *programmer* yang masih mahasiswa dan minim referensi pengalaman.

SAT 2019 mengundang film *Kucumbu Tubuh Indahku* yang memiliki muatan sensitif karena secara eksplisit menyampaikan narasi penyuka sesama jenis tetapi film tersebut juga memiliki pencapaian sebagai film panjang terbaik Piala Citra 2019. Penonton juga ditemukan melakukan perekaman saat film diputar sehingga perlu dilakukan tindakan antisipatif, seperti penyampaian etika menonton film. Sebagai festival film mahasiswa, SAT 2019 hanya mengakomodir pemutaran film fiksi. Sebagai perbandingan pelaksanaan SAT tahun 2015 dan 2017 masih mengakomodir pemutaran non fiksi dalam penyelenggaraan awalnya.

Faktor ancaman (*threats*) digunakan untuk mewaspadai kegagalan dan meminimalisir kesalahan berdasarkan faktor eksternal supaya dapat dijadikan pertimbangan pada penyelenggaraan SAT selanjutnya. SAT memiliki kompetitor lain terkait festival film mahasiswa, seperti Pesta Film Solo dari Kineclub UNS dan *Sewon Screening* dari ISI Yogyakarta, yang secara lokasi memiliki kedekatan dengan SAT dan kedua festival tersebut telah berjalan lebih lama.

Penyelenggaraan SAT di akhir tahun menyebabkan laporan administrasi dan birokrasi di kampus sering bermasalah, seperti dekat dengan waktu mahasiswa ujian, terbatasnya penyerapan dana, perizinan dan penggalangan sumber *sponsorship* yang terbatas. Ditambah ancaman cuaca hujan yang menjadi faktor penghambat. Solusi alternatif yang diputuskan adalah menyelenggarakan SAT dalam ruangan.

d. Analisis SWOT Penyelenggaraan SAT 2020

Faktor kekuatan (*strengths*) dari manajemen acara SAT 2020 berfungsi sebagai eksistensi jalur distribusi dan ekshibisi karya film mahasiswa FTV ISI Surakarta. SAT 2020 hadir dengan inovasi baru karena faktor pembatasan sosial pandemi melalui pelaksanaan festival secara daring. Inovasi lain adalah pembuatan *official* akun Instagram di @sinemaakhirtahun untuk keperluan publikasi dan *branding* seperti festival kampus lain yang telah bertahan lebih lama. SAT 2020 tetap diselenggarakan di akhir tahun dengan pemusatan kegiatan di Ruang Studio Gedung 4 Kampus II ISI Surakarta karena

kecepatan dan stabilitas *internet* juga menjadi hal penting dalam pelaksanaan festival film daring.

Peluang (*opportunities*) dari manajemen acara SAT 2020 adalah beragamnya segmentasi *audience* yang bisa didapatkan. *Audience* dapat hadir dan menyaksikan SAT 2020 dari jarak jauh di mana pun melalui akses tautan sesuai jadwal yang ditentukan. SAT 2020 juga berkolaborasi dengan mahasiswa kampus lain untuk kembali menjadi wadah distribusi dan ekshibisi film. Beberapa mahasiswa yang berkolaborasi berasal dari; Institut Kesenian Jakarta, Universitas Pasundan, ISI Yogyakarta, ISBI Sulawesi Selatan, ISI Denpasar, ISBI Bandung, Jogja Film Academy & Banyu Geni Film.

Faktor kelemahan (*weakness*) yang berasal dari internal penyelenggaraan manajemen acara SAT 2020 dapat dijadikan refleksi supaya tidak terjadi lagi di tahun selanjutnya. SAT 2020 memiliki waktu persiapan yang sangat singkat, hanya beberapa minggu sebelum acara. Hal ini dipengaruhi oleh faktor pembatasan sosial, sehingga banyak panitia pelaksana yang balik kampung dan mengundurkan diri.

SAT 2020 diselenggarakan satu hari tanpa tema tahunan. Hanya membawa narasi festival film di musim hujan, tidak ada pembahasan substansial dan aktual apa pun. Program pemutaran juga hanya dilaksanakan satu hari dengan total panitia pelaksana berjumlah 18 orang. Karena kurator dan *programmer* berasal dari mahasiswa, sajian film yang dipilih juga bias subjektif pada referensi karya panitia pelaksana. SAT 2020 kembali hanya memutar film fiksi dan tidak menghadirkan program pemutaran film jenis lain.

Analisis ancaman (*threats*) pada SAT 2020 utamanya pada pandemi Covid-19 yang melanda seluruh dunia dikarenakan minimnya referensi kegiatan festival film daring untuk dijadikan acuan penyelenggaraan. Pemilihan *platform* Zoom dan YouTube sebagai kanal putar film juga rawan keamanan digitalnya. Dari panitia pelaksana melakukan antisipasi dengan registrasi peserta untuk mendapatkan akses tautan *streaming* dan *live session* supaya film tidak tersimpan di *platform*. SAT 2020 juga tidak membuat Laporan Pertanggungjawaban acara untuk Prodi FTV dan panitia pelaksana selanjutnya. Informasi yang diteruskan hanya berupa dokumentasi sosial media, proposal acara dan wawancara *festival director* terpilih.

e. Analisis SWOT Penyelenggaraan SAT 2021

Analisis kekuatan (*strengths*) SAT 2021 terletak pada *branding & positioning* lebih kuat setelah pandemi sebagai festival film mahasiswa. SAT 2021 melakukan eksplorasi tema baru dengan membawa narasi “*When Horror Meets Cinema*”, berbeda dengan penyelenggaraan SAT tahun-tahun sebelumnya. Eksplorasi tema baru SAT 2021 tidak dimaksudkan untuk mengubah identitas awal penyelenggaraannya sebagai salah satu jalur distribusi dan ekshibisi film mahasiswa FTV ISI

Surakarta.

Pemilihan waktu penyelenggaraan SAT 2021 di bulan November dikarenakan hasil evaluasi tahun-tahun sebelumnya, ketika SAT terkendala masalah birokrasi dan administrasi kampus. SAT 2021 berhasil menyelesaikan administrasi dan birokrasi sehingga mampu menyerap dana dengan maksimal dan jelas pelaporannya. SAT juga diselenggarakan sebelum ujian, sehingga panitia pelaksana lebih fokus pada acara. Lokasi kembali diadakan di Gedung Teater Besar dengan segala bantuan fasilitas oleh kampus.

SAT 2021 hadir dengan skema pembagian *pre-event* dan *main event*. Isian kegiatan di *pre-event* adalah webinar praktisi film, sesi *live* Instagram bersama jejaring mahasiswa, dan kampanye di sosial media. Beberapa kegiatan *pre-event* yang masih tersebut dapat meningkatkan *branding* dan promosi SAT. Program di *main event* juga hadir “Pemutaran Film Layare Cah ISI Solo”, merupakan program khusus untuk mahasiswa FTV ISI Surakarta – yang pada SAT tahun-tahun sebelumnya tidak ada. SAT 21 juga hadir dengan pameran dengan tema horor untuk membangun pengalaman yang berkesan bagi *audience* yang hadir. Film yang dipilih juga berkualitas karena mengajak kolaborasi *programmer* dan kurator profesional dari eksternal mahasiswa.

Film spesial bergenre horor, *Death Knot*, yang tidak memiliki narasi sensitif. Semua program pemutaran juga tidak ditemukan kasus perekaman film oleh penonton karena panitia pelaksana selalu menyampaikan etika menonton film pada setiap awal pemutaran.

Salah satu inovasi dari SAT 2021 yang kuat adalah komersialisasi *intellectual property design* dan loyalitas dari Kerabat Kerja. Pemilihan *festival director* dan *manager* juga telah dilaksanakan secara terbuka, sehingga tidak membatasi potensi lain dari mahasiswa FTV.

SAT tetap memiliki peluang (*opportunities*) untuk menjadi jalur distribusi dan ekshibisi karya film mahasiswa secara nasional dan internasional melalui kerja sama kolaborasi dengan pihak-pihak potensial. SAT 21 tetap mempertahankan kolaborasi dengan Kampung Seni untuk promosi dan Prodi Seni Murni untuk pameran karya. Selain itu SAT juga kembali memutar beberapa film dari berbagai kampus di luar ISI, ditambah program *pre-event* yang juga mengundang diskusi lewat sosial media bersama jaringan mahasiswa. Melalui program acara yang dibuat *hybrid* (daring dan luring) SAT 21 memiliki jangkauan pasar yang besar dan beragam, tidak hanya skala lokal di Surakarta. Inovasi dan eksplorasi SAT 21 terbukti sukses, dengan indikator konsep manajemen acaranya kembali di implementasikan pada pelaksanaan SAT 2022 dengan mengambil tematik genre komedi.

Analisis kelemahan (*weakness*) SAT 2021 sudah mulai berkurang berdasarkan evaluasi dan perbaikan dari penyelenggaraan tahun sebelumnya.

Tetapi SAT sebagai festival film belum secara jelas mendeklarasikan diri sebagai festival 'khusus' yang mengakomodir film fiksi, sehingga ekspektasi untuk ada program film jenis lain tetap diharapkan.

Sistem Kerabat Kerja SAT yang selalu berganti dan *cut-off* angkatan paling senior terus dipertahankan. Memang regenerasi tetap ada, tetapi dinamika perubahan panitia pelaksana yang tinggi membuat SAT seolah menjadi acara angkatan, belum menjadi identitas festival film yang dimiliki oleh mahasiswa ISI Surakarta. Pelaksanaan SAT telah menjadi acara tahunan, namun waktu persiapannya selalu terbatas pada semester ganjil setiap tahun.

Faktor ancaman (*threats*) SAT yang utama adalah festival film mahasiswa lain yang telah lebih *sustain* dan menemukan identitasnya. SAT harus mampu adaptif dan melakukan inovasi yang lebih aktual dalam membentuk identitasnya sendiri. Selanjutnya adalah faktor pembatasan sosial akibat dampak Pandemi yang masih ada di tahun 2021. Ditambah ancaman cuaca hujan di akhir tahun – yang justru mampu digunakan sebagai *branding* SAT dengan adaptasi logo utama.

Faktor ancaman lain ketika memilih tema festival *genre* horor adalah membatasi film untuk diprogramkan. Film yang tidak sesuai *genre* horor menjadi tidak bisa masuk dalam program, namun dari pelaksana SAT 2021 membuat skema untuk mengatasi masalah tersebut dengan menghadirkan beberapa program umum yang tidak berfokus *genre* horor – meskipun tetap ada program khusus untuk film *genre* horor. Misalnya adalah program pemutaran Film Layare Cah ISI Solo yang berisik film fiksi umum karya mahasiswa ISI Surakarta, kemudian ada Film Layar Utama Umum Fiksi berisik film dari karya umum yang telah dikurasi.

f. Rekomendasi SAT sebagai Jalur Ekshibisi Film Mahasiswa ISI Surakarta

SAT bisa menjadi salah satu jalur ekshibisi alternatif untuk mempertemukan karya film mahasiswa FTV ISI Surakarta dengan *audience*-nya. SAT semula diniatkan sebagai kebutuhan mahasiswa FTV ISI Surakarta akan ruang apresiasi. Film-film mahasiswa FTV ISI Surakarta yang diputar dalam SAT juga harus lolos kurasi untuk menjaga kualitas dan kredibilitas SAT sebagai festival film. Film-film yang dibuat oleh mahasiswa dengan pencapaian tertentu dan terbaik.

Hasil analisis SWOT dari manajemen acara SAT 2019, 2020, 2021 menunjukkan bahwa SAT mampu menjadi embrio festival film mahasiswa di Indonesia yang diinisiasi oleh kampus. Sehingga strategi yang bisa ditempuh dalam manajemen acara SAT adalah;

1. Menguatkan identitas sebagai festival film mahasiswa pada tingkat nasional,
2. Memiliki program rutin dan sub misi film pada tingkatan internasional,
3. *Positioning* dan penetapan segmentasi audiens yang jelas dan terukur, baik dari *pre-event*

maupun *main event*,

4. Terkait pemilihan tema tahunan festival dapat lebih menyoal isu yang substansial pada industri perfilman melalui forum diskusi terbuka, HIMA Fisi juga diharapkan mampu melakukan tindakan intervensi yang aktif pada pemilihan tema tahunan berdasarkan data analisis,
5. SAT dapat dijadikan program kerja oleh Prodi Film dan Televisi ISI Surakarta melalui kolaborasi mahasiswa, prodi, dan institut untuk mendapat bantuan pendanaan, SDM profesional, dan fasilitas layanan lainnya,
6. Pemilihan *festival director*, *festival manager*, dan *program director* dapat dilakukan segera setelah acara SAT selesai tanpa harus menunggu peresmian ketua HIMA FTV baru,
7. Peningkatan *awareness* SAT sebagai festival film mahasiswa melalui penguatan identitas festival; standarisasi materi publikasi dan promosi; perencanaan program; dan loyalitas dari Kerabat Kerja SAT,
8. Rekomendasi kepada lembaga, HIMA FISI, prodi FTV, fakultas FSRD, dan institusi ISI Surakarta untuk dapat menaruh perhatian lebih pada keberlangsungan SAT sebagai festival film mahasiswa dan jalur ekshibisi film,
9. Rekomendasi untuk pelatihan SDM Kerabat Kerja melalui kegiatan *workshop* manajemen festival film, *course* bersama praktisi festival film, magang atau program MBKM yang bekerja sama dengan festival film nasional yang lebih *sustainable*,
10. Mempertahankan dan membangun jaringan pasca acara,
11. Membuat laporan administratif yang lengkap supaya bisa menjadi evaluasi penyelenggaraan tahun selanjutnya, dan perbaikan struktural organisasi SAT.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, kesimpulan dari analisis strategi manajemen acara SAT sebagai festival film di ISI Surakarta adalah sebagai Penyelenggaraan SAT 2019 sebelum pandemi, SAT 2020 saat pandemi, dan SAT 2021 pasca pandemi telah menggunakan perencanaan manajemen acara yang terdiri dari lima tahap, yaitu *research*, *design*, *planning*, *coordinating*, dan *evaluation*. Berikut analisis lima tahap dalam tiga tahun penyelenggaraan SAT 2019, 2020, 2021; Tahap *research*, digunakan untuk mengetahui hasil evaluasi dan validitas penyelenggaraan SAT tahun sebelumnya serta menentukan inovasi apa yang akan dilakukan pada penyelenggaraan selanjutnya. Hambatan di tahap ini adalah riset baru bisa dilakukan ketika *festival director* yang baru terpilih setelah pemilihan Ketua HIMAFISI. Tahap *design*, berfungsi untuk mempertahankan identitas SAT sebagai festival film dengan elemen payung dan hujan. Melalui desain program *pre-event* dan *main*

event dapat digunakan sebagai ajang promosi pencapaian karya mahasiswa ISI Surakarta. Hambatannya adalah belum ada standar desain acara kuat pada SAT sebagai festival film mahasiswa. Tahap *planning*, perencanaan *pre-event* digunakan sebagai *trial* dan *error* sebelum *main event*, dengan *main event* berfungsi sebagai media ekshibisi untuk film mahasiswa ISI Surakarta yang memiliki pencapaian. Hambatan tahap ini adalah belum memaksimalkan potensi *engagement* sosial media pada pelaksanaan program acara SAT. Tahap *coordinating*, pengambilan keputusan dilakukan secara terpusat oleh *festival director* dan *manager* untuk mewujudkan pengalaman *pre-event* dan *main event* yang berbeda setiap tahun dengan inovasi kebaruannya. Hambatan terdapat pada bagaimana mengatur komunikasi, *workflow* dan loyalitas panitia pelaksana. Tahap *evaluation*, digunakan sebagai pengumpulan informasi dalam rangka penilaian hasil acara dan kerja panitia pelaksana, yang hasilnya menjadi parameter keputusan kegiatan selanjutnya. Hambatan tahap ini adalah pengarsipan dokumen yang tidak lengkap sehingga penerusan informasi terhambat pada generasi pelaksana SAT tahun selanjutnya.

Hasil analisis SWOT dari manajemen acara SAT 2019, 2020, 2021 menunjukkan bahwa SAT mampu menjadi embrio festival film mahasiswa di Indonesia yang diinisiasi oleh kampus. Sehingga strategi yang bisa ditempuh dalam manajemen acara SAT adalah sebagai berikut:

1. Strategi SO (*Strength X Opportunity*)
 - a. Memperkuat identitas sebagai festival film mahasiswa pada tingkat nasional,
 - b. Memiliki program rutin dan sub misi film pada tingkatan internasional,
 - c. SAT dapat dijadikan program kerja oleh Prodi Film dan Televisi ISI Surakarta melalui kolaborasi mahasiswa, prodi, dan institut untuk mendapat bantuan pendanaan, SDM profesional, dan fasilitas layanan lainnya,
2. Strategi WO (*Weakness X Opportunity*)
 - a. Terkait pemilihan tema tahunan festival dapat lebih menyoal isu yang substansial pada industri perfilman melalui forum diskusi terbuka, HIMA FISI juga diharapkan mampu melakukan tindakan intervensi yang aktif pada pemilihan tema tahunan berdasarkan data analisis,
 - b. Pemilihan *festival director*, *festival manager*, dan *program director* dapat dilakukan segera setelah acara SAT selesai tanpa harus menunggu peresmian ketua HIMA FTV baru,
 - c. Membuat laporan administratif yang lengkap supaya bisa menjadi evaluasi penyelenggaraan tahun selanjutnya, dan perbaikan struktural organisasi SAT.
3. Strategi ST (*Strength X Threats*)
 - a. *Positioning* dan penetapan segmentasi audiensi yang jelas dan terukur, baik dari *pre-*

event maupun *main event*,

- b. Peningkatan *brand awareness* SAT sebagai festival film mahasiswa melalui penguatan identitas festival; standarisasi materi publikasi dan promosi; perencanaan program; dan loyalitas dari Kerabat Kerja SAT,
 - c. Rekomendasi untuk pelatihan SDM Kerabat Kerja melalui kegiatan *workshop* manajemen festival film, *course* bersama praktisi festival film, magang atau program MBKM yang bekerja sama dengan festival film nasional yang lebih *sustainable*.
4. Strategi WT (*Weakness X Threats*)
 - a. Mempertahankan dan membangun jaringan pasca acara dengan berbagai pihak yang hadir di festival SAT,

Rekomendasi kepada lembaga, Hima Fisi, prodi FTV, fakultas FSRD, dan institusi ISI Surakarta untuk dapat menaruh perhatian lebih pada keberlangsungan SAT sebagai festival film mahasiswa dan jalur ekshibisi film

SARAN

SAT yang memasuki usia satu dekade sebagai festival film membutuhkan evaluasi dalam menganalisis proses penyelenggaraannya untuk mengetahui kekurangan dan kelebihan dalam menemukan identitasnya secara *solid*, komprehensif dan berkelanjutan guna memperluas jangkauan penonton. Peneliti selanjutnya dapat melakukan eksplorasi penelitian lain perihal manajemen finansial, strategi *branding* atau strategi *programming* pemutaran SAT sebagai festival film kampus pada tahun-tahun selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] J. Kristanto, Nonton Film Nonton Indonesia, Jakarta: Penerbit Kompas, 2004.
- [2] N. Depita, "Perubahan Struktur Organisasi Kepanitiaan dalam Festival Film Mahasiswa UCIFEST," *Dewa Ruci*, pp. 20-30, 2020.
- [3] F. Kerrigan, Film Marketing, Oxford: Butterworth, 2010.
- [4] A. Noor, Management Event, Bandung: Alfabeta, 2013.
- [5] J. J. Goldblatt, Special events: best practices in modern event management, -: Van Nostrand Reinhold, 1997.
- [6] R. H. L. J. Johnny Allen, Festival and special event management, Milton, Australia: John Wiley & Sons, 2022.
- [7] I. Fahmi, Management Strategis: Teori dan Aplikasi, Bandung: Alfabeta, 2015.
- [8] V. H. Putri, "Strategi Manajemen Event Karang Film Festival #1 Sebagai Upaya Pemberdayaan Karang Taruna Desa Karang

Kabupaten Karanganyar Menjadi Insan Perfilman," *Diss. ISI Surakarta*, 2022.

- [9] D. E. Pratama, "Implementasi Analisis SWOT dalam Strategi Pengembangan Festival Film Solo Documentary," *SIGNIFIERA: Journal of Cultural Studies*, pp. 1.1: 9-15., 2021.
- [10] F. Rangkuti, Analisis SWOT: teknik membedah kasus bisnis cara perhitungan bobot rating dan OCAI, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2014.

Visualisasi Kapal Naga Viking dan Simbol Vegvisir dalam Produk Busana Siap Pakai

Felicia Kolonica¹, Dewi Isma Aryani², Indra Janty Tan³

¹Program Diploma-III Seni Rupa dan Desain, Universitas Kristen Maranatha, Bandung, Indonesia

Email: feliciakolonica@gmail.com¹

²Program Sarjana Desain Komunikasi Visual, Universitas Kristen Maranatha, Bandung, Indonesia

Email: dewi.ia@art.maranatha.edu

³Program Diploma-III Seni Rupa dan Desain, Universitas Kristen Maranatha, Bandung, Indonesia

Email: y_thie67@yahoo.com³

*Penulis Korespondensi: E-mail: dewi.ia@art.maranatha.edu

Abstrak: Viking adalah suku bangsa dari *Skandinavia* (Denmark, Norwegia, dan Swedia). Bangsa Viking biasa disebut Norseman atau Northman adalah bangsa yang terkenal suka bertarung, gemar menjarah, dan meneror kawasan dekat perairan di seluruh wilayah Eropa di akhir abad ke-8 Masehi. Bangsa Viking kerap menjelajah ke daerah lain menggunakan kapal panjang yang layar petaknya berwarna merah dan putih, serta memiliki ciri khas berupa lambang kepala naga di depan kapal. Lambang tersebut menggambarkan karakteristik Bangsa Viking yang tidak mengenal rasa takut, untuk menakuti roh jahat, monster laut, dan musuh. Inspirasi kapal Bangsa Viking tersebut menjadi inspirasi perancangan koleksi busana siap pakai ORTHRAI yang ditujukan bagi wanita dan pria. ORTHRAI didesain dengan siluet H serta penerapan teknik sablon dan *smocking* melalui motif kepala naga dan simbol *Vegvisir* milik Bangsa Viking. Tujuan dari perancangan ini untuk: 1) Menciptakan koleksi busana siap pakai yang terinspirasi dari kapal Viking, 2) Menerapkan teknik manipulasi material berupa sablon dan *smocking* dengan motif khas Viking. Metode penelitian menerapkan pembelajaran berbasis proyek berupa proyek nyata, mulai dari pencarian informasi dan integrasi data, eksplorasi material, evaluasi kelayakan, dan interpretasi desain hingga hasil akhir berupa koleksi busana untuk pria dan wanita.

Kata Kunci: Bangsa Viking; Detail; Kapal Panjang; Simbol; *Vegvisir*

Abstract: An ethnic group from Scandinavia (Denmark, Norway, and Sweden) was known as the Vikings. By the end of the eighth century AD, a nation known for fighting, pillaging, and frightening places near water existed throughout Europe: the Vikings, also known as Norseman or Northman. The Vikings frequently used long ships with red and white sails and a distinguishing dragon's head emblem on the front to explore new territory. Designed to frighten off adversaries, sea monsters, and evil spirits, this symbol represents the fearlessness of the Vikings. In order to create ORTHRAI's ready-to-wear collection for both men and women, the Viking ship served as inspiration. Utilizing a dragon head motif and the Viking *Vegvisir* emblem, ORTHRAI is made with a H silhouette utilizing screen printing and *smocking* techniques. The design aims to: 1) Produce a ready-to-wear fashion line inspired by Viking ships; and 2) Use material manipulation techniques, such as screen printing and *smocking*, to visualize parts of common Viking themes. The approach is known as Project-Based Learning and it involves learning through actual projects that begin with information search and data synthesis, material exploration, feasibility evaluation, and design interpretation and end with final outputs in the form of clothing collections for men and women.

Keywords: Details; Longships; Symbol; *Vegvisir*; Vikings

PENDAHULUAN

Bangsa Viking atau biasa disebut Norseman atau Northman adalah pejuang pelaut *Skandinavia* yang menyerbu dan menjajah wilayah Eropa dari abad ke-8 hingga ke-11 Masehi. Pengaruh Bangsa Viking sangat besar dan cukup mengganggu sehingga membawa pengaruh signifikan bagi sejarah Eropa. Dalam kondisi damai, orang-orang Viking

umumnya berprofesi sebagai petani, peternak, nelayan, pengrajin, dan bahkan melakukan hubungan dagang dengan bangsa-bangsa di luar *Skandinavia* [1]. Komoditas dagang utama yang kerap ditawarkan oleh Bangsa Viking [16] adalah batu ambar (*amber stone*), sejenis batu berwarna kekuningan yang berasal dari getah pohon kemudian membeku dan menjadi fosil [2]. Pada masa itu, batu

ambar banyak dicari karena bisa diolah menjadi perhiasan.

Bangsa Viking hidup dalam kelompok independen yang dipimpin oleh kepala suku (*chieftain*). Mereka juga mengenal sistem pengastanaan sosial yang secara umum terbagi ke dalam tiga kelas utama masyarakat: *Jarl* (golongan penguasa), *Karl* (golongan kelas bawah), dan *Thrall* (golongan budak) [3]. Selama periode penguasaan Viking, negara-negara *Skandinavia* memiliki sumber daya tenaga kerja yang tidak ada habisnya. Para pemimpin perkampungan tersebut memiliki kemampuan yang dapat mengorganisasikan kelompok-kelompok pejuang menjadi penakluk dan pasukan yang tidak terkalahkan. Kelompok-kelompok inilah yang menjadi penguasa di lautan dalam kapal-kapal panjang mereka dan melakukan serangan di kota-kota sepanjang pantai Eropa. Pembakaran, penjarahan, dan pembunuhan telah biasa mereka lakukan sehingga dijuluki *viking*, yang berarti bajak laut dalam bahasa *Skandinavia* awal [4].

Kapal Viking adalah jenis kekuatan angkatan laut di zaman mereka dan sangat berharga bagi Bangsa Viking. Temuan arkeologis menunjukkan bahwa kapal Viking sama sekali bukan jenis kapal standar karena terbuat atas material pilihan yang sebagian besar berasal dari hutan khususnya yaitu pinus dari Norwegia dan Swedia, serta kayu ek dari Denmark [5]. Salah satu kapal Viking yang terkenal adalah *Longships* yang sering digunakan oleh *Norse* dalam peperangan sebagai alat transportasi pasukan. *Longships* merupakan jenis kapal perang Viking khusus yang memiliki sejarah panjang di Skandinavia dari abad ke-4 SM. *Longships* awalnya diciptakan dan digunakan oleh Norsemen untuk perdagangan, eksplorasi, dan peperangan selama Zaman Viking [6]. Desain *Longships* berevolusi selama berabad-abad dan berlanjut hingga abad ke-6 dengan kapal-kapal seperti *Nydam* dan *Kvalsund* [7]. *Longships* muncul dengan bentuk utuh atau lengkap antara abad ke-9 dan ke-13 masehi. Karakter dan penampilan *Longships* telah tercermin dalam tradisi pembuatan kapal di *Skandinavia* hingga saat ini. Keterampilan dan metode khusus yang digunakan dalam membuat *Longships* masih digunakan hampir di seluruh dunia, sering kali dengan adaptasi *modern* dengan bahan terbuat dari kayu, layar kain (tenunan wol), dan memiliki banyak detail serta ukiran di bagian lambung kapal [5].

Pemaparan tentang sekilas sejarah dan keunikan dari kapal Viking di atas menjadi inspirasi utama perancangan busana siap pakai bagi wanita dan pria dengan *style* kekinian [11]. Penelitian sejenis yakni perancangan koleksi busana untuk pria dan Wanita sudah cukup banyak dilakukan, namun topik tentang budaya Bangsa Viking belum pernah ada sebelumnya. Dengan demikian hasil penelitian berupa perancangan koleksi busana berjudul ORTHRAI ini memiliki kebaruan karena merupakan

koleksi busana siap pakai untuk pria dan Wanita yang pertama kali dilakukan, sehingga diharapkan dapat menjadi inspirasi masyarakat urban di tanah air. Adapun masalah dan tujuan dilakukannya perancangan ini adalah:

1. Bagaimana mengadaptasi budaya Bangsa Viking, dalam hal ini visualisasi kapal naga dan simbol *Vegvisir*, ke dalam suatu karya berbentuk busana siap pakai untuk pria dan wanita?
2. Bagaimana merealisasikan desain busana siap pakai tersebut dengan *manipulating fabric* yang sesuai?

Dengan demikian, tujuan yang hendak dicapai berdasarkan permasalahan tersebut sebagai berikut:

1. Mengadaptasi dan memvisualisasikan budaya Bangsa Viking yakni kapal naga dan simbol *Vegvisir* ke dalam karya busana siap pakai yang berjudul ORTHRAI dengan menampilkan busana berkesan berani, etnik, didesain dengan siluet H (lurus dan terdiri atas minimal 2 potong busana), penerapan warna *earth tone* untuk menggambarkan ciri khas Bangsa Viking.
2. Koleksi busana ORTHRAI direalisasikan dengan menerapkan *manipulating fabric* yang dianggap mendekati serta sesuai dengan visualisasi yang diharapkan yakni sisik naga dan baju jaring-jaring logam pada baju perang Bangsa Viking melalui teknik *smocking* serta simbol *Vegvisir* melalui penerapan teknik sablon.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam perancangan koleksi busana siap pakai ORTHRAI merupakan hasil eksperimen kualitatif [12] dengan teknik *Project Based Learning* (PBL) sebagaimana penelitian sejenis [8] berdasarkan proyek dalam proses pembelajaran [11] [13]. PBL terdiri atas tiga prosedur yakni perencanaan (*planning*), implementasi (*creating*), dan pengolahan (*processing*) sebagai berikut: Pertama, studi literatur, tahap pencarian sumber informasi terkait tema yang diangkat yakni tentang sejarah dan budaya kapal Bangsa Viking disertai pengamatan beberapa referensi busana yang berkesan *artistic* berdasarkan tren mode dalam Indonesia *Trend Forecasting 2020/2021: Spirituality* [15] saat itu yang kental dengan tradisi, kultural, kebudayaan dan kebanggaan akan bangsa atau daerahnya yang diangkat ke dalam busana. Warna-warna yang diambil cenderung coklat dan gelap. Siluet yang ditonjolkan adalah siluet tegas, *oversized* dan cenderung tidak terlalu banyak corak pada pakaian. Koleksi busana siap pakai ORTHRAI mengadaptasi visualisasi lambang kepala naga dari bagian depan kapal Bangsa Viking yang dikombinasikan dengan perisai dan baju perang serta motif *Vegvisir* sebagai ciri khususnya. Siluet busana yang didesain menggunakan siluet H [14] disesuaikan dengan karakteristik *fearless, tradition*,

adventurous dalam tema *Spirituality* [15]. Kedua, tahap pradesain melalui *moodboard* untuk membantu tujuan dan panduan perancangan busana [11]. Ketiga, perancangan atau desain, diwujudkan dengan menerapkan dan berpegang pada tahapan untuk 5W (*What, Who, Where, When, dan Why*), dan keempat adalah realisasi produk.

Keempat tahapan tersebut selanjutnya dianalisis menggunakan pendekatan 5W+1H: *What, Who, When, Where, Why, dan How* untuk dapat menghasilkan desain koleksi busana sesuai data yang diperoleh. *What*, berkaitan dengan keunikan kapal, perisai, dan baju perang Bangsa Viking yang divisualisasikan ke dalam koleksi busana ORTHRAI. *Who*, berkaitan dengan sasaran dari koleksi busana siap pakai ORTHRAI yakni wanita dan pria dengan gaya hidup dan domisili area urban [8]. *Where*, berkaitan dengan target *market* wanita dan pria yang berdomisili di area urban pada beberapa kota Indonesia [9]. *When*, berkaitan dengan waktu yang tepat untuk pemasaran produk yang dirancang yaitu untuk *Fall/Winter Session* atau sekitar periode bulan September hingga akhir Februari. *Why*, berkaitan dengan alasan mengapa produk ini perlu dirancang yakni mengenalkan keunikan peninggalan budaya kapal *Longships* Bangsa Viking dengan karakter kuat dan tegas melalui koleksi busana bergaya kekinian sehingga diharapkan mampu menjadi salah satu referensi busana pria dan wanita. Dan *How*, berkaitan dengan realisasi produk dan visualisasi [18] representasi lambang kepala naga, perisai dan baju perang, serta simbol *Vegvisir* Bangsa Viking ke dalam koleksi busana ORTHRAI meliputi pembuatan pola, pemotongan dan di jahit kain menjadi busana, penerapan *manipulation fabric* (sablon dan *smock*), serta *finishing* atau penyempurnaan koleksi busana. Adapun terkait realisasi desain koleksi busana ORTHRAI melalui teknik *manipulating fabric* yang diterapkan sebagai berikut:

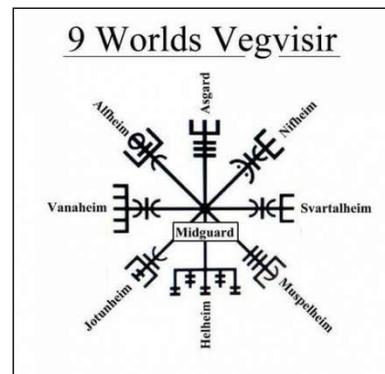
- 1) Mengadaptasi sisik naga dan baju jaring-jaring logam pada baju perang Bangsa Viking dengan menggunakan teknik *smock*.
- 2) Mengadaptasi simbol *Vegvisir* ke dalam koleksi busana menggunakan teknik sablon.

Adapun terkait realisasi 5W+1H di atas terkait waktu pemasaran yang tepat pada bulan September hingga Februari adalah karena mengikuti tren *fashion show* yang ada di luar negeri yakni bertepatan dengan datangnya musim gugur dan dingin yang dimulai sejak bulan September hingga Februari setiap tahunnya. Sebagian besar desain dan material busana yang digunakan oleh para perancang busana *Fall/Winter Session* berciri khas busana *layering* atau berlapis-lapis dan juga material yang cenderung tebal untuk memberikan rasa hangat saat dikenakan. Sedangkan target dari koleksi busana ORTHRAI ini diperuntukkan bagi pria dan wanita berusia 25-35 tahun dengan karakter yang cerdas, berani, senang berpetualang atau menyukai hal-hal

baru seperti *travelling*, dan pencinta alam, berjiwa bebas atau merdeka, independen, serta mudah bergaul.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Motif *Vegvisir* [17] Bangsa Viking menyerupai bentuk kompas, dengan delapan titik bermakna budaya dan spiritual. Sebagaimana kisah sejarah Bangsa Viking itu sendiri yang menggambarkan sebagai navigator [10] andal di lautan, mulanya Bangsa Viking menggunakan batu matahari yang terbuat dari kristal tunggal yakni *Iceland spar* (sejenis kalsit). Batu matahari memiliki sedikit kemiripan dengan *Vegvisir*, dan beberapa ahli percaya bahwa kompas Kristal tersebut menginspirasi bentuk simbol empat garis delapan titik. Kedelapan titik tersebut mirip dengan titik mata angin pada kompas.



Gambar 1. Simbol *Vegvisir*
(<https://avareurgente.com/id/simbol-vegvisir-makna-asal-usul-dan-sejarah>, 2023)

Adapun makna kedelapan titik *Vegvisir* [10] tersebut sebagai berikut:

- 1) *Algard: The Hero*, seorang pejuang yang dalam tahap pembenaran diri.
- 2) *Nifheim: The Shadow*, seorang pejuang yang sedang hilang arah dan menjadi versi yang salah dalam dirinya akan menjadi seorang petualang di dalam bayangan.
- 3) *Svartlheim: Acceptance*, seorang pejuang harus menerima dan memaafkan dirinya, serta siap menerima jalan pahit yang akan datang di depan.
- 4) *Muspelheim: Authenticity*, seorang pejuang harus mengesampingkan egonya dan mengenali segala keputusannya tanpa rasa takut.
- 5) *Helheim: Passion*, melancarkan perjalanan demi perjalanan.
- 6) *Jotunheim: Principles*, melihat prinsip-prinsip untuk lebih memahami kenyataan.
- 7) *Vanaheim: Practices*, tanpa aksi tidak akan ada gerakan. Tanpa gerakan, tidak akan ada perjalanan.
- 8) *Alfheim: Faith*, ujian terberat dalam perjalanan adalah iman. Pejuang harus menemukan keheningan untuk menumbuhkan kepercayaan

pada dirinya sendiri dan apa yang akan ditunjukkan oleh hasil perjalanannya tersebut.



Gambar 2. Aplikasi Simbol Vegvisir dengan Teknik Sablon (Kolonica, 2020)

Konsep penerapan simbol *Vegvisir*, kapal naga, baju dan perisai perang Bangsa Viking ditampilkan secara menyeluruh melalui *moodboard* [11] pada Gambar 3:



Gambar 3. *Moodboard* Koleksi ORTHRAI (Kolonica, 2020)

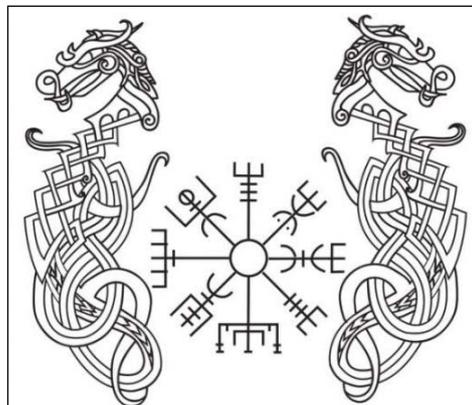
Elemen-elemen yang ditampilkan pada *moodboard* berisi palet warna keseluruhan koleksi busana di bagian kiri atas, referensi siluet busana, dan hal-hal yang menjadi inspirasi perancangan ORTHRAI disertai tampilan detail-detail yang akan diterapkan pada busana. Keseluruhan koleksi busana siap pakai ORTHRAI menampilkan desain dengan kesan *formal look* sebanyak empat desain. Pada setiap *look* terdapat *manipulating fabric* berupa sablon dan *smock*, terdiri atas tiga potongan pakaian yang longgar dan tidak membentuk siluet tubuh. Warna yang digunakan adalah warna identik dengan pakaian Bangsa Viking serta layar dari kapal yaitu cokelat, hitam, biru tua, putih, dan merah. Material yang digunakan didominasi oleh kain *toyobo*, *twist*, dan *drill* yang diberikan aplikasi motif *Vegvisir* pada setiap *outer* busananya.



Gambar 4. Eksperimen dan Aplikasi Teknik *Smock* pada Koleksi ORTHRAI (Kolonica, 2020)



Gambar 5. Koleksi ORTHRAI Tampak Depan (Atas) dan Belakang (Bawah) (Kolonica, 2020)



Gambar 6. Desain Motif *Stilasi* Lambang Kapal Naga dan *Vegvisir* pada Koleksi ORTHRAI (Kolonica, 2020)

Desain Look 1



Gambar 7. Desain Look 1 Koleksi ORTHRAI (Kolonica, 2020)

Pada Look 1 di Gambar 7, *outer* didesain siluet *crop top* bolero dengan *manipulating fabric smock* pada kain *toyobo* berwarna coklat tua untuk merepresentasikan penggambaran perisai besi yang kokoh. Pada bagian atasan *inner* menggunakan kain *toyobo* biru tua dan *twist* berwarna senada. Bagian bawahan berupa celana sepanjang betis menggunakan kain *drill* hitam berpadu coklat muda, serta aksesoris panjang seperti ekor (*penquin style*) berbahan *toyobo* merah dengan penerapan gambar naga yang disablon. Secara keseluruhan Look 1 ini untuk menggambarkan pakaian perang Bangsa Viking yang tegas, kuat, dan tidak mengenal adanya rasa takut.

Desain Look 2

Pada Look 2 pada Gambar 8, *outer* didesain dengan menggunakan kain *twist* coklat disertai aplikasi *smock* melalui teknik pecah pola dan penggabungan sablon bergambar naga dan juga simbol Vegvisir. Pada bagian atasan menggunakan kain *toyobo* biru tua, sedangkan bagian celana menggunakan kain *drill* hitam. Look 2 pada Gambar 8 merupakan penggabungan dua motif yang disablon yakni *Vegvisir* dan naga sebagai representasi Bangsa Viking tidak akan lepas dari *Vegvisir* ketika berperang dan saat melakukan penjelajahan lautan *Vegvisir* merupakan simbol seperti kompas yaitu untuk menentukan arah.



Gambar 8. Desain Look 2 Koleksi ORTHRAI (Kolonica, 2020)

Desain Look 3



Gambar 9. Desain Look 3 Koleksi ORTHRAI (Kolonica, 2020)

Pada Look 3 di Gambar 9, busana didesain *outer* penuh detail *smock* di bagian dada ke atas dengan bahan kain *twist* coklat, serta bagian *inner* terdapat siluet motif naga yang disablon. Kain *drill* hitam digunakan sebagai material utama bagian bawahan yakni rok terbuka (*slit*) bagian depan. Pada bagian *inner* rok, terdapat celana berbahan kain *toyobo* coklat tua, sehingga pada Look 3 ini mengesankan dua tampilan sekaligus yakni feminin

dan maskulin. Penerapan motif pada *Look 3* ini difokuskan pada simbol *Vegvisir* yang besar dan ditempatkan di bagian tengah belakang *outer*.

Desain *Look 4*



Gambar 10. Desain *Look 4* Koleksi ORTHRAI (Kolonica, 2020)

Pada *Look 4* di Gambar 10, *outer* bersiluet *crop top* bolero dibuat dengan bahan kain *twist* perpaduan coklat tua dan coklat muda. Aksesoris *smock* ditempatkan di bagian belakang *outer*. Sedangkan atasan *inner* menggunakan kain *toyobo* biru tua. Pada desain celana menggunakan kain *toyobo* coklat tua, aksesoris *list* merah, dan kain *drill* hitam yang diberikan aksesoris *smock* di bagian depan. Desain celana berlapis rok ini diterapkan sebagaimana busana adat bangsa *Skandinavia* saat ini, serta inspirasi dari Bangsa Viking yang mengenakan perlengkapan besi di bagian bawah sebagai bagian baju perang mereka.

KESIMPULAN

Koleksi busana siap pakai ORTHRAI yang terinspirasi dari Bangsa Viking (*kapal naga*, *baju dan perisai perang*, serta simbol *Vegvisir*) menerapkan dominasi warna-warna gelap. Koleksi ORTHRAI termasuk dalam kategori formal look dengan pendekatan gaya sopan (*modest wear*) yang tetap menarik dan stylish. Penempatan manipulasi fabric memiliki poin penting dalam perancangan koleksi ORTHRAI karena harus tetap memperhatikan fungsi utama dari perancangan pakaian itu sendiri yakni unsur kenyamanan dan kesempatan penggunaan busana (*occasion*) yang tepat. Inspirasi budaya dan pakaian perang Bangsa Viking yang disesuaikan ke dalam suatu koleksi busana siap pakai memiliki tantangan tersendiri

dalam merealisasikannya karena keterbatasan jenis material yang ada.

SARAN

Penelitian ini merupakan implementasi ide atau topik yang berakar dari suatu tradisi atau budaya tertentu ke dalam desain busana. Penelitian dengan topik sejenis dapat dilakukan dan dikembangkan lebih baik lagi dengan adanya variasi dan data literatur yang mumpuni, mengingat tradisi maupun budaya Viking dan semacamnya cukup banyak ditemukan sebagai referensi utama penciptaan tokoh atau karakter film dewasa ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Salem Media, "Sejarah Viking: Tinjauan Budaya dan Sejarah", 23 Desember, 2023. [online]. Available: <https://www.historyonthenet.com/vikings-history-overview-culture-history-viking-age>. [Accessed: 24 Desember, 2023].
- [2] A. Windyandari & H. Hartono, "Aplikasi Alat Polishing Untuk Kelompok Pengrajin Batu Ambar Kecamatan Tembalang Kota Semarang Jawa Tengah", *Jurnal Pengabdian Masyarakat Multidisiplin*, Vol.2, No.3, pp.195-202, 2018.
- [3] A. M. Heen-Pettersen, "The Earliest Wave of Viking Activity? The Norwegian Evidence Revisited," *European Journal of Archaeology*, vol. 22, no. 4, pp. 523-541, 2019.
- [4] C. Etchingam, "Names for the Vikings in Irish Annals. In Celtic-Norse Relationships in the Irish Sea in the Middle Ages 800-1200", Brill, pp. 23-38, 2014.
- [5] N. Price, "Pirates of the North Sea? The Viking ship as political space. Comparative Perspectives on Colonisation, Maritime Interaction and Cultural Integration" United Kingdom: Equinox eBooks Publishing, pp. 149-176, 2016. Doi: 10.1558/equinox.27686.
- [6] M. Delvaux, "Patterns of Scandinavian bead use between the Iron Age and Viking Age, ca. 600-1000 ce", *Beads: Journal of the Society of Bead Researchers*, Vol. 29, No.1, pp. 3-30, 2017.
- [7] N. Price, "Ship-men and slaughter-wolves: pirate politics in the Viking Age. In Persistent piracy: maritime violence and state-formation in global historical perspective", London: Palgrave Macmillan UK, pp. 51-68, 2014.
- [8] J. Theodora & D. I. Aryani, "Pemaknaan tradisi Peh Cun di Indonesia: Visualisasi dalam koleksi Ready-to-Wear Deluxe bagi generasi muda dengan gaya hidup urban", *Satwika: Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial*, Vol.6, No.2, pp.267-280, 2022.
- [9] F. Gunawan, D.I. Aryani, dan I.J. Tan, "Perancangan Busana Wanita Siap Pakai dengan Inspirasi Facial Mask Pada Opera

- Beijing”, *Visual Heritage* Vol. 4, No.2, pp. 148-162, 2022. DOI 10.30998/vh.v4i2.4884.
- [10] S. P. Ashby, “What really caused the Viking Age? The social content of raiding and exploration”, *Archaeological Dialogues*, Vol. 22, No.1, pp. 89-106, 2015.
- [11] L. A. Narwastu & A. D. Purnomo, "Padu Padan Wastra Indonesia pada Kreativitas Gen Z", *CandraRupa: Journal of Art, Design, and Media*, Vol. 2, No. 1, pp.45-49, 2023.
- [12] L. J. Moleong, "*Metodologi Penelitian Kualitatif (36th ed.)*", Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017.
- [13] D. Daryanto, "*Inovasi Pembelajaran Efektif*", Bandung: Yrma Widya, 2013.
- [14] G. Puspo, "*A-Z Istilah Fashion*", Jakarta: Gramedia, 2013.
- [15] Bekraf Indonesia, "*Indonesia Trend Forecasting Singularity 2019-2020*", Jakarta: BD+A Design, 2019.
- [16] O. Holm, "Trading in Viking-Period Scandinavia-A Business Only for a Few? The Jämtland Case", *Viking and Medieval Scandinavia*, Vol.11, pp.79-126, 2015.
- [17] S. Reese, "*Simbol Vegvisir - Makna, Asal-usul dan Sejarah*", 28 Maret, 2023. [online]. Available: <https://avareurgente.com/id/simbol-vegvisir-makna-asal-usul-dan-sejarah>. [Accessed: 24 Desember, 2023].
- [18] M. Febrianti & M. Buduroh. Visualisasi Penokohan Purasara Dalam Hikayat Purasara Sebagai Penanda Jejak Pertunjukan Wayang Kulit Pada Abad Ke-19. *Candrarupa* Vol.2 No.1, pp. 9-22, 2023. DOI : <https://doi.org/10.37802/candrarupa.v2i1.301>.

Makna Solidaritas pada Film *Miss Congeniality*

Devina Azzahra¹, Rizca Haqqu²

¹Prodi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Bandung, Indonesia
Email: devina.zzhra15@gmail.com¹

²Prodi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Bandung, Indonesia
Email: rizcahaqqu@telkomuniversity.ac.id²

*Penulis Korespondensi: E-mail: rizcahaqqu@telkomuniversity.ac.id

Abstrak: Film *Miss Congeniality* mengisahkan perjalanan Gracie Hart, seorang agen FBI yang ditempatkan sebagai mata-mata dalam kontes kecantikan *Miss United States* untuk mencegah serangan teroris. Meskipun awalnya kurang tertarik pada dunia kecantikan, Gracie belajar beradaptasi dan membangun hubungan dengan sesama kontestan. Awalnya hanya fokus pada penangkapan teroris, Gracie kemudian menggabungkan dua fokusnya: menangkap teroris untuk melindungi teman-temannya dan memastikan keselamatan rekan-rekannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi gambaran solidaritas dalam film *Miss Congeniality* dengan metode kualitatif dan pendekatan semiotika John Fiske, menganalisis tingkat realitas, representasi, dan ideologi. Hasilnya menunjukkan dominasi solidaritas mekanik, terutama pada tingkat representasi kode konflik, kode dialog, dan kode karakter. Kesimpulan penelitian ini adalah nilai-nilai ideologi dalam film sesuai dengan konsep solidaritas mekanik menurut Emile Durkheim. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi dasar untuk pemahaman lebih lanjut tentang dinamika solidaritas dalam konteks film. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan dapat mengeksplorasi aspek-aspek lain dari perilaku sosial yang digambarkan dalam film atau media lainnya, serta di lingkungan nyata, terkait solidaritas dalam masyarakat. Pemahaman lebih mendalam tentang dinamika solidaritas dalam konteks yang berbeda dapat memberikan wawasan yang lebih luas terhadap pengaruhnya dalam membentuk norma dan nilai-nilai sosial.

Kata Kunci: *Miss Congeniality*; Semiotika; Solidaritas

Abstract: The film "*Miss Congeniality*" narrates the journey of Gracie Hart, an FBI agent placed undercover in the *Miss United States* beauty pageant to prevent a terrorist attack. Initially uninterested in the world of beauty pageants, Gracie learns to adapt and build relationships with fellow contestants. Initially focused solely on apprehending terrorists, Gracie later combines her two objectives: capturing terrorists to protect her friends and ensuring the safety of her colleagues. This research aims to explore the depiction of solidarity in the film "*Miss Congeniality*" using qualitative methods and John Fiske's semiotic approach, analyzing the levels of reality, representation, and ideology. The results indicate a dominance of mechanical solidarity, particularly at the level of representation in conflict codes, dialogue codes, and character codes. The conclusion of this study is that the ideological values in the film align with the concept of mechanical solidarity as proposed by Emile Durkheim. It is hoped that this research can serve as a foundation for a deeper understanding of the dynamics of solidarity in the context of film. For future research, it is recommended to explore other aspects of social behavior depicted in films or other media, as well as in real-life environments, related to solidarity in society. A more in-depth understanding of the dynamics of solidarity in different contexts can provide broader insights into its influence in shaping social norms and values.

Keywords: *Miss Congeniality*; Semiotics; Solidarity

PENDAHULUAN

Solidaritas merupakan kata yang menggambarkan hubungan erat antara dua orang atau lebih yang membentuk suatu kelompok. Solidaritas juga merupakan persatuan, persaudaraan, gotong-royong, tolong-menolong, bahu-membahu untuk membantu satu sama lain, hal itu disebut sebagai kelaziman yang ada di dalam masyarakat [1]. Secara etimologis solidaritas adalah kesetiakawanan atau

kekompakan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dijelaskan bahwa solidaritas diambil dari kata solider yang berarti memiliki, mempunyai atau memperlihatkan perasaan bersatu. Solidaritas muncul dikarenakan masyarakat yang berhubungan di lingkungan yang sama, dengan kurun waktu yang lama, dan memiliki pandangan yang sama. Rasa solidaritas dapat menjadi kuat dikarenakan salah satunya mempunyai faktor yang

sama dalam suatu hal atau saling menerima dengan lapang dada tentang apapun yang terjadi di sekitarnya. Hal tersebut merupakan suatu hal yang baik, dikarenakan rasa saling terbuka, akan menumbuhkan sifat solidaritas [2].

Emile Durkheim, menulis dalam bukunya yang berjudul *The Division of Labour in Society*, yang merupakan karya monumental dan merupakan karya sosiologi klasik yang pertama dalam bukunya dijelaskan Durkheim menggunakan ilmu sosiologinya untuk meneliti krisis moralitas. Durkheim mengelompokkan solidaritas menjadi dua tipe yang diketahui diantaranya adalah solidaritas mekanis dan organis [3]. Menurut Durkheim, solidaritas merupakan kesetiakawanan yang menunjukkan pada suatu keadaan hubungan antara individu dan atau kelompok berdasarkan pada perasaan moral dan kepercayaan yang dianut bersama yang kemudian diperkuat dengan pengalaman emosional bersama [3].

Dalam penggambaran solidaritas, fenomena tersebut tidak hanya terjadi di dalam kehidupan nyata, melainkan dapat divisualisasikan melalui media komunikasi massa, di mana komunikasi memiliki proses pengiriman atau penyampaian pesan atau informasi dari satu pihak ke pihak lain dalam usaha untuk mendapatkan pengertian satu sama lain. Komunikasi dapat terjalin dengan baik, jika kedua belah pihak saling mengakui kekurangan, kelebihan, dan kelemahan orang lain. Menurut *Webster New Collogiate Dictionary*, bahwa komunikasi adalah “suatu proses pertukaran informasi di antara individu melalui sistem lambang-lambang, tanda-tanda atau tingkah laku” [4].

Komunikasi massa merupakan pesan yang dikomunikasikan pada khalayak melalui media massa, definisi tersebut dikemukakan oleh Bittner [5]. Ciri-ciri dari media massa diantaranya adalah memiliki pesan yang bersifat umum, dalam artian tidak boleh ada pihak yang di tutup-tutupi atau mengalami keterbatasan informasi. Media massa dapat menimbulkan keserempakan, dimana pesan mampu disebarkan dalam waktu yang bersamaan. Bentuk media massa yang memiliki ciri dan fungsi yang dapat mempresentasikan hal tersebut adalah film. Film merupakan salah satu media komunikasi massa yang efisien untuk menggambarkan realitas masyarakat [6]. Hanandry (2019) juga mengungkapkan bahwa film memiliki keistimewaan seni karena merupakan hasil karya tenaga kreatif yang berasal dari pemanfaatan keterampilan, kreativitas, dan bakat individu dalam menciptakan kemakmuran dan peluang pekerjaan [7]. Diantaranya film dapat menggambarkan melalui visual dan audio mengenai fenomena solidaritas yang ada di masyarakat luas. Melalui sebuah film, pesan yang diberikan akan memiliki bentuk yang beragam tergantung pada plot cerita yang dihadirkan lewat film tersebut, namun pada umumnya film memiliki pesan yang baik, seperti pendidikan, hiburan dan

informasi [8].

Film dibagi menjadi tiga jenis menurut Javandalasta (2021). Diantaranya Film Dokumenter, di mana menyuguhkan realitas dengan cara yang berbeda dan diproduksi untuk tujuan yang berbeda, tujuan dari film dokumenter tersebut adalah untuk mengedarkan informasi, pendidikan, dan promosi untuk individu atau kelompok tertentu [9]. Kemudian ada Film Cerita Pendek atau yang biasa disebut sebagai *Short Film*. Biasanya *Short Film* memiliki durasi yang kurang dari satu jam dan yang terakhir adalah Film Panjang, yang biasanya memiliki durasi lebih dari satu jam.

Tidak hanya itu, film dapat diaplikasikan dengan kajian semiotika yang termasuk dalam komunikasi. Menurut Turiman (2014) analisis semiotika juga merupakan metode penelitian untuk menafsirkan makna dari suatu pesan komunikasi, seperti makna sebagian atau hanya parsial saja, hingga makna yang luas atau komprehensif, sehingga mengetahui motif komunikasi apa dari komunikatornya [10]. Selain itu, Hanandry (2019) juga mengungkapkan bahwa semiotika atau semiologi merupakan sebuah ilmu yang mengkaji kehidupan tanda-tanda di tengah masyarakat [7]. John Fiske dalam kajiannya mengenai semiotika, merupakan salah satu pendekatan yang dapat digunakan. Di mana John Fiske membahas mengenai kode-kode sosial yang ada, lalu membaginya menjadi 3 level yaitu level realitas, level *representative* dan level ideologi. Menurut pendapatnya, kode-kode yang muncul atau biasa digunakan tersebut saling berhubungan sehingga nantinya dapat membentuk sebuah makna, di mana hal tersebut adalah hasil dari proses berpikir dari penonton.

Pada jurnal yang berjudul *Solidaritas Masyarakat Multi kultural dalam Menghadapi Covid-19* yang ditulis oleh Alimin Alwi (2020), hasil penelitiannya adalah bahwa pandemi Covid-19 tidak hanya berdampak secara ekonomi, melainkan juga menjadi ancaman terhadap keretakan solidaritas sosial pada masyarakat *multicultural* [11]. Kemudian, pada jurnal yang berjudul *Pola Pembentukan Solidaritas Sosial Dalam Kelompok Sosial Antara Pelajar* yang ditulis oleh Saidang & Suparman (2019), hasil yang ditemukan dari penelitian ini adalah menggambarkan bahwa pola pembentukan solidaritas sosial dalam kelompok sosial antara pelajar adalah suatu cara untuk membentuk karakter dan kerukunan antara pelajar sehingga keharmonisan dan kerja sama akan terjalin baik antar kelas maupun antar sekolah [12].

Selanjutnya, jurnal yang menganalisis dengan menggunakan semiotika John Fiske dengan judul *Representasi Patriotisme Pada Film Soegija (Analisis Semiotika John Fiske)* (2020) yang ditulis oleh Nexen Alexandre Pinontoan, hasil yang ditemukannya adalah bahwa representasi patriotisme dari film Soegija dengan menggunakan kode realitas, representasi dan ideologi, melalui adegan

percakapan, gambar teknik dan lokasi pengajuan [13]. Kemudian, pada jurnal yang berjudul Analisis Semiotika Kecanduan Merokok di Film Dokumenter “Darurat! Sekolah Dikepung Iklan Rokok” (2022) yang ditulis oleh Dian Eka Wijaya, hasil yang ditemukannya adalah bahwa terdapat indikasi ideologi kapitalisme yang mempengaruhi pelajar di bawah umur untuk mengonsumsi rokok dan menganggap hal tersebut wajar di sekitar Masyarakat [14]. Selanjutnya, jurnal yang berjudul Analisis Semiotika John Fiske Dalam Ketidaksetaraan Gender Pada Film Dangal 2016 yang ditulis oleh Nova Yana Azli Harahap, Nursapia Harahap, dan Syahrul Abidin dapat dilihat hasil penelitiannya adalah peneliti dalam film ini melihat makna inferior yang digambarkan untuk perempuan dan makna superior untuk laki-laki, hal itu tergambar dalam perjuangan dua anak perempuan untuk tetap menjalani hidup mereka meskipun masa depan mereka ditentukan oleh sang ayah [15].

Salah satu film yang memperlihatkan nilai-nilai solidaritas adalah film dengan judul *Miss Congeniality*. Film yang berdurasi 1 jam 49 menit ini pertama kali dirilis pada tanggal 14 Desember 2000 yang distribusikan oleh Warner Bros, memiliki genre *Action, Comedy, Crime, Romance*. Selain menawarkan unsur ketegangan karena terdapat adegan *Action* dan *Crime*, film ini dipermanis dengan adanya adegan *Comedy* juga *Romance*. Film *Miss Congeniality* mendapatkan *voting* yang bagus dari penonton yang terdapat di laman *Google Users, JustWatch, Rotten Tomatoes* dan *IMDb*.

Film tersebut mengisahkan tentang seorang wanita yang bekerja sebagai agen FBI bernama Gracie Hart Sebelum mereka menangkap tersangka, para agen FBI harus menyusun strategi agar penangkapannya berjalan dengan mulus. Para agen FBI setuju untuk melakukan penyamaran agar tidak terlihat jika mereka seorang FBI yang akan menangkap teroris di kontes kecantikan tersebut. Menurut para kolega Gracie Hart yang ikut andil misi tersebut, menurut mereka yang memiliki kriteria yang cocok adalah Gracie Hart. Pada akhirnya Gracie Hart harus menyiapkan diri untuk mengubah dirinya sebagai salah satu kontestan demi untuk menyamar sebagai Gracie Lou Freebush yang menjadi salah satu kontestan di kontes kecantikan. Awalnya, Gracie Hart hanya fokus pada misinya, lambat laun ia memiliki rasa ingin melindungi teman-teman wanitanya yang mengikuti kontes kecantikan tersebut dan berniat untuk menangkap teroris dengan caranya sendiri. Oleh sebab itu, penulis tertarik untuk mengkaji film *Miss Congeniality* karena nilai-nilai solidaritas yang tersembunyi di dalam pengadeganan, di mana tidak ditampilkan secara eksplisit di dalam film *Miss Congeniality*.

Dengan latar belakang yang sudah penulis paparkan. Serta tujuan untuk menganalisis makna solidaritas yang terjadi di dalam film *Miss*

Congeniality dengan menggunakan semiotika John Fiske. Maka penulis merumuskan permasalahan bagaimana memunculkan pemaknaan solidaritas melalui pendekatan semiotika dilihat dari level realitas, representasi dan ideologi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan semiotika John Fiske untuk mengeksplorasi makna solidaritas dalam film *Miss Congeniality*. Paradigma penelitian yang diterapkan adalah paradigma interpretatif, yang berfokus pada pemahaman subjektif, interpretasi, dan pemahaman makna dalam kehidupan sosial. Objek penelitian adalah adegan-adegan yang mencerminkan makna solidaritas dalam film tersebut. Strategi penelitian mencakup penggunaan film sebagai objek penelitian, fokus pada makna solidaritas, penerapan teori Emile Durkheim. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi, dengan mengambil berbagai macam adegan dari film *Miss Congeniality* yang relevan dengan penelitian. Metode analisis data mencakup pengumpulan data, reduksi data disajikan sebagaimana pendekatan John Fiske yang mengacu pada teori solidaritas Emile Durkheim dan semiotika John Fiske. Keabsahan data diuji melalui kredibilitas, dengan peneliti melakukan pengamatan berulang terhadap film dan memastikan ketelitian dalam mengumpulkan data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian film *Miss Congeniality*, film tersebut memiliki tiga babak, babak pengenalan, babak konflik, dan babak resolusi. Babak pengenalan, yaitu memperlihatkan masa kecil Gracie Hart yang membela anak laki-laki yang sedang dirundung dan setelah beberapa tahun kemudian diperlihatkan sosok Gracie Hart yang sudah dewasa bekerja sebagai agen FBI. Babak konflik memperlihatkan permasalahan yang harus diselesaikan oleh agen FBI, yaitu adanya surat yang berisikan ancaman pengeboman di dalam acara kontes kecantikan di Texas. Babak resolusi memperlihatkan Gracie Hart menjadi mata-mata yang berkamufase menjadi salah satu kontestan ajang kecantikan di *Miss United States, Texas* yang diberi nama samara Gracie Lou Freebush. Menjadi mata-mata di kontes kecantikan tersebut, pada diri Gracie Hart memunculkan rasa ingin menolong teman-temannya karena sudah merasa sangat dekat dengan mereka, begitu pun misinya yang ia jalani dengan tim FBI lainnya pun selesai dan menangkap teroris yang berencana mengaktifkan bom di kontes tersebut.

Penelitian ini menggunakan semiotika John Fiske yang mana penulis akan meneliti tiga level, yaitu level realitas, level representasi dan level ideologi. Pada level realitas terdapat kode kostum, kode gaya berbicara dan kode gestur. Pada level representasi terdapat kode kamera, kode konflik,

kode dialog dan kode karakter. Pada level ideologi menjelaskan penemuan pada level realitas dan level representasi.

a. Level Realitas

Pada adegan ini Gracie Hart menggunakan *crewneck* berwarna hitam. *Crewneck* merupakan pakaian yang populer di kalangan masyarakat, khususnya pada negara yang memiliki iklim dingin. *Crewneck* memiliki model yang sederhana dengan bentuk leher yang bulat dan kerah yang tidak terlalu besar [16]. Sedangkan Cheryl Frasier, Alana Krewson, Karen Krantz, Mary Jo Wright dan Leslie Davis menggunakan pakaian kamsol dan jubah berbahan *silk*. Kamsol menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah baju tanpa lengan seperti kutang yang sudah dimodifikasi dari bahan, model, maupun warna yang digunakan sebagai baju dalam atau baju luar pada Gambar 1.



Gambar 1. Adegan Film *Miss Congeniality*

Pada adegan yang ada pada Gambar 1. gaya bicara yang di tunjukan Cheryl Frasier adalah perasaan khawatir karena Gracie Hart belum muncul untuk latihan gaun, tampilannya berantakan dan belum menggunakan riasan. Dilanjutkan dengan Gracie Hart yang berbicara dengan terbata-bata namun cepat, karena ia merasa panik tidak ada lagi yang membantunya, sementara Victor Melling sedang mengikuti arahan dari agen FBI untuk tidak bekerja lagi di lingkungan *Miss United States* yang ditunjukkan pada Gambar 2, 3, dan 4.



Gambar 2. Adegan Film *Miss Congeniality*



Gambar 3. Adegan Film *Miss Congeniality*



Gambar 4. Adegan Film *Miss Congeniality*

Gestur yang ditunjukkan Gracie Hart adalah menundukkan kepalanya yang menunjukkan Gracie Hart menginginkan sesuatu segera mungkin, hal tersebut dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Adegan Film *Miss Congeniality* dan Petunjuk Gestur

Sedangkan, Cheryl Frasier menunjukkan gestur memiringkan kepala di mana dijelaskan oleh Antonius (2019), bahwa gestur tersebut memiliki arti sedang memperhatikan sesuatu. Setelah itu Cheryl Fraiser menunjukkan raut wajah yang panik dan tangannya digerakkan untuk mengajak teman-temannya untuk menolong Gracie Hart yang kesulitan dengan riasannya. Gestur tersebut dapat dilihat pada Gambar 6 [17].



Gambar 6. Adegan Film *Miss Congeniality* dan Petunjuk Gestur



Gambar 7. Adegan Film *Miss Congeniality* dan Petunjuk Gestur

Kemudian Alana Krewson, Karen Krantz, Leslie Davis dan Mary Jo Wright menunjukkan wajah yang terkejut, pada adegan ini mereka diminta tolong oleh Cheryl Frasier untuk membantu Gracie Hart yang kebingungan mengenai riasan yang akan digunakan olehnya, namun setelah itu mereka langsung mengikuti instruksi yang diberikan oleh Cheryl Frasier yang mengajak mereka untuk membantu Gracie Hart, hal tersebut dapat dilihat pada Gambar 8. Di mana dari sini dapat terlihat bentuk dari solidaritas mereka.



Gambar 8. Adegan Film *Miss Congeniality* dan Petunjuk Gestur

b. Satuan

Pada adegan ini sudut pengambilan gambar yang digunakan adalah *Medium Shot* dan *Close Up*. *Medium Shot* pada adegan ini memperlihatkan siapa saja yang memperhatikan Gracie Hart secara keseluruhan, sekaligus memperlihatkan latar ruangan yang digunakan. Sedangkan, *Close Up* memperlihatkan raut wajah dan gestur yang ditunjukkan oleh tokoh-tokoh secara lebih dekat.

Konflik yang terjadi pada adegan ini adalah Gracie Hart kebingungan untuk merias dirinya sendiri karena Victor sudah tidak membantunya lagi karena mengikuti arahan dari agen FBI, dan teman-temannya yang mengetahui Gracie Hart kesulitan mencari *lipstick* karena Gracie Hart tidak tahu bentuk *lipstick* seperti apa, akhirnya Cheryl Frasier panik dan meminta tolong teman-temannya yang lain untuk membantu Gracie Hart.

Dialog yang menggambarkan solidaritas yaitu Cheryl Frasier yang mengkhawatirkan Gracie Hart “Apa ada yang melihat Gracie? Tak bisa kupercaya dia melewatkan latihan gaunnya” dan saat Gracie Hart datang Cheryl Frasier langsung menghampirinya “Kau perlu bantuan?” setelah itu pada saat Gracie Hart kebingungan mencari *lipstick*

karena ia tidak tahu bentuk *lipstick* seperti apa, Cheryl Frasier pun berkata “Nona-nona!” Cheryl Frasier memanggil teman-temannya yaitu, Alana Krewson, Karen Krantz, Leslie Davis dan Mary Jo Wright untuk segera membantu Gracie Hart.

Karakter yang ditunjukkan Gracie Hart menunjukkan karakter yang kebingungan dan kesulitan. Sedangkan, Cheryl Frasier menunjukkan karakter yang penuh perhatian kepada Gracie Hart dan menunjukkan karakter yang ringan tangan dengan meminta tolong Alana Krewson, Karen Krantz, Leslie Davis dan Mary Jo Wright untuk segera menolong Gracie Hart. Pada kode karakter ini terdapat solidaritas kepedulian terhadap sesama dan saling menolong saat seseorang berada dalam keadaan kesulitan.

c. Level Ideologi

Dapat dilihat dari level realitas berupa kode kostum berupa Gracie Hart menggunakan *crewneck* berwarna hitam, sedangkan Cheryl Frasier, Alana Krewson, Karen Krantz, Mary Jo Wright dan Leslie Davis menggunakan pakaian kamsol dan jubah berbahan *silk*. Kemudian, terdapat kode gaya bicara yaitu berupa Cheryl Frasier menunjukkan gaya berbicara yang memperlihatkan rasa khawatir karena Gracie Hart belum muncul untuk latihan gaun, tampilannya berantakan dan belum menggunakan riasan. Gracie Hart pada adegan ini memiliki gaya berbicara yang terbata-bata namun cepat. Kode gestur berupa Gracie Hart adalah menundukkan kepalanya, Cheryl Frasier yang memiringkan kepalanya dan juga menunjukkan raut wajah yang panik dan tangannya yang digerakkan untuk mengajak teman-temannya yang juga menunjukkan raut wajah terkejut untuk menolong Gracie Hart yang kesulitan dengan riasannya.

Selanjutnya, pada level representasi berupa kode kamera dengan sudut pengambilan *Close Up* dan *Medium Shot* yang menunjukkan kostum yang mereka gunakan, seperti Gracie Hart menggunakan *crewneck* dan teman-temannya menggunakan kamsol dan jubah berbahan *silk*, selain itu dalam kode kamera juga memperlihatkan gestur yang ditunjukkan oleh Gracie Hart, Cheryl Frasier, Mary Jo Wright, Alana Krewson, Leslie Davis dan Karen Krantz, selanjutnya kode konflik yaitu berupa Gracie Hart ditinggal oleh Victor Meiling seseorang yang selalu meriasnya, namun saat ditinggal olehnya Gracie Hart menjadi kebingungan untuk merias dirinya sendiri Gracie Hart terlihat berantakan dan kesulitan untuk mencari *lipstick*. Kemudian, terdapat kode dialog berupa Cheryl Frasier yang mengkhawatirkan Gracie Hart “Apa ada yang melihat Gracie? Tak bisa kupercaya dia melewatkan latihan gaunnya” dan saat Gracie Hart datang Cheryl Frasier langsung menghampirinya “Kau perlu bantuan?” setelah itu pada saat Gracie Hart kebingungan “Tidak aku baik-baik saja. Aku hanya ingin tahu mana salah satu dari ini yang merupakan *lipstick*” Cheryl Frasier pun berkata dengan panik

“Nona-nona!” Cheryl Frasier memanggil teman-temannya untuk segera membantu Gracie Hart. Kode karakter pada Gracie Hart kebingungan dan kesulitan. Sedangkan, Cheryl Frasier menunjukkan karakter yang penuh perhatian kepada Gracie Hart dan menunjukkan karakter yang ringan tangan dengan meminta tolong Alana Krewson, Karen Krantz, Leslie Davis dan Mary Jo Wright. Maka, solidaritas yang tampak adalah solidaritas mekanik.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah diteliti, dapat disimpulkan bahwa di dalam film *Miss Congeniality* mayoritas nilai-nilai solidaritas yang sering muncul adalah solidaritas mekanik. Solidaritas mekanik dapat terlihat pada level representasi kode konflik, kode dialog dan kode karakter. Kode konflik menunjukkan konflik atau masalah yang terjadi di dalam film yang menjadi sebuah titik temu adanya solidaritas. Kode dialog menunjukkan perbincangan di dalam film yang membantu menjelaskan fokus kalimat yang dibicarakan oleh para tokoh yang dapat menggambarkan solidaritas. Kode karakter menunjukkan karakter para tokoh yang menggambarkan kepribadian yang menunjukkan solidaritas sesuai dengan konflik yang di hadapi.

Berdasarkan kode konflik, kode dialog, dan kode karakter, konsep solidaritas yang terdapat di film *Miss Congeniality* selaras dengan penerapan teori Emile Durkheim, di mana dari kode-kode yang telah dipaparkan terdapat nilai-nilai solidaritas yang sesuai dengan ideologi Emile Durkheim.

SARAN

Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat melihat sisi-sisi lain dari perilaku sosial yang digambarkan di dalam sebuah film maupun media lainnya atau di sebuah lingkungan yang realitas tentang solidaritas yang terjadi di dalam masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] P. E. Wardani and S. Yuniariyah, *Sistem Sosial, Solidaritas, dan Pemberdayaan Masyarakat*. Jakarta: GUEPEDIA, 2021.
- [2] M. R. Sofyan, Z. Abidin, and F. M. Lubis, “Makna Solidaritas dalam Film IT Chapter Two [The meaning of solidarity in IT Chapter Two],” *Jurnal Semiot.*, vol. 15, no. 2, pp. 2579–8146, 2021, doi: 10.30813/s:jk.v15i2.2881.g2190.
- [3] M. C. B. Umanailo, “Emile Durkheim,” *Res. Gate*, vol. 1, no. 1, pp. 1–6, 2019, [Online]. Available: https://www.researchgate.net/publication/336753421_EMILE_DURKHEIM
- [4] H. Ngilimun, *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Praktis*. Banjarmasin: Pustaka Banua, 2017.
- [5] R. Khomsahria, *Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Grasindo, 2016.
- [6] R. Haqu and T. A. Pramonojati, “Representasi Terorisme Dalam Dua Adegan Film Dilan 1990 Dengan Analisis Semiotika John Fiske,” *Rekam J. Fotogr. Telev. Animasi*, vol. 18, no. 1, pp. 67–80, 2022.
- [7] T. Hanandry, “Ilustrasi Sebagai Bahasa Komunikasi Audio Visual Film, Televisi Dan Animasi,” *CandraRupa J. Art, Des. Media*, vol. 1, no. 1, pp. 28–31, 2019, doi: 10.37802/candrarupa.v1i1.34.
- [8] T. Uniwara, *Prosiding Transformasi Pembelajaran Nasional Vol 1: “Peluang dan Tantangan Pembelajaran Digital Di Era Industri 4.0 Menuju Era 5.0 .”* Jakarta: Prosiding Transformasi Pembelajaran Nasional (Pro-Trapenas), 2021.
- [9] P. Javandalasta, *5 Hari Mahir Bikin Film*. Malang: Batik Publisher, 2021.
- [10] T. Turiman, “Analisis Semiotika Hukum Terhadap Lambang Negara Republik Indonesia,” *J. Huk. Pembang.*, vol. 44, no. 3, pp. 338–372, 2016, [Online]. Available: <https://jurnal.hukumonline.com/download/5cb49e1201fb73001038d0f2>
- [11] A. Alwi, “Solidaritas Masyarakat Multikultural dalam Menghadapi Covid-19,” *Pros. Nas. Covid-19*, pp. 33–36, 2020, [Online]. Available: <https://ojs.literacyinstitute.org/index.php/prosiding-covid19/article/view/40/26>
- [12] S. Saidang and S. Suparman, “Pola Pembentukan Solidaritas Sosial dalam Kelompok Sosial Antara Pelajar,” *Edumaspul J. Pendidik.*, vol. 3, no. 2, pp. 122–126, Oct. 2019, doi: 10.33487/edumaspul.v3i2.140.
- [13] N. A. Pinontoan, “Representasi Patriotisme Pada Film Soegija (Analisis Semiotika John Fiske),” *Avant Garde*, vol. 8, no. 2, pp. 191–206, 2020, doi: 10.36080/ag.v8i2.1226.
- [14] D. E. Wijaya, “Analisis Semiotika Kecanduan Merokok di Film Dokumenter ‘Darurat! Sekolah Dikepung Iklan Rokok,’” *J. Discourse Media Res.*, vol. 1, no. 01, pp. 13–27, 2022, [Online]. Available: <https://journal.rc-community.com/index.php/JDMR/article/view/13>
- [15] N. Y. A. Harahap, N. Harahap, and S. Abidin, “Analisis Semiotika John Fiske Dalam Ketidaksetaraan Gender Pada Film Dangal 2016,” *SIBATIK J. J. Ilm. Bid. Sos. Ekon. Budaya, Teknol. dan Pendidik.*, vol. 2, no. 4, pp. 1117–1126, 2023, doi: 10.54443/sibatik.v2i4.725.
- [16] Torch.id, “Apa Itu Crewneck dan Perbedaannya dengan Sweater?,” 2023. <https://torch.id/blogs/news-and-updates/apa-itu-crewneck> (accessed Jan. 19, 2024).
- [17] D. Antonius, *Gesture (The Secret Of Body Language and Facial Expression)*. Jakarta: Komunitas Psikologi Digital (PsikologiID), 2019.

Analisis *Mise En Scene* dalam Interaksi Tokoh Yuni dengan Para Tokoh Antagonis pada film *Yuni*

Sutari Puspa Sucita¹, Donie Fadjar Kurniawan²

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

Email: puspasucitaa@gmail.com¹

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

Email: donie.fadjar.k@gmail.com²

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

Abstrak: Film *Yuni* merupakan film dengan isu ‘perempuan’ yang rilis di bioskop pada 9 Desember 2021, kemudian tayang di *platform streaming* resmi Disney+ Hotstar pada 21 April 2022. Tujuan penelitian ini menjelaskan penggunaan analisis salah satu elemen *mise en scene* yang ada dalam interaksi tokoh Yuni dengan para tokoh antagonis. Penelitian ini menggunakan film *Yuni* sebagai objek penelitian dengan berfokus pada interaksi tokoh Yuni dengan para tokoh antagonis. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui observasi dan studi pustaka. Analisis data dilakukan dengan menggunakan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil dari analisis beberapa unsur *mise en scene* di penelitian ini diketahui unsur akting berperan penting sebagai media para tokoh menyampaikan pesandari naskah. Selanjutnya dilakukan analisis interaksi tokoh sehingga dapat diketahui terdapat relasi antara Yuni dengan para tokoh antagonis yang menunjukkan interaksi fisik, verbal, maupun emosional.

Kata Kunci: *Acting*; Film *Yuni*; Interaksi; *Mise En Scene*

Abstract: *The film Yuni is a film with a 'female' issue which was released in cinemas in December 9th 2021, then broadcast on the official Disney+ Hotstar streaming platform on April 21st, 2022. The aim of this research is to explain the use of analysis of one of the mise en scene elements in the character Yuni's interaction with the antagonists. This research uses the film Yuni as the research object by focusing on the interaction of the character Yuni with the antagonist characters. The method used is descriptive qualitative. Data collection techniques in this research were carried out through observation and literature study. Data analysis was carried out using data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results of the analysis of several mise en scene elements in this research show that acting elements play an important role as a medium for the characters to convey messages from the script. Next, an analysis of character interactions is carried out so that it can be seen that there are relationships between Yuni and the antagonists who show physical, verbal and emotional interactions.*

Keywords: *Acting*; *Interaction*; *Mise En Scene*; *Yuni's Film*

PENDAHULUAN

Film fiksi memiliki konsep pengadeganan yang telah dirancang dari awal [1]. Banyak pembuat film menggunakan film fiksi sebagai media kritik karena dianggap memiliki pengaruh yang kuat dalam membawakan pesan, sutradara memproduksi film untuk menyampaikan isu sosial yang terjadi di tengah masyarakat. Film merekam realitas yang tumbuh berkembang dalam masyarakat dan kemudian memproyeksikan hal tersebut ke dalam layar [2]. Kamila Andini merupakan salah satu sutradara yang kerap menyinggung berbagai isusosial khususnya tentang isu perempuan melalui film yang digarapnya. Film *Yuni* menjadi salah satu film dengan isu perempuan yang disutradarai oleh Kamila Andini dan rilis di bioskop pada tanggal 9 Desember 2021. Film *Yuni* diproduksi di bawah naungan

production house Fourcolours Films. [3].

Film *Yuni* menceritakan bagaimana sebab akibat budaya patriarki dari segi budaya, pendidikan, dan juga agama yang masih banyak terjadi terutama di daerah pelosok. Dampak dari adanya bentuk patriarki adalah perempuan yang tidak bisa menyuarakan haknya mengenai pendidikan, pernikahan, dan banyak hal dalam hidupnya. Patriarki berasal dari kata patriarkat yang memiliki arti sebuah struktur yang menempatkan peran seorang laki-laki sebagai penguasa tunggal, sentral, dan segala-galanya [4]. Salah satu dampak budaya patriarki adalah maraknya pernikahan dini akibat perjudohan. Berdasarkan data UNICEF, Indonesia menduduki peringkat ke-8 di dunia dan ke-2 di ASEAN dengan jumlah pernikahan dini terbanyak [5]. Selain karena sebab budaya patriarki,

pernikahan dini juga disebabkan oleh kurangnya *sex education* atau pengetahuan tentang seksualitas, sehingga banyak remaja yang melakukan hubungan seksual karena rasa penasaran dan coba-coba yang berakhir dengan hamil di luar nikah dan dinikahkan paksa.

Yuni yang merupakan tokoh utama film *Yuni* mendapatkan pertentangan kuat dalam mencapai tujuannya dengan berbagai permasalahan baik dari tokoh antagonis laki-laki maupun perempuan. Penelitian ini menggunakan analisis *mise en scene* [6], [7], [8] dan teori interaksi sosial untuk mendapatkan pemahaman mendalam mengenai interaksi tokoh Yuni dengan para tokoh antagonis. Analisis *mise en scene* pada interaksi tokoh Yuni dengan para tokoh antagonis dilakukan dengan mengamati tindakan dan juga dialog yang diucapkan para tokoh. Istilah *mise en scene* mengacu pada seluruh tampilan dan suasana yang dihadirkan dalam film baik segala yang bisa didengar, dilihat, dan dirasakan oleh penonton [9].

Penelitian ini mengkaji mengenai berbagai interaksi tokoh Yuni dengan para tokoh antagonis dalam film *Yuni* sebagai upayanya mempertahankan hak perempuan yang memiliki kendali atas hidupnya. Isu dalam film ini membahas mengenai patriarki yang masih marak terjadi, sehingga dapat menjadi salah satu bentuk dukungan untuk terus menyuarakan kesetaraan *gender* di semua lapisan masyarakat. Penokohan setiap karakter pada film *Yuni* disuguhkan detail dengan tekanan yang khas di setiap tokohnya.

Batasan permasalahan dalam penelitian ini yaitu: bagaimana *mise en scene* dalam interaksi tokoh Yuni dengan para tokoh antagonis pada film *Yuni*.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif naratif. Pendekatan naratif dalam metode penelitian kualitatif bertujuan menampilkan kehidupan seseorang secara naratif dan kronologis [10], [11]. Dalam penelitian ini pendekatan naratif ditampilkan melalui kehidupan dari seseorang perempuan bernama Yuni yang disajikan secara naratif dan kronologis [12]. Dimulai dari tokoh Yuni yang berusia 17 tahun saat ia duduk di bangku SMA kelas 2 dan diakhiri dengan Yuni menikah di usia 18 tahun. Objek penelitian ini adalah film *Yuni* yang disutradarai oleh Kamila Andini. Film *Yuni* merupakan film fiksi bergenre drama garapan *Fourcolours* Film yang rilis dan tayang di bioskop pada tanggal 9 Desember 2021.

Penelitian ini membahas bagaimana *mise en scene* dalam interaksi tokoh Yuni dengan para tokoh antagonis pada film *Yuni*. Data primer dalam penelitian ini adalah film *Yuni* yang ditonton secara berulang di *platform streaming* Disney+ Hotstar selama melakukan penelitian yang dimulai pada bulan Mei 2023 sampai penelitian ini selesai

dilakukan yaitu pada bulan Oktober 2023. Penelitian ini juga menggunakan data sekunder yang diantaranya artikel, buku, hasil penelitian terdahulu, dan juga naskah publikasi. Beberapa sumber studi pustaka tersebut berguna untuk mendapatkan informasi tambahan sesuai kebutuhan penelitian yang tidak tersedia dalam film, hal tersebut diantaranya profil pemain tokoh di film *Yuni*, penghargaan yang diraih oleh film yang diteliti, dan juga penjelasan tentang analisis interaksi tokoh menggunakan *mise en scene*. Sampel dalam penelitian kualitatif ditentukan secara *purposive* sehingga sampel penelitian tidak perlu mewakili populasi. *Purposive sampling* merupakan teknik pengambilan *sample* sumber data dengan pertimbangan tertentu [11]. Pemilihan *sample* yang digunakan sebagai data penelitian ini adalah setiap *scene* yang terdapat interaksi antara tokoh Yuni dengan para tokoh antagonis, baik ditunjukkan melalui dialog antar tokoh maupun tingkah laku setiap tokoh. Penggunaan *purposive sampling* dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagian dalam film *Yuni* mana saja yang mengandung interaksi tokoh Yuni dengan para tokoh antagonis. Sampling dalam penelitian ini diperoleh dari 12 *scene* yang memenuhi *purposive* di atas yaitu pada *scene* 5, 20, 21, 25, 28, 30, 51, 57, 67, 68, 70, dan 76.

Teknik pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan observasi dan studi pustaka, observasi dilakukan dengan mengamati interaksi tokoh Yuni dengan para tokoh antagonis pada film *Yuni* secara berulang, sedangkan kebutuhan data yang bisa ditemukan dalam studi pustaka antara lain penggunaan *mise en scene*, penokohan dalam film, dan juga jurnal-jurnal tentang interaksi tokoh. Analisis data dalam penelitian dilakukan dengan reduksi data, penyajian data, dan penarikan simpulan atau verifikasi [11].

Reduksi data pada penelitian ini adalah dengan mengamati film *Yuni* dan menyeleksi *scene* yang mengandung interaksi tokoh Yuni dengan tokoh antagonis sehingga data dalam bentuk potongan gambar beserta keterangan *scene* yang dilengkapi dengan *timecode* dan cuplikan dialog dari film *Yuni* yang mendeskripsikan interaksi antara tokoh Yuni dengan tokoh antagonis pada film *Yuni*. Setelah melewati proses reduksi dan penyajian data, maka dapat ditarik kesimpulan dengan verifikasi agar dapat dipertanggungjawabkan dan menjadi penelitian yang kredibel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah melakukan analisis *mise en scene* terhadap *scene* yang mengandung interaksi tokoh Yuni dengan para tokoh antagonis pada film *Yuni*, Tabel 1. menunjukkan 12 *scene* terpilih yang menjadi data penelitian:

Tabel 1. *Scene* Film Yuni

Sekuen	: 1
Scene	: 5

Adegan	: Yuni dipanggil ke ruang guru karena temannya curiga Yuni yang mencuri tali rambutnya yang hilang
<i>Timecode</i>	: 0:03:10 – 0:04:00
Sekuen	: 5
Scene	: 20
Adegan	: Yuni dilamar Iman
<i>Timecode</i>	: 0:30:32 - 0:31:39
Sekuen	: 5
Scene	: 21
Adegan	: Yuni diberikan ucapan selamat oleh bu Kokom (pemilik warung) perihal lamaran.
<i>Timecode</i>	: 0:31:40 - 0:32:54
Sekuen	: 5
Scene	: 23
Adegan	: Teman-teman nenek Yuni menanyakan perihal lamaran Iman dan menyarankan Yuni menerimanya
<i>Timecode</i>	: 0:39:16 - 0:41:31
Sekuen	: 6
Scene	: 28
Adegan	: Yuni menemui Iman dan menolak lamarannya.
<i>Timecode</i>	: 0:42:17 - 0:43:50
Sekuen	: 6
Scene	: 30
Adegan	: Yuni mendengar siswi lain bergosip tentang dirinya yang menolak lamaran
<i>Timecode</i>	: 0:44:11 - 0:45:05
Sekuen	: 11
Scene	: 51
Adegan	: Teman-teman Yuni membicarakan tentang lamaran
<i>Timecode</i>	: 1:11:22 - 1:11:45
Sekuen	: 12
Scene	: 57
Adegan	: Yuni menolak lamaran mang Dodi
<i>timecode</i>	: 1:21:52 - 1:23:43
Sekuen	: 15
Scene	: 67
Adegan	: Pak Da Mar datang ke rumah Yuni
<i>Timecode</i>	: 1:30: 18 - 1: 31:41
Sekuen	: 15
Scene	: 68
<i>Timecode</i>	: 1:32:55 - 1:33:29
Sekuen	: 18
Scene	: 76
Adegan	: Pak Damar membujuk Yuni agar menerima lamarannya
<i>Timecode</i>	: 1:42:16 - 1:43:40

Pembahasan Visualisasi Interaksi Tokoh Yuni dengan Para Tokoh Antagonis



Gambar 1. Iman Melamar Yuni
(Timecode 0:30:32 - 0:31:39)

Aktng yang ditunjukkan Yuni pada *scene* 20 dimulai saat Yuni sepulang sekolah yang bingung melihat ada banyak sandal di depan rumahnya sambil terus berjalan dari teras ke arah pintu, kebingungan ini ditunjukkan melalui pandangannya yang melihat sandal di depan rumahnya dengan tatapan ingin tahu. Ekspresi wajah yang bingung juga ditunjukkan ketika menyalami keluarga Iman sambil melihat wajah mereka satu persatu dan juga ketika menguping pembicaraan neneknya dengan keluarga Iman. Yuni yang masih kebingungan ditunjukkan dengan dahi mengerut berusaha menguping pembicaraan keluarga Iman dengan neneknya.

Pergerakan beserta gestur tersebut merupakan gambaran kebingungan Yuni dengan apa yang terjadi. Gesturnya yang menguping denganmendekatkan telinganya ke tembok dekat tembok balik ruang tamu merupakan usahanya mencari tahu alasan Iman dan keluarganya datang ke rumahnya.

Aktng yang ditunjukkan Iman pada *scene* ini adalah duduk dan mendengarkan dialog ayahnya dengan nenek Yuni. Ketika Yuni memasuki rumah dan menyalaminya, Iman tersenyum sembari melihat Yuni. Ditutup ketika orang tua Iman berpamitan, Iman terus memperhatikan keberadaan Yuni sambil terus tersenyum.

Pergerakan dan gestur tersebut menunjukkan ketertarikan terhadap Yuni sekaligus gambaran kepercayaan dirinya bahwa lamarannya akan diterima.



Gambar 2. Teman-teman Nenek Bertanya Keputusan Yuni Mengenai Lamaran Iman

(Timecode 0:39:16 - 0:41:31)

Akting yang ditunjukkan Yuni pada *scene 25* dimulai ketika ia berjalan di depan nenek dan teman-temannya sambil membungkuk saat ia hendak mengambil buku di ruangan yang sama, kemudian menjawab pertanyaan mengenai keputusannya perihal lamaran Iman dengan menutupi kecanggungan dan berusaha sopan dan lembut. Pergerakan dan gestur ini dapat diartikan bahwa dirinya adalah anak yang menghormati keberadaan orang yang lebih tua darinya.

Sikap Yuni yang diam dan memilih pergi ketika disindir oleh teman-teman neneknya menunjukkan dirinya adalah anak yang tau batasan dalam berkomunikasi dengan orang yang lebih tua dan menghargai bentuk penolakan dari orang lain atas keputusannya.

Akting yang ditunjukkan teman-teman nenek Yuni yaitu saling sahut untuk menasihati Yuni dalam mengambil keputusan perihal lamaran dan pandangan mereka soal pendidikan bagi perempuan. Pergerakan dan gestur ini menunjukkan bahwa adanya perbedaan pendapat antara Yuni dengan teman-teman neneknya dalam memutuskan jawaban untuk lamaran Iman. Teman-teman nenek Yuni berusaha menasihati Yuni dengan kepercayaan mereka sejak dulu tanpa memikirkan hak Yuni dalam memilih apa yang akan dia putuskan dalam hidupnya sendiri.



Gambar 3. Yuni ditanyai Keputusannya Mengenai Lamaran Iman
(Timecode 1:11:22 - 1:11:45)

Akting yang melibatkan Yuni dan teman-temannya diperlihatkan melalui ekspresi wajah saat mereka berdialog. Akting yang ditunjukkan Yuni pada *scene 51* adalah menjawab pertanyaan teman-temannya tentang lamaran kedua sambil bersandar ke tembok toilet dengan tatapan kosong. Pergerakan dan gestur ini dapat diartikan kondisi Yuni yang sedang menutupi kekhawatirannya dengan nasib yang harus ia jalani ke depannya. Akting yang ditunjukkan teman-teman Yuni yaitu bertanya mengenai lamaran kedua sambil membicarakan mitos tersebut tanpa berusaha menjaga perasaan Yuni. Pergerakan dan gestur ini dapat menunjukkan hubungan pertemanan mereka yang tidak akrab.



Gambar 4. Yuni Menolak Lamaran Iman
(Timecode 1:21:52 - 1:23:43)

Akting yang ditunjukkan Yuni pada *scene 57* adalah mengembalikan uang mahar kepada Mang Dodi dan meminta maaf karena bukan orang tuanya yang datang. Ketika menolak lamaran Mang Dodi, gestur yang ditunjukkan Yuni adalah dengan melipat tangannya di dada dan bersandar pada tembok serta menghindari kontak mata dengan Mang Dodi. Pergerakan dan gestur ini merupakan gambaran dari sikap Yuni yang kalut dengan apa yang terjadi padanya.

Akting yang ditunjukkan Mang Dodi adalah hendak menambah jumlah uang mahar asal lamarannya diterima. Pergerakan dan gestur ini merupakan gambaran dari sifatnya yang beranggapan semua hal bisa dibeli dengan uang. Ekspresi terkejut terlihat dari dahinya yang berkerut dan bibirnya yang terus mengucap *istigfar* saat Yuni menolak lamarannya dengan alasan sudah tidak perawan.



Gambar 5. Pak Damar Melamar Yuni
(Timecode 1:31:42 - 1:32:43)

Akting Yuni pada *scene 68* adalah bagaimana respons Yuni yang terlihat dari muka datar, bibir melongo, tatapan kosong, dan nafas yang tidak beraturan saat Pak Damar melamarnya. Pergerakan dan gestur ini dapat diartikan kondisi Yuni yang tertekan dan tidak menyangka Pak Damar akan mengambil keputusan ini untuk menyelamatkan dirinya sendiri.

Akting yang ditunjukkan Pak Damar dimulai ketika memutuskan melamar Yuni dan meminta keluarganya merahasiakan lamaran tersebut. Pak Damar juga berjanji akan mendukung semua cita-cita Yuni, janji-janji tersebut diucapkan dengan tekanan nada yang tegas dan berat serta alis yang menyatu. Pergerakan dan gestur ini dapat diartikan usaha Pak Damar meyakinkan keluarga Yuni bahwa dia adalah yang terbaik untuk Yuni, hal ini dilakukan

untuk kepentingan pribadi Pak Damar tanpa memikirkan perasaan dan masa depan Yuni apabila menikah dengannya.

KESIMPULAN

Tokoh Yuni merupakan tokoh utama yang dalam perjalanan memperjuangkan cita-citanya mendapatkan banyak tekanan dari orang sekitarnya baik oleh kaum laki-laki maupun perempuan, mereka memiliki kepentingan untuk menghalangi Yuni dalam memperjuangkan cita-citanya yang ingin melanjutkan studinya ke jenjang kuliah. Tokoh Yuni memandang tokoh yang menghalanginya sebagai tokoh antagonis. Yuni merupakan seorang remaja yang sedang menempuh pendidikan di bangku SMA. Yuni tinggal bersama dengan neneknya di sebuah kampung yang masyarakatnya masih menganut budaya patriarki. Berbagai sisi kehidupannya Yuni banyak menemui dampak dari adanya patriarki. Penelitian ini mendapatkan sampel yang digunakan untuk data penelitian dari film Yuni yang di akses secara resmi pada platform streaming Disney+ Hotstar. Sampel pada penelitian ini berjumlah 12 interaksi tokoh Yuni dengan tokoh antagonis pada film *Yuni*. 12 sampel tersebut berisi 12 tokoh antagonis yang memiliki interaksi dengan tokoh Yuni diantaranya tokoh Norma, Iman, Bi Kokom, teman-teman neneknya (3), teman-teman kelasnya (4), Mang Dodi dan Pak Damar. Penelitian dilakukan dengan menganalisis elemen acting yang ada pada 12 sampel. Elemen acting yang digunakan sebagai alat analisis didapat dengan mengombinasikan pembahasan *mise en scene* dari buku 'Memahami Film Edisi 2' karya Himawan Pratista dan juga buku 'Looking at Movies' karya Richard Barsam dan Dave Monahan. Hasil menganalisis elemen acting ini kemudian dirangkum ke dalam motif interaksi, jenis interaksi (interaksi fisik, verbal, dan emosional), dan bentuk interaksi (asosiatif dan disosiatif). Hasil dari pembahasan yang membahas *mise en scene* dan interaksi tokoh pada bab 3 adalah semua unsur *mise en scene* berperan untuk memvisualisasikan unsur naratif dan sinematik dari naskah ke dalam film. Melalui penelitian ini dapat diketahui acting berperan penting untuk membawakan pesan melalui dialog dan juga tingkah lakunya sehingga, acting seorang aktor mempengaruhi makna seperti apa yang akan diterima oleh penonton.

SARAN

Analisis '*mise en scene*' dalam interaksi tokoh Yuni dengan tokoh antagonis pada film Yuni pada penelitian ini berjalan dengan lancar. Meskipun begitu hal tersebut tidak menutup kemungkinan terdapat kekurangan dalam penelitian ini diantaranya karena masih minimnya literatur yang membahas penjelasan mengenai *mise en scene* terutama bagian pergerakan pemain sehingga menghambat proses penelitian. Solusi untuk meminimalisir kesalahan pada dari kekurangan pada penelitian ini adalah

dengan melakukan kombinasi dari dua buku yang membahas mengenai *mise en scene* sehingga memperkuat landasan teori serta alat analisis dan menghasilkan penelitian yang lebih *valid*. Penelitian serupa dapat menggunakan teori *dramaturgi Goffman* yaitu penafsiran makna oleh individu maupun kelompok yang diperlihatkan melalui ekspresi dan tingkah laku tokoh setelah melakukan interaksi dengan orang lain. Selama melakukan analisis pada penelitian ini, ditemukan tanda-tanda tersirat dalam film *Yuni* sehingga penelitian selanjutnya dapat menggunakan teori analisis semiotika untuk menemukan makna tanda yang ada dalam film.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] H. Pratista, *Memahami Film Edisi 2*, 2nd ed. Yogyakarta: Montase Press, 2017.
- [2] A. Sobur, *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003.
- [3] Z. Fan, "Yuni – forkafilms.com," forka films. Accessed: Dec. 22, 2023. [Online]. Available: <https://forkafilms.com/yuni/>
- [4] A. Rokhmansyah, *Pengantar Gender dan Feminisme*. Yogyakarta: Garudhawaca, 2016.
- [5] A. Maulana, "Hari Perempuan Internasional, Fakta Tingginya Pernikahan Dini, dan Dorongan untuk Terus Berkarya – Universitas Padjadjaran," Universitas Padjadjaran. Accessed: Dec. 22, 2023. [Online]. Available: <https://www.unpad.ac.id/2023/03/hari-perempuan-internasional-fakta-tingginya-pernikahan-dini-dan-dorongan-untuk-terus-berkarya/>
- [6] B. Jeon, "VR & Changes in Cinematic Storytelling - Focusing on film composition unit, montage, space, mise-en-scène and perspective," *Journal of Korea Multimedia Society*, vol. 21, no. 8, pp. 991–1001, 2018.
- [7] et al Kvisgaard, Adam, "Frames to zones: Applying mise-en-scene techniques in cinematic virtual reality," *Workshop on Everyday Virtual Reality (WEVR)*, 2019.
- [8] & J.-H. C. Lee, Lang-Goo, "A Study on Visual Mise-en-Scene of VR Animation," *Journal of digital convergence* 15.9, pp. 407–413, 2017.
- [9] D. & B. R. Monahan, *Looking at Movies*. New York: W.W. Norton & Company, 2004.
- [10] J. W. Creswell, *Research Design : Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (Third Edition)*. USA: SAGE Publications Inc, 2009.
- [11] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2019.
- [12] D. F. Ratnasari, Mentari & Kurniawan, "Visualisasi Kasih Sayang Ibu dalam Adegan Film Folklore: A Mother's Love," *CandraRupa: Journal of Art, Design, and Media*, vol. 2, no. 2, 2023.

Persepsi Audiens Terhadap Logo “Pempek Nyonya Kamto”

Agustina Kusuma Dewi¹, Meisri Savitri Maulani²

¹Program Studi Desain Komunikasi Visual, Institut Teknologi Nasional Bandung, Bandung, Indonesia

Email: agustina@itenas.ac.id

²Program Studi Desain Komunikasi Visual, Institut Teknologi Nasional Bandung, Bandung, Indonesia

Email: meisri.savitri@mhs.itenas.ac.id

*Penulis Korespondensi: E-mail: agustina@itenas.ac.id

Abstrak: Logo yang digunakan oleh Pempek Nyonya Kamto memegang peran yang signifikan sebagai penanda identitas suatu entitas di mata masyarakat. Penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif ini bertujuan untuk mengidentifikasi persepsi audiens terhadap logo "Pempek Nyonya Kamto". Metode penelitian melibatkan instrumen kuesioner berbasis digital yang menggunakan *Google Form* dengan teknik sampling bertujuan dan observasi; serta triangulasi sumber data dengan merujuk pada literatur yang relevan. Dari hasil penelitian, disimpulkan bahwa logo dengan desain dan ikonografi khusus mampu mencerminkan identitas produk atau merek, memastikan pengenalan dan ingatan oleh publik. Lebih dari sekadar simbol visual, logo berfungsi sebagai saluran untuk menyampaikan informasi strategis kepada audiens. Kesederhanaan logo "Pempek Nyonya Kamto" menjadikan proses pengenalan dan pengingatan lebih mudah, terutama terkait dengan posisi produk sebagai produk kuliner. Pentingnya penggunaan logo yang konsisten dalam strategi merek menjadi kunci untuk membangun identitas yang kuat dan memengaruhi persepsi publik.

Kata Kunci: Komunikasi Visual; Logo; Persepsi; Rekognisi

Abstract: *The logo used by Pempek Nyonya Kamto plays a significant role as a marker of identity for an entity in the eyes of the public. This qualitative descriptive research aims to identify audience perceptions of the "Pempek Nyonya Kamto" logo. The research method involves a digital questionnaire instrument using Google Forms with purposive sampling technique and observation, as well as data source triangulation by referring to relevant literature. From the research findings, it is concluded that a logo with specific design and iconography can reflect the identity of a product or brand, ensuring recognition and recall by the public. More than just a visual symbol, the logo serves as a channel for conveying strategic information to the audience. The simplicity of the "Pempek Nyonya Kamto" logo makes recognition and recall easier, especially regarding the product's position as a culinary product. The importance of consistent logo usage in brand strategy is key to building a strong identity and influencing public perception.*

Keywords: *Visual Communication; Logo; Perception; Recognition*

PENDAHULUAN

Pada dasarnya, istilah "logo" berasal dari bahasa Yunani kuno, khususnya dari istilah "Logos," yang mengandung makna seperti pikiran, kata, alasan, dan ucapan. Menariknya, kata "logo" itu sendiri berasal dari istilah "*logotype*," yang awalnya digunakan antara tahun 1810 dan 1840 [1]. Awalnya, istilah ini mengacu pada tindakan menulis nama entitas menggunakan teknik penulisan huruf tertentu atau jenis huruf yang khas. Pada awalnya, *logotype* ini dibuat menggunakan elemen tunggal representasi teks. Namun, seiring perkembangan berlanjut, logo diisi dengan lebih banyak kreativitas, termasuk

kombinasi berbagai komponen, termasuk gambar, ilustrasi, dan sejenisnya [1]. Sebuah logo adalah representasi visual yang terdiri dari teks, sketsa, atau gambar yang memiliki makna khusus dan berfungsi untuk melambangkan identitas berbagai entitas, termasuk institusi, organisasi, perusahaan, wilayah, negara, atau produk [1].

Umumnya, sebuah logo menggambarkan

filosofi yang berbeda dan kerangka dasar dalam bentuk konsep yang bertujuan untuk membentuk karakter yang independen [2]. Selain itu, setiap jenis logo harus memiliki karakteristik yang berbeda untuk membedakannya dari yang lain, mencakup bentuk dan warna. Logo yang dipilih mengungkapkan kualitas secara simbolis, seperti pendekatan budaya perusahaan, posisi strategis, atau aspirasi yang melekat. Logo adalah salah satu elemen penting dalam desain grafis yang memiliki peran signifikan dalam berbagai konteks. Terlepas dari ukurannya yang sering kali kecil, logo memiliki kekuatan luar biasa untuk berkomunikasi dengan audiensnya.

Setiap logo memiliki makna yang terkandung di dalamnya. Makna ini muncul melalui berbagai elemen dalam desain logo, seperti bentuk, warna, jenis huruf, dan simbol [3]. Sebagai contoh, logo Nike dengan centang besar di atas kata "Nike" mengkomunikasikan gerakan, kecepatan, dan kualitas. Ini menggambarkan pesan bahwa produk Nike adalah untuk orang yang aktif dan ambisius. Logo *Apple* yang terkenal adalah contoh lainnya.

Gigitan apel yang diambil dari cerita Adam dan Hawa dapat diartikan sebagai kegagalan manusia atau rasa ingin tahu yang tak terpuaskan, yang merujuk pada semangat inovasi perusahaan.

Logo adalah identitas visual suatu perusahaan atau merek. Ini adalah cara perusahaan berbicara kepada dunia luar. Sebuah logo yang kuat dan berkesan dapat menciptakan pengenalan merek yang tinggi. Beberapa logo, salah satunya McDonalds, dapat dikenali bahkan tanpa teks yang menyertainya. Logo-nya telah menjadi ciri khas yang sangat kuat dalam dunia *branding*.

Logo juga memiliki kekuatan untuk memicu emosi dan perasaan dalam audiensnya [2]. Sebagai contoh, logo berwarna merah dapat memicu perasaan semangat, gairah, atau bahkan marah. Logo berwarna biru cenderung mengkomunikasikan kedamaian, kepercayaan, dan kestabilan. Desain logo yang baik mempertimbangkan perasaan yang ingin dicapai oleh perusahaan atau organisasi dan menciptakan kesesuaian dengan itu. Logo sering kali berisi pesan simbolis yang menggambarkan filosofi, tujuan, atau sejarah sebuah perusahaan [20]. Sebagai contoh, logo *World Wildlife Fund* (WWF) yang menampilkan gambar panda adalah simbol perlindungan satwa liar. Logo ini tidak hanya menggambarkan panda sebagai spesies yang dilindungi, tetapi juga mengkomunikasikan pentingnya pelestarian alam.

Dalam dunia desain grafis, logo bukanlah sekadar gambar. Ia adalah bahasa komunikasi yang kuat. Logo dapat mengandung makna mendalam, mengidentifikasi merek, memicu emosi, dan menyampaikan pesan simbolis. Oleh karena itu, penting untuk memahami arti di balik desain logo dan bagaimana ia berbicara kepada audiensnya. Logo adalah tindak komunikasi yang mampu menggerakkan, menginspirasi, dan merangkul orang dalam sebuah gambar kecil yang sederhana.

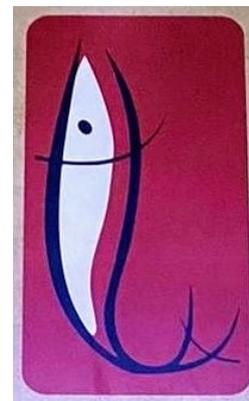
Persepsi terhadap sebuah logo juga dipengaruhi oleh pengalaman pribadi [4]. Kesederhanaan dalam desain logo sering kali memudahkan proses perseptual. Logo yang terlalu rumit atau penuh dengan detail dapat membingungkan *audiens*. Logo yang sederhana dan jelas dapat dikenali dengan cepat dan mudah. Pada jasa kuliner, kebersentuhan logo biasanya sangat erat dengan kemasan pembungkusnya; di mana interaksi antara desain kemasan konsumen dan produk adalah proses makna yang melibatkan proses visi dan pemikiran yang dipengaruhi oleh pengetahuan, referensi, pengalaman, dan latar belakang budaya. [22]

Proses perseptual dalam memahami logo melibatkan sejumlah faktor, termasuk pengenalan cepat, warna, bentuk, simbol, asosiasi, emosi, dan pengalaman pribadi [4]. Logo yang dirancang dengan baik memahami pentingnya faktor-faktor ini dan menggunakan mereka untuk berkomunikasi secara efektif dengan audiensnya. Sebuah logo yang kuat dapat menciptakan hubungan emosional dengan

merek dan memiliki dampak yang mendalam dalam dunia desain dan *branding*.

Pempek, hidangan yang digemari dari wilayah Palembang, Indonesia, telah memukau lidah para pecinta kuliner selama beberapa generasi. Di antara berbagai gaya pempek, salah satu yang unik adalah Pempek Nyonya Kamto. Keajaiban kuliner ini adalah bukti dari warisan budaya yang kaya dan kreativitas kuliner Indonesia. Pempek Nyonya Kamto membawa serta nuansa tradisi dan warisan. Istilah "Nyonya" sering digunakan untuk merujuk pada komunitas Tionghoa Peranakan di Indonesia, yang dikenal karena perpaduan budaya Tionghoa dan Indonesia. Nyonya Kamto dipercaya sebagai salah satu pelopor dalam memperkenalkan gaya pempek yang khas, menggabungkan elemen kuliner Tionghoa dan Indonesia.

Salah satu keunggulan kompetitif Pempek Nyonya Kamto adalah bahan-bahan dan metode penyajiannya yang khas. Inti dari hidangan ini terletak pada adonan berbahan dasar ikan, biasanya terbuat dari ikan tenggiri yang digiling, dicampur dengan tepung sagu, dan campuran rempah-rempah. Campuran ini kemudian dibentuk menjadi berbagai bentuk, menyerupai kue atau dumpling kecil. Salah satu variasi Pempek Nyonya Kamto yang paling ikonik adalah pempek "kapal selam". Nama ini berasal dari cara penyajiannya - telur puyuh diapit dalam adonan ikan, menciptakan kejutan yang menyenangkan ketika digigit. Pempek ini kemudian digoreng hingga kecokelatan, memberikan lapisan luar yang renyah yang berkontras dengan isi ikan yang lembut. Selain rasa yang lezat, Pempek Nyonya Kamto juga memiliki signifikansi budaya. Ini adalah simbol dari kekayaan budaya Indonesia dan perpaduan unik antara budaya Tionghoa dan Indonesia. Pempek Nyonya Kamto bukan hanya makanan lezat, tetapi juga warisan budaya yang berharga yang mencerminkan keragaman dan kreativitas kuliner Indonesia.



Gambar 1. Logo "Pempek Nyonya Kamto"
(Dewi & Maulani, 2023)

Seiring dengan kelezatan Pempek Nyonya Kamto, logo yang mewakilinya juga memiliki makna tersendiri dalam perjalanan kuliner

Indonesia. Logo ini adalah simbol kelezatan, tradisi, dan warisan yang kaya. Logo Pempek Nyonya Kamto sering menggambarkan elemen-elemen yang mengingatkan kita pada kelezatan hidangan ini. Gambaran ikan tenggiri yang lezat, tepung sagu, dan rempah-rempah sering menjadi bagian dari desain logo ini. Ikan tenggiri, sebagai bahan utama pempek, sering menjadi fokus utama dalam logo ini, menciptakan pengenalan instan terhadap hidangan yang lezat ini.

Sebuah logo mengandung informasi yang dimaksudkan untuk disebarkan kepada audiens. Informasi ini dirancang secara strategis untuk memengaruhi persepsi atau keterlibatan audiens terhadap sebuah merek. Pada dasarnya, sebuah logo bertindak sebagai saluran untuk menyampaikan informasi penting dan membentuk kesan yang diinginkan yang ingin dicapai oleh sebuah perusahaan kepada audiens [5]. Oleh karena itu, merujuk pada asumsi bahwa sebuah logo memainkan peran sebagai tindak komunikasi dalam memunculkan persepsi audiens terhadap sebuah merek, maka, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengidentifikasi persepsi audiens terhadap logo “Pempek Nyonya Kamto”; terutama pada proses rekognisi (pengenalan objek) dan *image* yang dihadirkan dari logo tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Alat pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner berbasis *web*, yakni *Google Form*, dengan tautan pertanyaan yang disebar melalui *platform* pesan kepada sampel yang bersifat *convenience* (sampel bertujuan). Penggunaan kuesioner sebagai instrumen penelitian didukung oleh telaah literatur; meskipun di Indonesia, belum banyak studi serupa yang menggali keberkaitan antara proses perseptual dan atau rekognisi logo sebagai tindak komunikasi di ranah Desain, terutama Desain Komunikasi Visual.

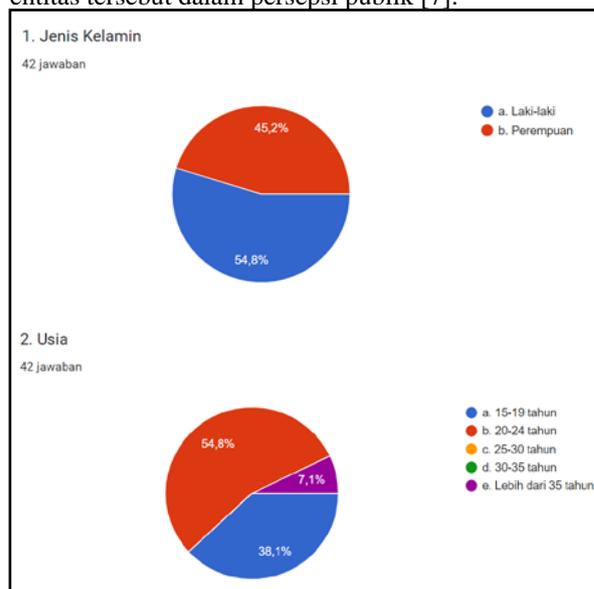
Kuesioner terstruktur dalam dua bentuk pertanyaan; yang pertama melibatkan jawaban tertutup dengan menggunakan data statistik deskriptif, sementara yang kedua bersifat terbuka, terkait dengan persepsi audiens terhadap representasi mental yang diperoleh terhadap logo “Pempek Nyonya Kamto”. Tercatat hasil kuesioner diterima dari 42 responden (N=42) secara anonim melalui tautan *Google Form*. Keseluruhan data bersifat kuantitatif, sebab menggunakan data berbentuk statistika deskriptif.

Dalam hal ini, statistika deskriptif bertujuan untuk mengumpulkan dan menyajikan data sehingga memberikan informasi yang berguna; dalam bentuk diagram, tabel, atau grafik. Data yang dihasilkan merupakan data kategorikal, yaitu data yang menggambarkan data yang terklasifikasi merujuk pada atau berdasarkan kategori atau kelas tertentu. Bentuk datanya adalah diskrit, yaitu data dengan

nilai bilangan bulat. Dalam penelitian ini, statistika deskriptif memberikan ringkasan sederhana dari sampel dan pengamatan yang dilakukan [21].

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebuah logo yang memenuhi kriteria kesederhanaan dan keunikan lebih mungkin tertanam dalam ingatan masyarakat. Ini tidak hanya membantu proses pemasaran tetapi juga secara tidak langsung berkontribusi pada peningkatan penjualan. Sebuah logo harus dapat mencerminkan penawaran dan nilai entitas tersebut dalam persepsi publik [7].



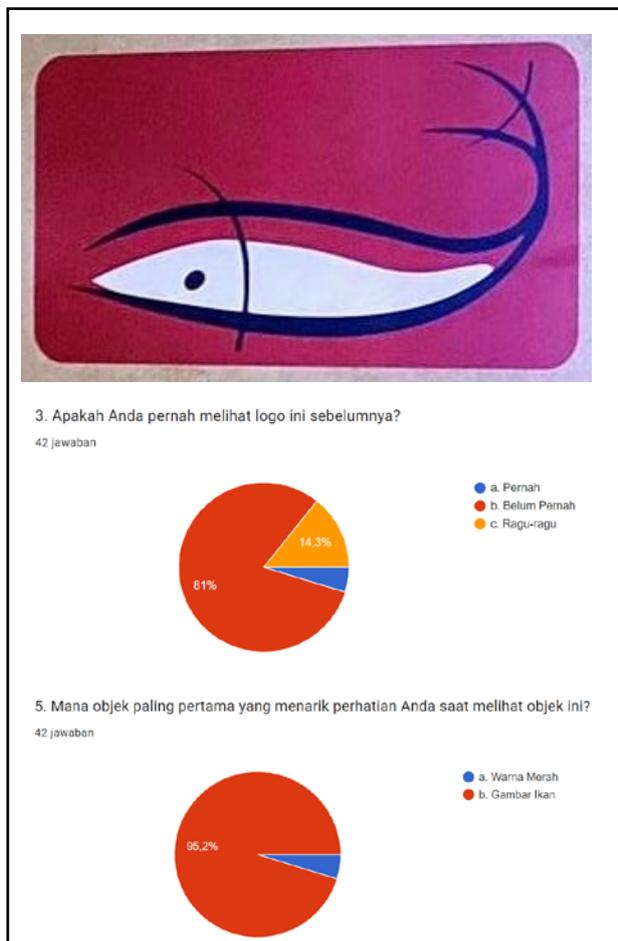
Gambar 2. Identitas Responden (Dewi & Maulani, 2023)

Ditunjukkan dalam Gambar 2, dari jumlah seluruh responden penelitian (N=42), didominasi oleh laki-laki sebanyak 54,8 persen, dengan kecenderungan usia berada di rentang 20-24 tahun. Usia tersebut merupakan usia yang melek literasi digital; yang diasumsikan memiliki kecakapan dalam menggunakan beragam kanal komunikasi untuk memperoleh informasi [8].

Bagi identitas visual, logo berperan penting dalam mewakili identitas visual [23]. Saat melihat sebuah logo, otak melakukan proses pengenalan yang sangat cepat. Proses pengenalan ini disebut sebagai rekognisi. Dengan merekognisi, berarti terjadi penerjemahan atas stimuli yang menerpa; dan ini merupakan fase penting audiens dalam menginterpretasi dan atau memahami beragam fenomena yang terjadi di lingkungannya [9]. Ini berarti dalam beberapa detik atau bahkan fraksi detik, audiens mampu mengidentifikasi merek atau organisasi yang terkait dengan logo tersebut. Proses ini mengandalkan ingatan visual audiens yang kuat.

Warna adalah salah satu elemen paling kuat dalam persepsi logo. Setiap warna memiliki makna dan konotasi tertentu. Sebagai contoh, warna merah sering kali dikaitkan dengan semangat, gairah, atau bahkan perasaan marah. Warna biru, di sisi lain,

sering dikaitkan dengan kedamaian, kepercayaan, dan stabilitas. Logo yang menggunakan warna-warna ini dapat memicu perasaan dan asosiasi tertentu pada *audiensnya*.



Gambar 3. Rekognisi Responden Terhadap Logo "Pempek Nyonya Kamto" (Dewi & Maulani, 2023)

Warna dalam logo Pempek Nyonya Kamto sering menggambarkan cita rasa hidangan ini. Warna-warna seperti emas kecokelatan menciptakan asosiasi dengan pempek yang digoreng dengan sempurna. Beberapa logo juga menggunakan warna-warna cerah seperti merah dan hijau untuk menambahkan elemen kegembiraan dan kelezatan. Logo Pempek Nyonya Kamto bukan hanya sekadar gambar, melainkan juga sebuah simbol budaya. Ini mencerminkan penggabungan antara budaya Tionghoa dan Indonesia, yang merupakan ciri khas dari hidangan ini.

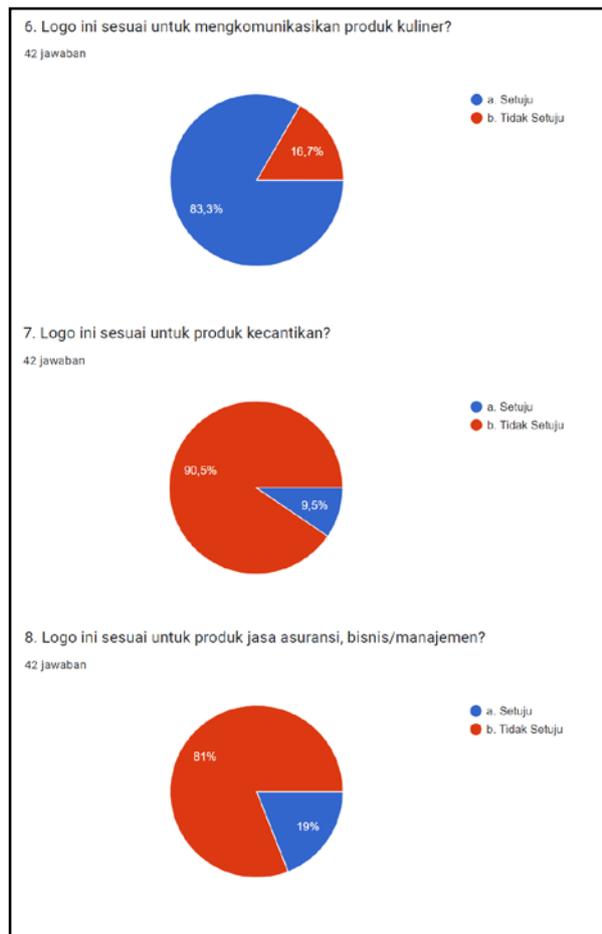
Meski demikian, seperti yang ditunjukkan dalam Gambar 3, hasil penelitian menunjukkan bahwa 80 persen lebih responden menyatakan belum pernah melihat logo tersebut, dan 96,2 persen cenderung melihat bentuk yang dalam hal ini adalah gambar ikan, daripada warna merah yang dominan. Hal ini diasumsikan salah satunya disebabkan karena strategi komunikasi Pempek Nyonya Kamto lebih dominan menggunakan bentuk komunikasi dari

mulut ke mulut (*Word-of-Mouth*) daripada memanfaatkan komunikasi digital, meski di era transformasi digital. Di satu sisi, bentuk komunikasi ini dapat mempertahankan para pelanggan yang loyal, namun, belum tentu berdampak menghasilkan perkembangan dan perluasan bisnis yang signifikan.

Meski demikian, bentuk dan simbol dalam logo tetap memiliki peran penting dalam proses perseptual. Bentuk yang sederhana dan jelas sering lebih mudah diingat dan dikenali [10]. Simbol atau gambar yang digunakan dalam logo dapat mengkomunikasikan pesan dan konsep yang lebih dalam. Sebagai contoh, logo *Apple* dengan gigitan apel mengandung pesan simbolis tentang inovasi dan rasa ingin tahu. Logo dapat memicu asosiasi dan emosi dalam pikiran kita. Logo yang terkait dengan merek yang kita sukai atau kenal baik dapat membuat kita merasa positif dan terhubung dengan merek tersebut. Di sisi lain, logo yang terkait dengan pengalaman negatif atau kontroversial dapat memicu perasaan negatif.

Dengan kecenderungan pengenalan objek melalui bentuk yang dilakukan audiens, seperti yang ditunjukkan pada Gambar 4, lebih dari 80 persen responden menyatakan logo ini tepat untuk merepresentasikan produk kuliner, dan menyatakan tidak setuju jika logo berbentuk ikonografi ini digunakan untuk produk kecantikan atau jasa asuransi, bisnis atau manajemen. Dengan kata lain, melalui logo ini, dapat dilihat bagaimana kuliner bisa menjadi medium untuk merayakan keanekaragaman budaya dan menciptakan sesuatu yang istimewa; jika direpresentasikan melalui logo yang tepat dan dapat berperan sebagai tindak komunikasi secara efektif dan efisien. Dalam hal ini, dapat diasumsikan bahwa logo Pempek Nyonya Kamto adalah representasi visual yang memikat dari sebuah hidangan lezat yang kaya akan sejarah dan budaya. Ini mengingatkan kita akan kekayaan kuliner Indonesia dan betapa makanan dapat menjadi sarana untuk merayakan warisan budaya yang unik.

Persepsi adalah proses mental kompleks yang memungkinkan kita untuk memahami dan menginterpretasikan dunia di sekitar kita. Ini adalah cara kita menerima, mengorganisir, dan menginterpretasikan informasi dari lingkungan kita, termasuk sensasi visual, auditif, taktil, dan sensori lainnya [11]. Proses persepsi memungkinkan kita untuk mengenali objek, orang, suara, dan situasi dalam kehidupan sehari-hari kita.



Gambar 4. Persepsi Responden Terhadap Logo “Pempek Nyonya Kamto” (Dewi & Maulani, 2023)

Dalam proses persepsi, informasi dari indra kita dikirimkan ke otak, di mana mereka diolah dan diberikan makna. Otak kita menggabungkan informasi ini dengan pengetahuan dan pengalaman sebelumnya untuk membentuk pemahaman yang lebih dalam tentang lingkungan kita. Dengan kata lain, persepsi adalah cara kita melihat dan memahami dunia, dan itu sangat dipengaruhi oleh pengalaman, budaya, dan konteks sosial kita [12]. Misalnya, ketika kita melihat sebuah objek, seperti sebuah buah apel, mata kita menerima informasi visual tentang bentuk, warna, dan ukuran apel tersebut. Namun, otak kita juga mengaitkan informasi ini dengan pengalaman sebelumnya tentang apel, sehingga kita dapat mengidentifikasinya sebagai buah apel dan mengenali rasanya.

Persepsi juga berperan penting dalam interaksi sosial kita. Ini memungkinkan kita untuk memahami ekspresi wajah orang lain, nada suara mereka, dan bahasa tubuh mereka, sehingga kita dapat menginterpretasikan perasaan, niat, dan pesan yang mereka sampaikan. Hal-hal tersebut di atas, merupakan bentuk pesan komunikasi yang seringkali diterapkan pada pesan-pesan komunikasi berbasis kultural [13]. Dengan demikian, persepsi adalah

bagian penting dari bagaimana manusia berkomunikasi dan berinteraksi dengan dunia di sekitarnya; terutama jika berkaitan dengan transfer nilai antar-generasi dan atau budaya. Proses mengingat memainkan peran penting dalam membangun persepsi kita terhadap objek-objek dan dunia di sekitar kita [14]. Hal ini adalah proses kognitif yang mendasar yang memungkinkan audiens untuk mengenali, memahami, dan menginterpretasikan objek-objek yang ditemui dalam kehidupan sehari-hari [15].

Dari hasil penelitian tersebut di atas, berikut adalah bagaimana fase mengingat pada diri audiens berkontribusi terhadap persepsi terhadap objek:

1. Menciptakan Representasi Mental dan Meningkatkan Pengenalan Objek.

Ketika audiens mengingat sesuatu, seperti penampilan suatu objek, audiens membuat representasi mental atau gambaran mental dari objek tersebut. Gambaran mental ini berfungsi sebagai titik referensi untuk persepsi audiens. Misalnya, jika audiens mengingat bentuk ikan dan pengalaman kebersentuhan dengan ikan sebagai salah satu sumber makanan protein, audiens dapat mengenalinya secara instan ketika melihatnya dalam kehidupan nyata; dan mengklasifikasikannya ke dalam pengalaman subjektif terkait ikan yang pernah dialaminya. Logo Pempek Nyonya Kamto, dengan ikonografi ikan, dapat memunculkan representasi mental audiens dalam merekognisi bentuk. Proses pengenalan ini penting untuk persepsi yang efisien.

2. Memudahkan Perbandingan.

Dalam proses perseptual, fase mengingat memungkinkan audiens untuk membandingkan objek-objek baru dengan yang telah ditemui di masa lalu. Audiens dapat melihat kesamaan dan perbedaan antara objek, membantu memahami lingkungan yang melingkupinya [16]. Pada fase ini, terjadi identifikasi dan proses membandingkan; hingga kemudian sampai pada tahap membedakan. Membedakan atribut visual; merupakan salah satu rekognisi paling awal dalam mendukung komunikasi logo menjadi lebih efektif dan efisien. Mengingat objek sering melibatkan perhatian yang cermat terhadap detailnya. Perhatian yang lebih tinggi terhadap detail ini dapat berpengaruh pada persepsi sehari-hari kita. Ketika audiens telah mengingat fitur atau karakteristik tertentu dari objek, maka lebih cenderung memperhatikannya saat bertemu dengan objek serupa di masa depan. Proses kognitif ini bergantung pada kemampuan manusia untuk mempersepsi dan menilai objek dengan akurat [17].

Memori selektif, dalam hal ini apa yang dipilih untuk diingat secara detail dan dalam rentang waktu yang lama, dapat membentuk persepsi audiens [18]. Faktor budaya dan pribadi memengaruhi apa

yang kita anggap penting untuk diingat. Objek-objek dengan makna budaya atau pribadi sering memiliki tempat yang penting dalam ingatan dan memengaruhi bagaimana cara mempersepsikannya serta emosi yang timbul [19]. Secara ringkas, mengingat dan persepsi erat terkait. Mengingat objek membantu kita membentuk representasi mental dan meningkatkan pengenalan (rekognisi), memudahkan perbandingan, meningkatkan perhatian terhadap detail, membantu dalam pemecahan masalah, dan membentuk persepsi budaya dan personalisasi psikografi dan atau perilaku audiens. Kemampuan untuk mengingat informasi melalui bentuk representatif adalah aspek mendasar dari bagaimana manusia mempersepsi dan berinteraksi dengan dunia di sekitarnya [20].

KESIMPULAN

Logo, seperti yang digunakan oleh Pempek Nyonya Kamto, memiliki peran penting sebagai penanda identitas sebuah entitas di mata masyarakat. Logo dengan bentuk dan ikonografi khusus mencerminkan identitas produk atau merek, memastikan pengenalan dan ingatan oleh publik. Sebuah logo bukan hanya simbol visual, tetapi juga sebuah saluran untuk menyampaikan informasi strategis kepada audiens. Kesederhanaan logo "Pempek Nyonya Kamto" mempermudah pengenalan dan pengingatan, khususnya terkait dengan posisi produk sebagai produk kuliner. Selain itu, penggunaan logo yang konsisten dan berkelanjutan dalam strategi merek menjadi kunci dalam membangun identitas yang kuat dan memengaruhi persepsi publik.

SARAN

Penelitian ini merupakan penelitian peninjauan bagaimana sebuah logo dapat memenuhi fungsi sebagai tindak komunikasi; yang lebih jauhnya, membentuk persepsi. Oleh sebab keterbatasan waktu penelitian, ada beberapa hal yang dapat direkomendasikan sebagai penelitian pengembangan yang dapat dilakukan, yaitu (1) Menggali lebih dalam pada berbagai bentuk logo kaitannya dengan bagaimana logo tersebut dapat memenuhi fungsinya sebagai tindak komunikasi dan direkognisi oleh audiens, dalam hal ini, perlu juga untuk meneliti keterkaitannya dengan strategi komunikasi yang dilakukan oleh brand produk/jasa tersebut; dan (2) Melakukan penelitian terkait persepsi logo dan rekognisi audiens atas logo produk lain yang berada di luar produk kuliner; atau, logo pada produk kuliner, namun dalam beragam bentuk atau simbol atau ikonografi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] S. Rustan, *Mendesain Logo*, Gramedia Pustaka Utama, 2013.
- [2] D. E. Knapp, *The Brand Mindset (edisi Bahasa Indonesia)*, Yogyakarta: Penerbit Andi, 2002.

- [3] J. Fiske, *Cultural and Communication Studies*. Yogyakarta & Bandung: Jalasutra, 2007.
- [4] A.K. Dewi, H. A. Ahmad & A.Syarief, "Persepsi Audiens Terhadap Penerapan Ciri Gerak Pada Iklan Cetak", dalam *Demandia : Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain, dan Periklanan*, vol. 2 no.2, pp. 129-147, 2017. [Online]. Available: <https://journals.telkomuniversity.ac.id/demandia/article/view/931/660> [Accessed Dec. 10, 2023].
- [5] F. R. Wargadalem, Wasino & L. Yulifar, "Pempek Palembang: History, Food Making Tradition, And Ethnic Identity", dalam *Journal of Ethnic Foods*, vol. 10 no. 1, pp.1-15, 2023. [Online]. Available: <https://journalofethnicfoods.biomedcentral.com/articles/10.1186/s42779-023-00209-z> [Accessed Dec. 10, 2023].
- [6] N. K. Denzin, *The Research Act: A Theoretical Introduction to Sociological Methods*, Chicago: Aldine Publishing Company, 1970.
- [7] A. M. Sadat, *Brand Belief: Strategi Membangun Merek Berbasis Keyakinan*, Jakarta: Salemba Empat, 2009.
- [8] A. K. Dewi, "Pengembangan Kompetensi Multiliterasi Desain Berbasis Pada Penerapan Tradisi Komunikasi Di Era Indonesia 4.0", dalam *Jurnal Desain Indonesia*, vol. 1, no. 1, pp. 1 - 6, 2019. [Online]. Available: <https://jurnal-desain-indonesia.com/index.php/jdi/article/view/3> [Accessed Dec. 10, 2023].
- [9] A.K. Dewi, *Bukan Ngobrol Biasa*, Bandung: ITB Press, 2020.
- [10] A. Husain, "Kesenian Sebagai Media Komunikasi", pp. 1-5, 2022. [Online]. Available: https://www.academia.edu/41285573/KESENIAN_SEBAGAI_MEDIA_KOMUNIKASI?auto=download [Accessed Dec. 13, 2023].
- [11] A. K. Dewi, Y. A. Piliang, Irfansyah & A. I. Saidi, "Transposisi Kreatif Gerak Wayang Makidhipuh Dalam Film Setan Jawa Karya Garin Nugroho", dalam *Panggung Jurnal Seni Budaya*. vol.31 no. 3, pp.363-373, 2021. [Online]. Available: <https://jurnal.isbi.ac.id/index.php/panggung/article/view/1098> [Accessed Dec. 15, 2023].
- [12] A. P. Gunawan, "Proses Komunikasi Melalui Media Visual Fotografi Sebagai Ilustrasi", dalam *JURNAL BECOSS (Business Economic, Communication, and Social Sciences)*, vol.3 no.2, pp. 69-77, 2021. [Online]. Available: <https://journal.binus.ac.id/index.php/BECOSS/article/view/7411> [Accessed Dec. 15, 2023].
- [13] R. Hidayatullah, "Sistem Komunikasi Musikal pada Gitar Tunggal Lampung Pesisir", dalam *Komunikasi Seni: Sebuah Telaah dalam Kontek Kearifan Lokal*, Jurusan Seni Rupa FBS

- UNNES, Semarang, pp. 115-130, 2021. [Online]. Available: <http://repository.lppm.unila.ac.id/30140/> [Accessed Dec. 15, 2023].
- [14] D. A. Kolb, *Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development*, New Jersey: Pearson Education, Inc., 2015.
- [15] P. P. Yunus, “Komunikasi Ekspresif Estetik Karya Seni”, dalam *JCommsci (Journal of Media and Communication Science)*. vol. 3 no. 2, pp. 70 – 77, 2020. [Online]. Available: <https://www.jcomm.unram.ac.id/index.php/jcomm/article/view/77> [Accessed Dec. 15, 2023].
- [16] J. Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007.
- [17] D.O. Sears, *Psikologi Sosial*, Jakarta: Erlangga, 1999.
- [18] A. Sobur, “Karya Seni Sebagai Media”, dalam *Mediator*, vol. 8 no. 2, pp. 211-220, 2007. [Online]. Available: <https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/mediator/article/view/1245> [Accessed Jan. 03 2024].
- [19] C. Ware, “Visual Thinking for Information Design (The Morgan Kaufmann Series in Interactive Technologies)”, 2008.
- [20] T. Wibowo, “Belajar Desain Grafis”, Yogyakarta: Buku Pintar, 2013.
- [21] A. Dwiyanto, “Statistika Deskriptif: Pengertian, Fungsi dan Jenisnya”, pp. 1-4, 2023. [Online]. Available: https://www.researchgate.net/publication/367487749_Statistika_Deskriptif_Pengertian_Fungsi_dan_Jenisnya
- [22] M. Nurul Huda, “Relasi Persepsi Visualisasi Desain Kemasan Obat Sakit Kepala Terhadap Kepercayaan Konsumen”, *Candrarupa Journal of Art, Media, and Design*, vol.1, no.1, pp. 20-27, 2019, DOI: <https://doi.org/10.37802/candrarupa.v1i1.35>
- [23] S. T. Raharjo & H. Rolitasari, “Tinjauan Visual dan Makna Logo Pameran Biennale Jogja XI–XVI Equator (2011-2021)”, *Candrarupa Journal of Art, Media, and Design*, vol.2, no.1, 2023, pp. 50-57, DOI: <https://doi.org/10.37802/candrarupa.v2i1.325>

Perancangan Media Interaktif Berbasis *Augmented Reality* Sejarah Trowulan Untuk Anak Sekolah

Nur Laili Rochmah¹, Dhika Yuan Yurisma², Siswo Martono³

¹Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Dinamika, Surabaya, Indonesia
Email: 20420100024@dinamika.ac.id¹

²Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Dinamika, Surabaya, Indonesia
Email: Dhika@dinamika.ac.id²

³Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Dinamika, Surabaya, Indonesia
Email: siswo@dinamika.ac.id³

* Penulis Korespondensi: E-mail: 20420100024@dinamika.ac.id

Abstrak: Penelitian ini membahas upaya pelestarian sejarah kerajaan Majapahit di Trowulan, Kabupaten Mojokerto, Jawa Timur, melalui pengembangan media interaktif berbasis *augmented reality* untuk anak sekolah dasar. Dengan latar belakang semakin menurunnya minat anak-anak terhadap pembelajaran sejarah, terutama di kelas 4-6. Seiring dengan perkembangan teknologi, anak-anak cenderung lebih tertarik pada media digital. Hasil observasi, wawancara, dan studi literatur menunjukkan bahwa media pembelajaran sejarah saat ini kurang interaktif dan kurang menarik bagi siswa. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mencari solusi inovatif penggunaan media interaktif berbasis *augmented reality* dengan ilustrasi bergaya *children illustration* diharapkan dapat meningkatkan keterlibatan siswa dalam memahami dan menghargai warisan budaya Majapahit. Hasil dari penelitian ini menggaris bawahi perlunya inovasi dalam pendekatan pembelajaran sejarah di sekolah dasar dengan memanfaatkan teknologi dan desain visual yang menarik. Implementasi media interaktif ini diharapkan dapat menciptakan pengalaman belajar yang menyenangkan dan efektif, meningkatkan pemahaman sejarah, serta merangsang minat siswa dalam melestarikan warisan budaya.

Kata Kunci: *Augmented Reality*; Media Interaktif; Sejarah Majapahit

Abstract: This research discusses efforts to preserve the history of the Majapahit kingdom in Trowulan, Mojokerto Regency, East Java, through the development of interactive media based on augmented reality for elementary school children. Against the background of children's decreasing interest in learning history, especially in grades 4-6, this research aims to find innovative solutions. As technology develops, children tend to be more interested in digital media. The results of observations, interviews and literature studies show that the current history learning media are less interactive and less interesting for students. Therefore, the use of interactive media based on augmented reality with children's illustration style is expected to increase student involvement in understanding and appreciating the cultural heritage of Majapahit. The results of this research underline the need for innovation in approaches to teaching history in elementary schools by utilizing technology and attractive visual designs. It is hoped that the implementation of this interactive media can create a fun and effective learning experience, increase understanding of history, and stimulate students' interest in preserving cultural heritage.

Keywords: *Augmented Reality*; *Interactive Media*; *History of Mojopahit*

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara dengan sejarah yang kaya dan beragam. Indonesia menjadi pusat kebudayaan dan perdagangan bahari, seperti pada masa kerajaan Sriwijaya di Sumatera dan kerajaan Majapahit di Jawa. Di ketahui pula bahwa Indonesia mempunyai banyak sekali provinsi yang juga mempunyai sejarahnya masing-masing. Salah satunya ada di Kabupaten Mojokerto, Provinsi Jawa Timur, yang merupakan pusat kerajaan di bagian

timur Pulau Jawa dan secara sejarah dianggap sebagai salah satu kerajaan terbesar di Asia Tenggara. Mojokerto merupakan bekas ibu kota Kerajaan Majapahit, sebuah kerajaan besar di nusantara yang berdiri antara abad ke-13 hingga ke-15 [1]. Berdasarkan data sejarah menurut Balai Pelestarian Cagar Budaya Jawa Timur diketahui wilayah ini mendominasi sejarah Jawa Timur sejak zaman prasejarah hingga zaman selanjutnya.

Mojokerto mempunyai peranan penting dalam keberadaan kerajaan Majapahit, kerajaan terbesar di Indonesia yang runtuhnya tersebar di beberapa wilayah Mojokerto. Salah satunya di Trowulan yang terdapat benda-benda seperti pecahan gerabah, keramik, yoni, uang logam, sumur kuno dan masih banyak candi. Trowulan adalah pusat kota kerajaan Majapahit yang terletak di Kabupaten Mojokerto, Jawa Timur, Indonesia. Kecamatan Trowulan dikenal Masyarakat sebagai tempat peninggalan pusat kekuasaan kerajaan Majapahit. Menurut UNESCO Trowulan sempat menjadi pusat pemerintahan nusantara pada Hari Warisan Dunia 2013 sebagai situs warisan dunia *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*. Trowulan merupakan tempat yang dikenal sebagai kawasan bersejarah di mana ditemukan situs peninggalan kerajaan besar Jawa [2]. Oleh sebab itu, pentingnya melestarikan sejarah yang ada di Trowulan. Karena di era perkembangan zaman yang semakin canggih dengan perkembangan teknologi yang semakin meningkat membuat anak-anak usia dini saat ini cenderung lebih sering menggunakan *gadget* dengan akses *internet* yang dapat berdampak mengganggu perkembangan anak usia dini terutama terhadap anak dengan usia sekolah dasar. *Gadget* memiliki fitur-fitur yang banyak dan dapat mengganggu proses pembelajaran di sekolah [3]. Hasil dari pengamatan di lapangan *gadget* dapat berdampak juga pada pengetahuan umum mereka seperti budaya dan sejarah bangsa karena mereka tidak tertarik dengan pembelajaran ilmu budaya dan sejarah yang disebabkan kurang menariknya media pembelajaran sejarah [4]. Dalam dunia pendidikan, pemanfaatan teknologi harus mendukung pengalaman belajar siswa dalam pembelajaran, teknologi sebagai media atau alat bantu harus dirancang dan dikembangkan sesuai dengan kebutuhan untuk memecahkan masalah yang berpusat pada penggunaannya.[5]

Dengan kondisi tersebut upaya yang dilakukan untuk melestarikan sejarah terhadap anak-anak dengan penerapan kurikulum Merdeka yaitu P5 yang memuat potensi diri, pemberdayaan diri, peningkatan diri, pemahaman diri, dan peran sosial selain itu juga bertujuan untuk memberikan pendidikan dengan konsep yang menarik bagi peserta didik dan tenaga kependidikan karena selama ini hanya fokus pada peningkatan ilmu pengetahuan [6]. Di SDN Trowulan, mereka menggunakan pemahaman sejarah kepada siswa-siswi. Hal tersebut sesuai dengan poin ke-4 yang bertema kearifan lokal. Pentingnya sejarah lokal merujuk pada tujuan bagaimana guru mampu membangun kesadaran sejarah (*historical awareness*) dengan adanya kesadaran sejarah mampu membangun wawasan yang mampu membantu anak-anak memaknai konsep kebangsaan dalam kehidupan bernegara [7].

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan di SDN Trowulan baik dengan siswa maupun guru

menunjukkan bahwa beberapa siswa SDN Trowulan lebih merasa bosan melakukan pembelajaran sejarah dikarenakan media seperti buku pembelajaran sejarah di kelas monoton dan kurang menarik sedangkan saat kunjungan ke tempat sejarah yang ada di Trowulan mereka hanya diberikan literasi dengan interaksi *ice breaking* saja terkait penjelasan sejarah yang ada di Trowulan. Sedangkan untuk pembelajaran dilakukan kegiatan literasi di kelas 1-3 dan kegiatan pembelajaran di lapangan terkait sejarah dimulai pada kelas 4, 5 dan 6. Ini juga dibuktikan dari struktur kurikulum SD dan MI yang didapat dari pusat informasi guru, menyatakan bahwa pembelajaran Ilmu Pengetahuan Alam dan Sosial (IPAS) diajarkan ke anak sekolah dasar dari kelas 3 secara literasi, 4, 5 dan 6 secara general. Hasil wawancara terkait minat anak terhadap pembelajaran sejarah di luar kelas maupun di kelas dengan ibu Masnunah salah satu guru SDN Trowulan. seringkali anak-anak kesulitan memahami sejarah karena buku sejarah terkesan kurang menarik terutama di anak sekolah dasar. Ketika siswa melakukan perjalanan penelitian ke situs sejarah, mereka sering menambahkan alat bantu pembelajaran lain seperti menggambar atau memberikan latihan soal.

Salah satu cara untuk memperkenalkan Sejarah Trowulan sebagai pusat kerajaan Majapahit adalah dengan memberikan inovasi baru dan mengedukasi agar dapat menarik minat anak dalam belajar sejarah dan membaca adalah dengan menggunakan media interaktif karena media interaktif mampu merangsang otak anak untuk lebih bisa berkonsentrasi namun dengan cara tidak membosankan dimana dari media interaktif ini menampilkan banyak gambar dan kegiatan secara langsung yang mampu mengasah kreativitas dan minat anak (Oktafiani, 2014). Isi dari media interaktif berupa teks atau narasi yang menjelaskan isi materi yang akan dukungan elemen visual atau komponen bergerak dua atau tiga dimensi (Caroline, Sinaga, and Kusumandyoko, 2023) Sedangkan penggunaan *augmented reality* dapat mendukung visual agar tidak tertinggal oleh perkembangan teknologi. *Augmented reality* adalah teknologi yang menggabungkan dunia maya 2D maupun 3D ke dalam sebuah lingkungan nyata dengan memproyeksikan dunia maya secara realitas ke dunia nyata (Erna, 2018). Nantinya basis *augmented reality* akan berupa gambar ilustrasi, teks dan audio visual. Sehingga media ini dapat menarik minat anak agar tidak merasa bosan dengan buku Sejarah yang bersifat konstan. Sesuai dengan kurikulum merdeka P5 yang diterapkan pada SDN Trowulan mengenai salah satu tema utama yaitu kearifan lokal.

Berdasarkan pemaparan di atas tujuan dari penelitian ini adalah Merancang Media Interaktif Berbasis *Augmented Reality* Sejarah Trowulan untuk Anak Sekolah. Permasalahan yang akan diangkat adalah bagaimana Merancang Media Interaktif Berbasis *Augmented Reality* Sejarah Trowulan untuk

Anak Sekolah. Hasil penelitian ini untuk memberikan solusi dalam membantu meningkatkan minat anak-anak SDN Trowulan dengan melakukan pelestarian sejarah melalui kurikulum merdeka P5 dengan membuat sebuah media interaktif *puzzle* dan *augmented reality* dengan *output* berupa buku yang menggunakan *Artstyle Children Illustration* yang mana *genre* ilustrasi ini dapat menggambar karakter yang terlihat lucu dan ramah karena mampu menarik anak-anak agar lebih mudah membayangkan suasana dan peristiwa sejarah. Hal ini dapat membantu mereka memahami konteks emosi, dan pengalaman yang terjadi pada saat itu.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk mengidentifikasi peristiwa di daerah Trowulan, dengan fokus pada situs dan candi serta pemahaman anak-anak kelas 4-6 di SDN Trowulan terhadap sejarah Trowulan sebagai pusat kerajaan Majapahit. Unit analisis utama adalah sejauh mana pemahaman anak-anak terhadap situs sejarah Trowulan. Metode pengumpulan data melibatkan observasi di Balai Pelestarian Kebudayaan, Pengelolaan Informasi Majapahit, dan SDN Trowulan, serta wawancara dengan guru dan murid kelas 4-6. Dokumentasi dan studi literatur juga digunakan untuk memperoleh informasi teoritis. Analisis data melibatkan reduksi data untuk merangkum informasi kunci dan mengidentifikasi pola. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi di berbagai lokasi terkait sejarah Trowulan, wawancara dengan berbagai pihak seperti guru, murid, dan staf lembaga terkait, serta analisis literatur untuk mendapatkan pemahaman teoritis. Data yang dikumpulkan kemudian dianalisis dengan menggunakan metode triangulasi, menggabungkan observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk memastikan ketelitian dan keakuratan hasil. Analisis *Strength, Weakness, Opportunity, Threat* (SWOT) digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman terkait upaya pelestarian sejarah di Trowulan.

HASIL ANALISIS DATA

1. Reduksi data

a. Observasi

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti dilakukan di SDN Trowulan, fokus pada siswa kelas 4-6 dan guru sejarah. Metode pembelajaran mengikuti struktur kurikulum P5, memprioritaskan literasi IPAS untuk kelas 3 dan pembelajaran umum untuk kelas 4-6. Kegiatan pembelajaran melibatkan interaksi di dalam dan di luar kelas, termasuk kunjungan ke situs-situs sejarah di Trowulan. Namun, hasil observasi menunjukkan kurangnya minat siswa, terutama di kelas 4-6, disebabkan oleh metode pembelajaran yang dianggap kurang menarik, terutama dalam studi literasi di luar kelas dan penggunaan buku pembelajaran sejarah

yang minim gambar. Kemudian, dari Balai Pelestarian Kebudayaan Wilayah XI dan Pengelolaan Informasi Majapahit. Ditemukan penurunan minat pelajar dalam mengenal sejarah sebesar 38% selama satu tahun. Sebagai respons, BPK Wilayah XI meluncurkan program BPK Mengajar, yang mengajak pelajar dari SD, SMP, hingga SMA untuk melakukan kunjungan langsung ke situs dan candi guna meningkatkan kesadaran melestarikan sejarah. PMI juga memiliki program edukasi berliterasi dan sosialisasi melalui kunjungan ke situs sejarah, dengan fokus pada kemitraan dengan sekolah-sekolah dan dukungan kurikulum P5 untuk menarik minat pelajar dalam mengenal sejarah yang lebih baik. Namun, hal itu dianggap masih kurang menarik minat anak hal ini perlunya dilakukan pengembangan dan inovasi baru dengan menyeimbangkan pelestarian budaya dengan teknologi dan penggunaan visual yang menarik untuk literasi pelajar SD.

b. Wawancara

Berdasarkan hasil wawancara dengan berbagai pihak terkait, dapat disimpulkan bahwa upaya pelestarian sejarah Trowulan, sebagai pusat kerajaan Majapahit, melibatkan berbagai program dan inisiatif dari Balai Pelestarian Kebudayaan (BPK) Wilayah XI dan Pengelolaan Informasi Majapahit (PMI). Meskipun telah ditetapkan sebagai Kawasan Cagar Budaya Nasional (KCBN) dan berbagai kebijakan telah diterapkan, terdapat kendala signifikan, seperti penurunan minat sejarah pelajar sebesar 38% dan penurunan kunjungan pelajar sebesar 48%. Langkah-langkah strategis yang diambil oleh PMI mencakup program edukasi seperti kelas tari dan kelas Jawa kuno, dengan kolaborasi aktif bersama mitra pendidikan, termasuk SDN Trowulan. Pihak BPK Wilayah XI juga menjalankan program BPK Mengajar untuk memberikan pengetahuan kepada pelajar tentang sejarah dan pelestarian warisan budaya. Meskipun demikian, masih terdapat kendala dari siswa yang cepat bosan dengan pembelajaran yang monoton. SDN Trowulan, sebagai salah satu sekolah yang menerapkan kurikulum P5 dengan fokus pada kearifan lokal dan kreativitas, menghadapi kendala siswa yang cepat bosan dengan pembelajaran sejarah yang monoton. Oleh karena itu, metode pembelajaran yang lebih aktif dan interaktif menjadi salah satu solusi yang diinginkan oleh siswa, seperti bermain, simulasi, atau kunjungan ke tempat bersejarah. Kesimpulannya, upaya pelestarian sejarah Trowulan memerlukan strategi yang lebih inovatif dan menarik untuk membangkitkan kembali minat generasi muda terhadap warisan budaya. Diperlukan kolaborasi yang erat antara lembaga pendidikan, pemerintah, dan masyarakat dalam memastikan keberlanjutan pelestarian sejarah dan meningkatkan pemahaman serta apresiasi terhadap nilai-nilai budaya Majapahit.

c. Studi Literatur

Berdasarkan data yang telah diperoleh dari kajian studi literatur artikel yang berjudul "ARca:

Perancangan Buku Interaktif Berbasis *augmented reality* pada Pengenalan dan Pembelajaran Candi Prambanan Dengan *Smartphone Android*" karya Andria Wahyudi. Peneliti mengambil kesimpulan inovasi buku berbasis *augmented reality* sangat berpotensi dalam menarik minat pelajar untuk membaca buku dengan berinteraksi secara langsung terutama dalam penggunaan buku pembelajaran sejarah yang masih kognitif dan tidak banyak gambar untuk anak sekolah dasar.

d. Dokumentasi

Dokumentasi diperoleh dari observasi yang dilakukan di SDN Trowulan, Balai Pelestarian Kebudayaan, Pengelolaan Informasi Majapahit, dan candi. Dalam dokumentasi tersebut peneliti melakukan pengamatan metode pembelajaran, program pelestarian yang digunakan dan kondisi situs yang ada di Trowulan saat ini. Sehingga dapat dengan mudah mengambil kesimpulan lingkungan dan suasana baru mampu meningkatkan semangat anak dalam belajar agar tidak merasa bosan melakukan pengenalan sejarah di sekolah, dengan adanya inovasi buku baru mampu menarik minat anak untuk belajar tentang sejarah tanpa tertinggal dengan perkembangan teknologi saat ini yang mana buku tersebut mampu menjadi pendukung dalam sebuah pembelajaran di luar sekolah dalam mengenal situs-situs yang ada di Trowulan.

2. Penyajian Data

Berdasarkan hasil reduksi data yang telah dilakukan seperti observasi, wawancara serta dokumentasi sehingga peneliti mendapatkan data sebagai berikut:

- Pengenalan warisan budaya kerajaan Majapahit terutama situs-situs sejarahnya sangat penting terutama untuk pengenalan ke pelajar karena mengenal warisan budaya kerajaan Majapahit merupakan salah satu bentuk pelestarian.
- SDN Trowulan menggunakan metode pengenalan sejarah sesuai dengan struktur kurikulum P5 dengan kegiatan literasi kelas dan kunjungan ke situs-situs.
- BPK Wilayah XI dan PMI menggunakan program BPK Mengajar untuk meningkatkan kesadaran minat pelajar dalam mengenal dan belajar sejarah untuk upaya meningkatkan pelestarian sejarah di Trowulan.
- Pengenalan warisan budaya kerajaan Majapahit yang ada di Trowulan harus menggunakan cara yang menyenangkan interaktif dan memiliki visual yang menarik.

3. Penarikan Kesimpulan

Berdasarkan reduksi data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi terkait pengenalan warisan budaya kerajaan Majapahit di Trowulan, metode pembelajaran, dan minat siswa, dapat diambil beberapa kesimpulan penting. Pertama, penyajian warisan budaya Majapahit di Trowulan dianggap sangat penting untuk melestarikan dan meningkatkan

kesadaran sejarah. Kedua, partisipasi siswa SDN Trowulan dalam kegiatan membaca, menulis, dan kunjungan ke situs sejarah mencerminkan komitmen untuk secara langsung memperkenalkan warisan budaya. Namun, ketiga, meskipun kurikulum P5 diikuti, kurangnya interaktivitas dan elemen visual menurunkan minat siswa, terutama di kelas 4 hingga 6, dengan penurunan minat sebesar 38% dalam satu tahun.

Kesimpulan utama dari penelitian ini adalah perlunya pengembangan dan inovasi dalam pendidikan sejarah di Trowulan, terutama untuk siswa sekolah dasar. Dengan mempertimbangkan hal ini, penerapan media interaktif berbasis *augmented reality* diidentifikasi sebagai solusi efektif untuk merangsang minat anak-anak, menciptakan pengalaman belajar yang menyenangkan, dan meningkatkan partisipasi siswa dalam memahami serta melestarikan warisan budaya kerajaan Majapahit. Oleh karena itu, pengembangan media interaktif tersebut dianggap sebagai langkah yang tepat untuk memacu minat siswa dalam mengetahui dan melestarikan sejarah Trowulan secara lebih dinamis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil pengolahan data pada penelitian ini dapat jelaskan sebagai berikut:

Analisis STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*)

1. *Segmentation*

Segmentasi target untuk proyek ini berfokus pada anak-anak sekolah dasar kelas 4-6 di SDN Trowulan, Kabupaten Mojokerto, Indonesia. Mereka memiliki rentang usia 10-12 tahun, mencakup baik laki-laki maupun perempuan. Karakteristik psikografis mereka mencerminkan ketertarikan terhadap hal-hal baru, kegiatan interaktif, dan pengembangan kreativitas. Anak-anak ini memiliki ketertarikan khusus terhadap visual yang menarik dan memiliki kemampuan untuk mengikuti perkembangan teknologi saat ini. Segmentasi ini juga mencakup sekolah dan orang tua yang ingin meningkatkan kesadaran dan minat anak-anak terhadap pembelajaran buku sejarah.

2. *Targeting*

Target penelitian ini adalah anak-anak sekolah dasar kelas 4-6 di SDN Trowulan, Kabupaten Mojokerto, Indonesia, dengan rentang usia 10-12 tahun. Mereka dipilih karena memiliki minat terhadap pembelajaran sejarah, dengan fokus pada upaya melestarikan warisan budaya dan peninggalan sejarah Kerajaan Majapahit. Karakteristik psikografis mereka mencakup ketertarikan terhadap hal baru, kegiatan interaktif, dan kemampuan untuk mengikuti perkembangan teknologi. Selain itu, penelitian ini juga akan melibatkan sekolah yang memiliki keinginan untuk meningkatkan kesadaran dan minat anak-anak terhadap pembelajaran buku sejarah di lingkungan sekolah.

3. Positioning

Perancangan media interaktif dengan basis *augmented reality* ini bertujuan sebagai sarana pembelajaran untuk memperkenalkan Sejarah pada anak sekolah dasar kelas 4-6 dengan usia 10-12 tahun dengan media informasi yang menyenangkan. Juga meningkatkan kesadaran masyarakat pentingnya melestarikan warisan sejarah kerajaan Majapahit sebagai bentuk cinta tanah air.

Unique Selling Proposition (USP)

Proses ini bertujuan untuk menemukan keunikan dari sebuah produk agar dapat menjadi pembeda yang mencolok dibandingkan dengan produk sejenis di pasaran. Dalam konteks buku ilustrasi ini, penggunaan metode interaktif langsung dengan *target audiens* menjadi ciri khas yang membedakannya. Buku ini tidak hanya menonjolkan visual yang sesuai dengan selera anak-anak melalui penggunaan *children illustration*, tetapi juga menghadirkan inovasi dengan menyematkan *Quick Response Code* (QR). QR Code ini memungkinkan akses langsung ke basis *augmented reality* yang berisi konten audio visual, ilustrasi yang tampak nyata, dan narasi sejarah yang disampaikan dalam bahasa yang dapat diakses melalui *gadget*. Dengan kombinasi fitur-fitur ini, buku ilustrasi ini memiliki *Unique Selling Proposition* (USP) yang kuat, menawarkan pengalaman pembelajaran sejarah yang unik dan menarik bagi anak-anak dengan memanfaatkan teknologi interaktif.

Analisis Strength, Weakness, Opportunity, Threat (SWOT)

Tabel 1. Analisis SWOT

Strengths	Weaknesses
<ul style="list-style-type: none"> Memberikan kontribusi pada pengenalan sejarah kerajaan Majapahit di Trowulan, menguatkan kebanggaan lokal. untuk meningkatkan kesadaran anak sekolah dasar akan pentingnya melestarikan sejarah. Meningkatkan minat anak untuk mempelajari sejarah Majapahit. 	<ul style="list-style-type: none"> Kurangnya minat anak sekolah dasar kelas 4-6 dalam mengenal sejarah Majapahit sebagai warisan budaya. Kurangnya metode pembelajaran dalam meningkatkan kesadaran akan pentingnya melestarikan sejarah. Kurangnya minat anak dalam belajar buku sejarah karena di anggap kurang menarik dan tidak banyak visual.
Opportunity	Threats
<ul style="list-style-type: none"> Sebagai sumber belajar interaktif yang cocok untuk siswa sekolah dasar. 	<ul style="list-style-type: none"> Anak-anak lebih menyukai penggunaan metode belajar dengan <i>gadget</i>

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> Meningkatkan pelajar kelas 4-6 dengan menyajikan konten berbasis <i>augmented reality</i> dengan memadukan informasi sejarah yang ada di Trowulan. Anak lebih mudah dalam memahami sesuatu dengan visual yang menarik dan berwarna. | <ul style="list-style-type: none"> dari padabuku. Respon negatif dari pihak yang masih memilih pembelajaran konvensional. Terdapat risiko ketergantungan pada teknologi yang dapat menyulitkan implementasi di sekolah-sekolah dengan fasilitas yang terbatas. |
|--|---|

S-O	W-O
<ul style="list-style-type: none"> Meningkatkan kesadaran anak sekolah dasar akan pentingnya melestarikan sejarah, bersama dengan kemampuannya Meningkatkan minat anak untuk mempelajari sejarah Majapahit, Menciptakan peluang untuk menjadi alat pendidikan yang efektif dan memotivasi. Dengan memanfaatkan minat yang tumbuh, media ini dapat menjadi pemacu keinginan belajar yang berkelanjutan. 	<ul style="list-style-type: none"> Meningkatkan minat anak dengan mengimplementasikan media interaktif berbasis <i>augmented reality</i> sebagai solusi untuk menyajikan sejarah Majapahit secara lebih menarik. Menyediakan konten yang berfokus pada keaslian lokal dan kesejarahan Trowulan dapat memperkuat daya tarik.
S-T	W-T
<ul style="list-style-type: none"> Memberikan edukasi kepada anak sekolah dasar kelas 4-6 untuk mengenal peninggalan sejarah yang ada di Trowulan dengan Memanfaatkan jenis ilustrasi <i>children illustration</i> dan penggunaan metode belajar berbasis <i>augmented reality</i> untuk meningkatkan metode pembelajaran saat 	<ul style="list-style-type: none"> Mengenalkan peninggalan sejarah kerajaan Majapahit yang ada di Trowulan dengan membuat media interaktif berbasis <i>augmented reality</i> yang jarang ada di pasaran.

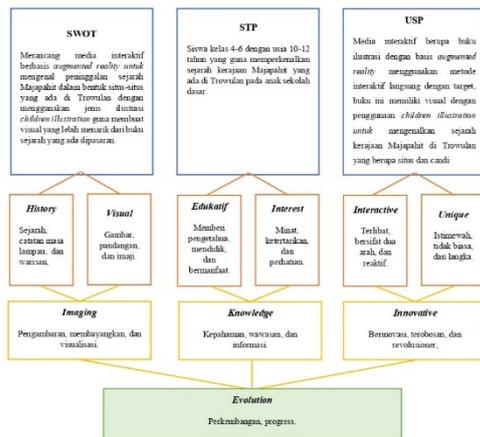
ini.

Kesimpulan

Merancang media interaktif berbasis *augmented reality* untuk mengenal peninggalan sejarah Majapahit dalam bentuk situs-situs yang ada di Trowulan dengan menggunakan jenis ilustrasi *children illustration* guna membuat visual yang lebih menarik dari buku sejarah yang ada dipasaran.

Analisis Key Communication Message

Berdasarkan hasil analisis untuk menentukan sebuah *key communication message* dalam karya ini. Telah ditemukannya *key communication message* yang seperti pada Gambar 2.



Gambar 1. Key Communication Message
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2024

Pada Gambar 2. menjelaskan dari penyusunan STP, USP, dan SWOT yang telah didapat oleh peneliti dalam perancangan media interaktif berbasis *augmented reality* sejarah Trowulan untuk anak sekolah dasar sebagai upaya pelestarian situs dan candi yang ada. Telah di temukannya *keyword* yang sesuai yaitu *evolution*, dengan melakukan *evolution* yang artinya membuat perkembangan baru dalam menciptakan sebuah media pembelajaran. Sehingga penelitian ini dirancang sesuai ide dan gagasan baru dengan sasaran target yang telah ditentukan agar dapat menarik minat anak-anak sekolah dasar terutama kelas 4-6 dalam mengenal, dan mempelajari sejarah peninggalan kerajaan Majapahit yang ada di Trowulan sebagai cara melestarikan warisan budaya.

Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang digunakan pada pelitian ini yaitu perancangan media interaktif berbasis *augmented reality* sejarah Trowulan untuk anak sekolah dasar. Dengan menggunakan jenis *style illustration whimsical children* dalam pembuatan media seperti buku, *augmented reality*, dan *puzzle*.

1. Fisik Buku

Bentuk fisik buku dijelaskan seperti pada Tabel 1.

Tabel 2. Fisik Buku

	Keterangan
Jenis Buku	Buku Interaktif berbasis <i>augmented reality</i>
Sampul Buku	<i>Hardcover</i> laminasi
<i>Finishing</i>	Ujung tumpul
Halaman	12 halaman
Dimensi	21 cm x 21 cm
Teks	Bahasa Indonesia
Jenis Kertas	HVS 120 gram
Cetak	Print laser
Layout	<i>Axial layout</i>

2. Ilustrasi

a. Sketsa Situs dan Candi

Pada sketsa menggunakan 11 warisan budaya yang akan di ilustrasikan mulai dari candi tikus, brahu, gentong, bajang ratu, wringin lawang, dan adapun situs arkeologinya seperti alun-alun umpak, petilasan hayam wuruk (reca banteng), siti inggil, pendopo agung Trowulan, kolam segaran, dan museum Trowulan.



Gambar 2. Sketsa Situs dan Candi
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2024

b. Desain Situs dan Candi

Desain situs dan candi ini menggunakan teknik ilustrasi dengan evolusi dalam penggunaan tekstur, terutama menekankan sentuhan dinding kapur. Pendekatan ini bertujuan untuk menciptakan tampilan yang lebih menarik dan mempertegas bentuk visual objek yang diilustrasikan. *Evolution* dalam penggunaan tekstur mencerminkan perkembangan kreatif dalam merancang elemen visual, menjadikan ilustrasi tersebut tidak hanya estetik, tetapi juga memberikan dimensi baru yang memikat dalam representasi situs dan candi.

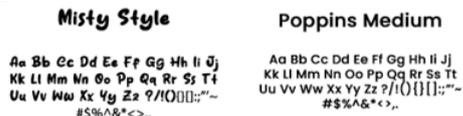


Gambar 3. Desain Situs dan Candi
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2023

c. Tipografi

Media interaktif ini menggunakan dua jenis font, yaitu *Poppins Medium* dan *Misty Style*, yang saling melengkapi untuk menciptakan harmoni

visual. *Poppins Medium* memberikan tampilan yang bersahaja dan mudah dibaca pada isi buku, sedangkan *Misty Style* pada judul *cover* dan sub bab menambahkan sentuhan dekoratif yang meningkatkan daya tarik estetis. Evolusi dalam penggunaan *font* tidak hanya mencerminkan pemahaman mendalam terhadap desain grafis, tetapi juga memadukan keindahan visual dengan fungsionalitas, menciptakan pengalaman membaca yang lebih holistik dan menarik.



Gambar 4. *Font Misty dan Poppins Medium*
 Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2024

d. Warna Desain

Perancangan media interaktif ini menggambarkan evolusi dalam penggunaan warna, dengan coklat, *orange*, kuning, hijau, dan biru memberikan estetika visual cerdas dan makna mendalam yang merangkul perjalanan sejarah Trowulan secara unik. Warna coklat menciptakan kesan klasik dan alami, merepresentasikan kekayaan dan autentisitas sejarah candi dan situs Trowulan. Warna *orange* mencerminkan kreativitas dan inovasi dalam evolusi sejarah yang beragam, memberikan sentuhan dinamis dalam menyampaikan informasi. Warna kuning melambangkan kegembiraan dan inovasi, menciptakan atmosfer cerah dan positif untuk merangsang minat anak-anak dalam memahami sejarah Trowulan dengan semangat menyenangkan. Warna biru, bermakna kecerdasan, menggambarkan perjalanan bertahap dalam perkembangan sejarah, menunjukkan pendekatan cermat dan berlapis dalam pengenalan konsep sejarah. Melalui pemilihan warna yang bijaksana, proyek ini membentuk pengalaman belajar holistik, mengintegrasikan unsur estetika dan substansi sejarah untuk memastikan anak-anak dapat meresapi dan memahami evolusi beragam unsur dalam sejarah Trowulan dengan lebih mendalam dan menarik.



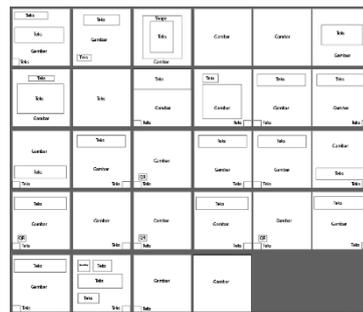
Gambar 5. *Color pallete*
 Sumber: Olahan Penulis, 2024

Perancangan Media

1. Media Utama

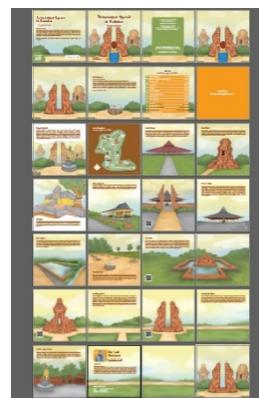
Perancangan media interaktif ini di sesuaikan berdasarkan *keyword* yang telah di tentukan.

a. *Layout* Media Utama



Gambar 6. *Layout Buku*
 Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2024

Dalam buku "Petualangan Sejarah di Trowulan," *layout Axial* dipilih untuk memberikan pengalaman membaca mendalam dan menarik, terutama untuk anak-anak sekolah dasar. Tata letak yang terfokus pada garis sentral memandu pembaca melalui petualangan seru di Trowulan dengan gambar ceria yang menghadirkan suasana bermain anak-anak. Setiap elemen, dari ilustrasi yang hidup hingga teks yang ramah anak, ditempatkan secara cermat untuk meningkatkan pemahaman sejarah sambil mempertahankan daya tarik visual. Dengan *layout Axial* ini, buku ini menciptakan pengalaman belajar yang menyenangkan dan informatif bagi pembaca muda, memperkaya pemahaman mereka tentang sejarah dengan cara yang kreatif dan inspiratif.



Gambar 7. *Desain Cover dan Isi Buku*
 Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2024

Buku ini menampilkan desain dengan warna utama kuning, hijau, biru, *orange*, dan coklat. Dengan total 24 halaman, termasuk 12 halaman ilustrasi, bukunya mengeksplorasi keindahan candi dan situs sejarah. Setiap halaman penuh warna menghadirkan petualangan visual dengan ilustrasi yang memperlihatkan keberagaman dan keindahan situs-situs bersejarah. Warna yang mencolok tidak hanya mengundang pembaca untuk menjelajahi sejarah, tetapi juga menciptakan pengalaman membaca yang berkesan dan penuh warna.

b. Cover Buku

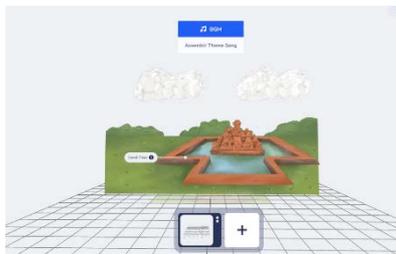


Gambar 8. Cover Buku

Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2024

Cover depan buku ini memperlihatkan ilustrasi tiga candi dan satu karakter anak-anak dengan judul utama buku “Petualangan Sejarah di Trowulan” dan dibawah judul terdapat tulisan “Tentang Situs dan Candi” serta nama ilustrator. Dibagian cover Belakang terdapat Judul buku, deskripsi buku, penjelasan buku berbasis AR agar pengguna mengetahui isi yang ada dalam buku tersebut.

c. Augmented Reality



Gambar 9. Desain Augmented Reality

Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2024

Buku ini menggunakan AR untuk meningkatkan interaktivitas dan pengalaman belajar. Dalam AR ini melibatkan penggunaan ilustrasi 2D, narasi, *background*, dan animasi pada beberapa objek. Dengan cara penggunaan AR menggunakan *scan QR* yang telah diletakan di dalam buku “Petualangan Sejarah di Trowulan”.

2. Media Pendukung

Perancangan media pendukung ini dibuat berdasarkan hasil analisis dan *keyword*. Media pendukung terdiri dari stiker, gantungan kunci, *pamflet*, *x-banner*, kaos, dan *puzzle*.

a. X-banner



Gambar 10. X-Banner

Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2024

X-Banner ini difungsikan sebagai media promosi dalam membranding buku “Petualangan

Sejarah di Trowulan” agar dapat menarik minat pengguna. *X-Banner* ini menampilkan visual dari tiga candi dan berisi QR untuk panduan penggunaan buku “Petualangan Sejarah di Trowulan” adapun teks berupa judul, buku serta deskripsi buku.

b. Pamflet

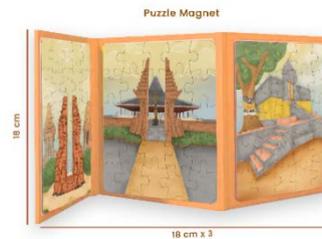


Gambar 1. Pamflet

Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2024

Pamflet ini difungsikan sebagai media promosi petunjuk untuk penggunaan buku “Petualangan Sejarah di Trowulan” dengan ukuran A5 dua sisi *pamflet* ini berisi informasi deskripsi buku, penjelasan buku berbasis AR di bagian depan dan juga cara menggunakan AR dalam buku dibagian belakang.

c. Puzzle



Gambar 2. Puzzle

Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2024

Puzzle ini difungsikan sebagai media pendukung untuk interaktif pada buku “Petualangan Sejarah di Trowulan” agar dapat melibatkan pembaca dalam memahami isi buku dengan menggunakan *puzzle* pembaca dapat mengembangkan keterampilan kognitif. Buku dengan ukuran 18 x 54 cm ini berisi 3 gambar *puzzle* yang berbeda dengan Tingkat kerumitan yang berbeda.

d. Stiker



Gambar 3. Desain Stiker

Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2024

Media pendukung stiker digunakan untuk memvisualisasikan ide kepada pembaca agar lebih mudah mengingat apa yang telah dipelajari. Dengan adanya stiker dapat meningkatkan daya ingat, aktivitas kreatif dan mampu meningkatkan daya tarik pembaca. Stiker ini akan di cetak sesuai dengan pola ilustrasi dengan bahan *vinyl* sehingga tahan lama.

e. Gantungan Kunci



Gambar 4. Desain Gantungan Kunci
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2024

Media pendukung gantungan kunci dibuat dengan bentuk candi-candi bahan gantungan kunci menggunakan bahan akrilik sehingga lebih tahan lama. Bahan gantungan kunci yang aman untuk anak-anak dan bisa diletakan Dimana saja memudahkan anak-anak dalam mengingat tempat sejarah yang telah mereka pelajari dalam buku "Petualangan Sejarah di Trowulan".

f. Kaos



Gambar 5. Desain Kaos

Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2024

Media pendukung kaos sebagai *branding* dan identitas visual pada buku "Petualangan Sejarah di Trowulan". dengan menampilkan ilustrasi pada kaos mampu meningkatkan semangat emosional pembaca dengan merasa lebih terhubung dengan cerita petualangan sejarah di Trowulan.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, perancangan media interaktif berbasis *augmented reality* untuk mengenalkan sejarah Trowulan kepada anak sekolah dasar dengan keyword "*evolution*" memberikan pandangan holistik tentang pengembangan teknologi dalam konteks pembelajaran. Melalui analisis STP, USP, dan SWOT, evolusi teknologi dengan implementasi AR menjadi kunci utama dalam merancang media interaktif ini. Implementasi keyword "*evolution*" dalam pemilihan warna, tipografi, dan layout yang disesuaikan untuk memudahkan pemahaman anak-anak sekolah dasar. Buku berjudul "Petualangan

Sejarah di Trowulan" berbasis *augmented reality* menjadi media utama yang kreatif untuk mengenalkan warisan budaya Trowulan, termasuk situs dan candi, sebagai upaya pelestarian warisan budaya lokal Indonesia. Pada buku, penelitian ini merancang media pendukung lain seperti *puzzle*, *pamflet*, *X-banner*, stiker, dan kaos. Semua elemen ini berkontribusi untuk menciptakan pengalaman pembelajaran yang lebih holistik dan mendalam, menciptakan kesadaran serta mengapresiasi warisan budaya Trowulan di kalangan anak-anak sekolah dasar. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi terhadap perkembangan teknologi pendidikan, tetapi juga menjaga dan memperkenalkan kekayaan budaya Indonesia kepada generasi muda.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan observasi, kurangnya minat anak dalam mempelajari sejarah, dikarenakan kurangnya dukungan pemanfaatan teknologi dalam metode pembelajarannya. Oleh sebab itu saran dari penulis yaitu: Mengembangkan media interaktif untuk pelajar, integrasi multimedia dalam pembelajaran Sejarah, dan melakukan pendekatan kreatif yang mampu memicu imajinasi pelajar.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] R. D. Siahaan, N. Perbina Br Tarigan, S. Sadar, S. Lumban Batu, and Y. Sinaga, "Peduli Sejarah, ITS Surabaya ajak mahasiswa PMM jelajah peradaban Majapahit di Museum Trowulan," vol. 7, pp. 79–83, 2023.
- [2] V. O. Anggraeni and D. Handayani, "Perancangan Buku Informasi Situs Candi Majapahit di Trowulan," *Vis. Herit. J. Kreasi Seni dan Budaya*, vol. 3, no. 1, pp. 35–44, 2021, doi: 10.30998/vh.v3i1.3212.
- [3] V. Yumarni, "Pengaruh Gadget Terhadap Anak Usia Dini," *J. Literasiologi*, vol. 8, no. 2, pp. 107–119, 2022, doi: 10.47783/literasiologi.v8i2.369.
- [4] Puji Asmaul Chusna, "Pengaruh Media Gadget Pada Perkembangan Karakter Anak," *Din. Penelit. Media Komun. Sos. Keagamaan*, vol. 17, no. no 2, p. 318, 2017.
- [5] F. Fujiawati, S. Ulfa, and H. Praherdhiono, "Pendekatan Design Thinking Dalam Perancangan Media Pembelajaran Berbasis Mobile "Teater Tradisional Indonesia,"" *CandraRupa J. Art, Des. Media*, vol. 2, no. 1, pp. 23–28, 2023, doi: 10.37802/candrarupa.v2i1.303.
- [6] E. Y. R. Pratiwi, R. Asmarani, L. Sundana, D. D. Rochmania, C. Z. Susilo, and A. Dwinata, "Analisis Implementasi Kurikulum Merdeka Belajar terhadap Pemahaman P5 bagi Siswa Sekolah Dasar," *J. Basicedu*, vol. 7, no. 2, pp. 1313–1322, 2023, doi: 10.31004/basicedu.v7i2.4998.

- [7] M. Saleh, "Semangat Kebangsaan Berbasis Peristiwa Sejarah Lokal untuk Membangun Kesadaran Sejarah di Sekolah Dasar," *J. Basicedu*, vol. 5, no. 5, pp. 3579–3585, 2021.
- [8] R. Oktafiani, "Perancangan Media Interaktif Pengenalan Alat Musik Tradisional Dan Modern Anak Usia 4-6 Tahun," *J. Sketsa*, vol. 1, no. 1, pp. 1–14, 2014.
- [9] A. Caroline, N. Sinaga, and T. C. Kusumandyoko, "Perancangan Buku Ilustrasi Interaktif Sebagai Media Edukasi Energi Alternatif Bioenergi Untuk Anak Usia 7-12 Tahun," vol. 5, no. 1, pp. 118–132, 2023.
- [10] E. Erna, "Implementasi Augmented Reality sebagai Media Pengenalan Sains Sederhana Pada Anak Usia Dini," *J. RESTI (Rekayasa Sist. dan Teknol. Informasi)*, vol. 2, no. 1, pp. 403–409, 2018, doi: 10.29207/resti.v2i1.337.

Invensi Lingkungan dalam *Café* Kesehatan Studi Kasus: *Café* Rumah Pohon

Rani Hermita¹, Tri Yola Septiani²

¹Desain Interior, Universitas Potensi Utama, Medan, Indonesia
Email: ranihermita88@gmail.com

²Desain Interior, Universitas Potensi Utama, Medan, Indonesia
Email: boxingyola@gmail.com

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

Abstrak: Penelitian ini membahas tentang bagaimana *interior café* sebagai sebuah wadah dalam keseimbangan fisik, jiwa dan pikiran. Penelitian ini menjelaskan bagaimana keseimbangan tersebut terbentuk dengan pendekatan *interior* Invensi Lingkungan, yang merupakan pengaruh sebuah suasana *interior* melalui suhu udara, cahaya, bau serta suara. Metode yang digunakan dalam penelitian ini memakai metode penelitian kuantitatif sedangkan dalam menganalisis data menggunakan statistik deskriptif. Statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana tanpa adanya bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Jenis penelitian kuantitatif merupakan data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik dimana penelitian ini akan melakukan kuesioner terhadap persepsi kesehatan dalam sebuah interior serta pengalaman pengunjung pada *Café* Rumah Pohon yang merupakan salah satu *Café* di kota Medan yang mengusung konsep kesehatan. Selain mengambil data *interior Café* Rumah Pohon untuk mengetahui penerapan elemen yang digunakan seperti suhu udara, cahaya, bau serta suara pada *interior* dikorelasikan dengan keinginan serta pengalaman pengunjung *Café* Rumah Pohon. Penelitian ini menghasilkan temuan keberhasilan *Café* sebuah ruang kesehatan yang dipengaruhi oleh invensi lingkungan dalam sebuah *interior*. Penjelasan ini menunjukkan bahwa keseimbangan jiwa, pikiran serta fisik dihasilkan dari sebuah elemen *interior* yang memberikan sebuah ketenangan dan relaksasi yang sejalan dengan prinsip keseimbangan alam. Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat kepada pengelola *Café* Rumah Pohon dalam menentukan arah pengembangan desain *interior café* sebagai sebuah ruang kesehatan.

Kata Kunci: *Café* Kesehatan; Desain Interior; Invensi Lingkungan

Abstract: This research discusses how the *café interior* is a place for physical, soul and mind balance. This research explains how this balance is formed using the Environmental Invention interior approach, which is the influence of an interior atmosphere through air temperature, light, smell and sound. The method used in this research uses quantitative methods, while analyzing the data uses descriptive statistics. Descriptive statistics are used to analyze data by describing or illustrating the data that has been collected as it is without intending to draw conclusions that apply to the general public. This type of quantitative research is research data in the form of numbers and analysis using statistics where this research will conduct a questionnaire on the perception of health in an interior as well as the experiences of visitors at the Rumah Tree *Café* which is one of the *Cafés* in the city of Medan that carries the concept of health. In addition to taking data on the interior of the Tree House *Café*, to find out how the elements used, such as air temperature, light, smell and sound in the interior, are correlated with the desires and experiences of visitors to the Tree House *Café*. This research resulted in findings about the success of the *Café*, a health space which was influenced by environmental inventions in an interior. These findings show that mental, mental and physical balance is produced by an interior element that provides calm and relaxation in line with the principles of natural balance. It is hoped that this research will provide benefits to the Tree House *Café* managers in determining the direction of developing the *café's interior design* as a health space.

Keywords: Design interior; Environmental Inventions; Health *Café*

PENDAHULUAN

Dalam teori lingkungan sekitar, istilah sekeliling merujuk kepada aspek selain visual dalam

sebuah ruang. Aspek lain membentuk perbedaan pengalaman pada setiap pengguna ruang. Aspek dari sekeliling ini

seperti, suhu udara, cahaya, bau serta suara. Invensi Lingkungan merupakan istilah yang digunakan sebagai aspek suhu udara, cahaya, bau serta suara yang di invensikan dalam sebuah desain *interior* [6]. Terdapat berbagai pernyataan yang menyebutkan bahwa efek dari invensi akan menghasilkan perbedaan pendapat dalam ruang yang terdapat pada sebuah desain untuk meningkatkan suasana dalam ruang tersebut. Salah satu contoh dalam studi suhu udara misalkan, suhu di atas 40 derajat celsius atau suara di atas dari 120 desibel yang akan membuat ruangan tidak layak untuk ditempati. Semua aspek dalam invensi harus dapat di terima dan selain itu tidak ada satupun aspek dari invensi yang boleh menonjol semua harus seimbang. Karena disebabkan jika terdapat satu stimulus yang lebih menonjol atau lebih ekstrim sehingga akan terjadi ketidaknyamanan dan stres pada seseorang.

Aspek invensi dalam desain ruang terbagi menjadi [6]:

- a. Suhu Udara, perbedaan suhu udara pada suatu ruangan dapat disebabkan oleh cahaya dan panas matahari, keterangan lampu serta ketersediaan udara dan angin ada atau tidaknya penghawaan buatan atau alami.
- b. Cahaya memiliki efek psikologi apabila berlebih akan menghasilkan kerusakan pada mata, selain itu cahaya juga akan mempengaruhi seseorang dalam menggunakan ruangan tersebut.
- c. Bau juga memiliki efek psikologi terhadap penggunaannya yang menghasilkan ketidaknyamanan seseorang terhadap ruangan tersebut. Bau juga berpengaruh terhadap kesehatan badan seperti polusi udara, bau rokok serta bau lingkungan yang tidak sedap.
- d. Suara juga dapat diukur melalui besar *decibel* serta mempengaruhi psikologi. Selain memberikan dampak buruk pada kesehatan fisik suara yang terlalu keras akan menimbulkan ketidaknyamanan pengguna ruangan.

Menurut kementerian pariwisata pada tahun 2017 memaparkan bahwa pariwisata kesehatan merupakan suatu perjalanan dengan tujuan untuk menyembuhkan kejiwaan dan mental yang dilakukan oleh yang memiliki kondisi sehat yang tidak dalam kondisi sedang sakit. Praktik pariwisata kesehatan memberikan sebuah tujuan perjalanan spiritual, budaya serta wisata alami. Dimana selain melakukan perjalanan wisata dapat menikmati keindahan tempat yang dikunjungi, sehingga membangun keseimbangan pikiran dan fisik.

Pada saat ini kota Medan mulai berkembang menjadi wadah wisata kesehatan. Melalui kegiatan yoga, penyembuhan dengan metode air serta penyembuhan dengan cara tradisional, yang dapat dipercaya untuk menyeimbangkan mental pada seseorang [5]. Gaya hidup yang sehat juga harus dengan diimbangi dengan makan makanan sehat seperti sayur dan buah. Dengan perkembangan gaya

hidup yang sehat dan seimbang ini menjadi faktor yang paling utama munculah *café* yang bertema *café* kesehatan yang menyajikan makan makanan sehat dan konsep yang digunakan memiliki prinsip tentang keseimbangan alam dan spiritual dalam membangun *café* tersebut, serta mempertimbangkan desain interiornya dalam penataan ruangan seperti suhu udara, cahaya, bau serta suara, sebagai elemen yang sangat penting dalam menciptakan keseimbangan pikiran dan fisik [7].

Terkait penelitian Invensi Lingkungan dalam *Café* Kesehatan Studi Kasus: *Café* Rumah Pohon, penelitian ini hampir sama dengan penelitian yang pernah dibahas oleh Ni Kadek Yuni Utami yang membahas tentang *Café* Kesehatan. Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang *Café* Kesehatan, sedangkan perbedaan terletak pada tempat penelitiannya. Penelitian yang penulis kaji yang menjadi objek penelitian merupakan *Café* Rumah Pohon di Kota Medan sedangkan objek penelitian yang dilakukan oleh Ni Kadek Yuni Utami pada *Clear Café* Ubud yang berada di Bali [10].

METODE PENELITIAN

Penelitian kali ini menggunakan kuesioner untuk memperoleh data mengenai pengaruh dan suasana *interior* berdasarkan keinginan serta pengalaman terhadap responden untuk mencapai kesehatan. Kuesioner diberikan pada 50 pengunjung *Café* Rumah Pohon yang dapat diisi melalui *Google Form* yang hanya memfokuskan pada elemen suasana ruangan seperti dalam suhu udara, pencahayaan, bau serta suara yang disatukan dengan keseimbangan pikiran dan fisik. Pertanyaan yang diberikan untuk mendapatkan data berupa pertanyaan dalam bentuk pilihan berganda untuk suasana ruangan yang diinginkan oleh pengunjung *café*, untuk mendapatkan informasi tentang pengalaman pengunjung terhadap *Café* Rumah Pohon penelitian ini memakai metode penelitian kuantitatif sedangkan dalam menganalisis data metode yang digunakan berupa statistik deskriptif. Statistik deskriptif dipakai untuk menganalisis sebuah data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan suatu data yang telah terkumpul. Penelitian kuantitatif merupakan data penelitian berupa angka dan analisis menggunakan statistik dimana penelitian ini akan melakukan kuesioner terhadap persepsi kesehatan dalam sebuah *interior* serta pengalaman pengunjung pada *Café* Rumah Pohon jenis pertanyaan yang diberikan dikombinasikan antara pertanyaan langsung dan pertanyaan pilihan berganda dalam skala *linear* dengan batas 1-5 yaitu dimana 1 merupakan pernyataan sangat tidak setuju sedangkan 5 adalah pernyataan setuju [8]. Tinjauan yang dilakukan dilakukan pada bulan Mei 2023 yang diproses menggunakan *Google Form* yang disebarkan kepada pengunjung *Café* Rumah Pohon untuk mengetahui tentang penerapan suhu udara, cahaya, bau serta suara yang digunakan pada desain

interior untuk mencapai keseimbangan pikiran dan fisik. Kemudian data yang didapatkan berdasarkan dari responden para pengunjung *café* kemudian disamakan dengan kondisi yang terjadi pada *Café* Rumah Pohon untuk mempengaruhi suasana ruangan yang digunakan pada *café* kesehatan. Berikut ini merupakan hasil dari responden pembangian kuesioner kepada 50 pengunjung *Café* Rumah Pohon hasil tersebut dapat dilihat pada Tabel 1 yaitu:

Tabel 1. Hubungan Antara Invensi Lingkungan dengan Kesehatan Pengunjung *Café* Rumah Pohon.

N o	Invensi Kesehatan	Keter sediaa n	Keseh atan Tubu h	Kesehata n Pikiran	Kese hata n Jiwa
Suhu Udara					
1	Suhu udara yang sesuai untuk kenyamanan	√	75%	80%	78%
2	Udara yang masuk kedalam ruangan	√	85%	78%	73%
3	Pemasukan unsur vegetasi dalam ruangan	√	75%	80%	78%
Cahaya					
1	Pencahayaan alami	√	75%	80%	78%
2	Jendela dan pintu dengan bukaan	√	70%	78%	70%
3	Ruang <i>Outdoor</i> dan <i>Indoor</i> untuk masuknya cahayanya	√	60%	66%	65%
4	Jenis lampu yang beraneka ragam	√	70%	65%	50%
5	Intensitas penerangan yang baik dalam ruangan	√	64%	66%	70%
Bau					
1	Jenis bau untuk ketenangan (Aroma terapi)	√	87%	73%	70%
2	Bunga dan daun yang	√	53%	76%	79%

N o	Invensi Kesehatan	Keter sediaa n	Keseh atan Tubu h	Kesehata n Pikiran	Kese hata n Jiwa
Suhu Udara					
	mengeluarkan aroma wangi				
3	Material yang digunakan yang tidak mengeluarkan bau zat kimia	√	60%	60%	62%
Suara					
1	Musik yang lembut	√	75%	73%	77%
2	Tingkat <i>volume</i> suara <i>music</i> yang sesuai	√	85%	83%	66%
3	Suasana interaksi sesama manusia	√	50%	46%	56%

Sumber: Hermita, 2023

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Suhu Udara

Suhu ruangan yang terlalu rendah atau tinggi dapat menimbulkan perasaan yang negatif bagi pengunjung dan akan berdampak pada ketidaknyamanan pengguna ruangan. Penelitian yang dilakukan oleh Abbasi terhadap pengaruh suhu ruangan mempengaruhi psikologis yang menyebutkan bahwa terdapat perbedaan fungsi otak, respon tubuh dan detak jantung manusia berada pada suhu yang standar sekitar 22° C dan suhu yang tinggi berada pada kisaran 30° C dan suhu yang terendah berada pada 18° C [1].

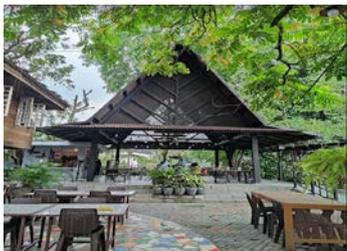
Penelitian ini akan menjelaskan bahwa ketidaksesuaian ruangan akan memberikan dampak terhadap respon psikologis dan juga bagaimana tingkat kemampuan seseorang dalam beraktifitas, sehingga memberikan suhu udara yang nyaman dalam meningkatkan performa pada saat berada di dalam ruangan. Suhu ruangan *Café* Rumah Pohon berkisaran antara 22-26° C pengukuran suhu udara pada *café* rumah pohon menggunakan alat ukur suhu ruangan seperti *temperature* untuk mengukur suhu ruangan [3] yang dipengaruhi oleh desain *interior* dengan bukaan yang besar area tempat duduk dapat dilihat pada Gambar 1, Gambar 2 dan Gambar 3 terkait suhu udara di *Café* Rumah Pohon.



Gambar 1. Suhu Udara *Café* Rumah Pohon (Hermita, 2023)



Gambar 2. Suhu Udara *Café* Rumah Pohon (Hermita, 2023)



Gambar 3. Suhu Udara *Café* Rumah Pohon (Hermita, 2023)

Berdasarkan dari hasil kuesioner, sebagian besar pengunjung >66,67% lebih setuju, bahwa suhu udara yang terasa nyaman dapat mempengaruhi tubuh, pikiran serta jiwa seseorang. Kenyamanan tubuh seseorang dapat memberikan ketenangan pikiran dan jiwa. Responden 83,3% lebih menyetujui bahwa kebutuhan udara yang mengalir ke dalam ruang akan memberikan pengaruh terhadap reaksi tubuh mereka, bahkan ada yang 90% setuju bahwa udara segar yang mengalir kedalam ruangan akan memberikan ketenangan pikiran, dan 67,7% mengakui bahwa udara yang mengalir juga termasuk bagaimana manusia merespon energi dari alam semesta sehingga mampu menciptakan harmoni dalam ruang. Berdasarkan dari penjelasan di atas dapat ditarik sebuah hipotesa bahwa untuk mencapai sebuah interior yang mendukung keseimbangan fisik, pikiran dan jiwa, sehingga interior harus dapat menerapkan suhu atau temperatur yang sesuai dengan standar yang nyaman yaitu sekitar 22-26° dengan keadaan udara yang mengalir secara maksimal kedalam ruangan. Interior seperti ini bisa didapat dengan memberi bukaan besar pada sumber datangnya aliran udara, menggunakan material-material yang dapat meredam panas, baik dari segi warna ataupun dari spesifikasi material itu sendiri,

serta penggunaan vegetasi dalam ruangan.

b. Cahaya

Pencahayaan yang digunakan oleh *Café* Rumah Pohon didapatkan dari mengoptimalkan cahaya matahari melalui pengaturan *open plan layout* yang masuk melalui pengaturan tata letak pada ruangan terbuka. Cahaya matahari yang masuk pada celah terbuka disamping area tempat duduk di samping area tempat duduk banyak pohon bertujuan agar cahaya matahari yang ada tidak langsung dipantulkan sinarnya ke tempat tersebut sehingga memberikan kesan natural dan memberika pengaruh terhadap emosi dan nyaman para pengunjung *café* [11]. Dapat dilihat pada Gambar 4, Gambar 5, dan Gambar 6. terkait pencahayaan.



Gambar 4. Cahaya Pada *Café* Rumah Pohon (Hermita, 2023)



Gambar 5. Cahaya Pada *Café* Rumah Pohon (Hermita, 2023)



Gambar 6. Cahaya Pada *Café* Rumah Pohon (Hermita, 2023)

Intensitas dalam penerangan pada interior *café* Rumah Pohon divariasikan dengan penataan tanaman dan pohon-pohon dari arah sumber cahaya, sehingga cahaya matahari tetap masuk, namun panas yang dihasilkan dapat diredam dengan sangat baik. Sedangkan penerangan buatan atau lampu buatan yang digunakan oleh *café* Rumah Pohon berupa *spot light* untuk menerangi ruangan yang bertujuan untuk memberikan kesan ketenangan.

Berdasarkan hasil kusioner dari para pengunjung, sebanyak 70% responden setuju

terhadap penchayaan alami terhadap kesehatan tubuh, 70% responden setuju bahwa pencahayaan alami bisa memberikan perasaan tenang. Cahaya matahari merupakan sumber energi dan cahaya yang menciptakan kehangatan sebagai faktor keberlangsungan makhluk hidup [11].

c. Bau

Setiap manusia dapat mencium bau dengan baik. Bau yang sering tercium, seperti bau harum atau bau yang tidak sedap yang dapat membangkitkan memori yang meredakan kekhawatiran serta *stress* yang di hasilkan oleh bau yang tidak sedap. Beberapa jenis bau juga dapat meningkatkan kesehatan tubuh yang digunakan sebagai media dalam perawatan diri dan kesehatan. Seperti bau *lavender*, *green tea*, dan *rosemary* yang dapat menstimulasi ketenangan dan relaksasi. Beberapa bau aromaterapi baik untuk kesehatan tubuh. Aromaterapi dapat memberikan kesegaran pada ruangan, menciptakan suasana ruangan yang tenang meningkatkan konsentrasi dalam melakukan aktivitas di dalam ruangan.

Banyaknya penelitian yang sejalan dengan hubungan antara penggunaan aromaterapi sangat baik untuk kesehatan tubuh. Berdasarkan hasil observasi dan kuesioner terhadap pengunjung *café* Rumah Pohon, penggunaan aromaterapi dalam interior telah diterapkan dalam interior ruangan. Jenis aromaterapi yang diterapkan seperti aroma tanaman sereh, eucalyptus, dan juga tanaman herbal lainnya untuk mendukung terciptanya suasana nyaman pada interior *café* Rumah Pohon. Dapat dilihat pada Gambar 7. dan Gambar 8. tentang bau [2].



Gambar 7. Bau pada *Café* Rumah Pohon yang Berasal dari Wangi Pohon Pinus (Hermita, 2023)



Gambar 8. Bau pada *Café* Rumah Pohon yang Berasal dari Tanaman Herbal (Hermita, 2023)

Responden 90% yang setuju terhadap aroma yang mereka cium dalam ruang tersebut dapat mempengaruhi reaksi tubuh mereka seperti lebih

tenang dan nyaman. 73.3% menyatakan bahwa aroma yang berasal dari tumbuhan memberikan perasaan yang tenang dan mempengaruhi konsentrasi mereka didalam ruang. 90% responden menyatakan bahwa lebih nyaman menghirup bau yang keluar langsung secara alami dari tanaman atau bunga yang diletakkan dalam ruangan. Merujuk dari data tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa, bau yang dihasilkan dari tumbuhan atau pewangi memiliki peranan yang sangat penting dalam menciptakan kesehatan dalam ruangan. Penggunaan aromaterapi dengan bau khas seperti Sereh, dan tanaman herbal lainnya dapat mempengaruhi keseimbangan tubuh, pikiran dan jiwa seseorang. Aromaterapi dalam ruangan dapat berupa penggunaan minyak atsiri yang *diffuse* ke udara, dan tanaman serta bunga yang mengeluarkan bau alami. Selain itu, penggunaan material pada interior yang tidak memiliki bau kimia yang berbahaya turut serta dalam memberikan pengaruh terhadap kesehatan didalam ruangan.

d. Suara

Suara merupakan persepsi sensorik yang memiliki pola yang dapat dihasilkan dari suara musik, kebisingan dan percakapan. Suara yang mengganggu dapat mempengaruhi pikiran yang dihasilkan oleh tubuh pada saat menjalankan aktivitas.

Pada interior *Café* Rumah Pohon, terdapat beberapa unsur suara yang dapat didengarkan diantaranya percakapan para pengunjung, suara musik yang diputar pada *café*, suara percakapan antara *staff* yang bekerja di *café* tersebut serta suara angin yang berhembus mengenai daun-daun pepohonan. Dapat dilihat pada Gambar 9. dan Gambar 10. mengenai suara [9].



Gambar 9. Suara pada *Café* Rumah Pohon yang Berasal dari Hembusan Angin (Hermita, 2023)



Gambar 10. Suara pada *Café* Rumah Pohon yang Berasal dari Percakapan Pengunjung (Hermita, 2023)

Data yang didapat berdasarkan kuisioner mengenai suara sebanyak 83% memberikan respon setuju bahwa suara musik dan *sounds* dapat mempengaruhi perasaan dan emosional serta meningkatkan kreativitas seseorang. Musik merupakan bahasa universal, musik juga dapat dijadikan sebuah pengantar pada waktu sedang istirahat. Sama halnya dengan spiritual, musik dapat dijadikan sebagai media dalam menyampaikan harapan, pesan, ekspresi, dan lain sebagainya. Musik dengan jenis tertentu dapat mempengaruhi perasaan, pikiran dan juga kesehatan tubuh, terutama bagi musik-musik lembut dan menenangkan [4]. Dimana terdapat kaitan antara musik dan spiritual, seperti motivasi, penyembuhan, ketenangan, dan ekspresi emosional yang muncul. Musik telah dijadikan sebagai media pengantar spiritual dan untuk menciptakan energi dalam hal ini disetujui oleh 66,7% dari responden. Hal ini menguatkan kesimpulan bahwa jenis musik yang lembut seperti jazz, dan spiritual dapat dipilih sebagai pendukung dalam menciptakan kesehatan tubuh serta pikiran dalam ruangan. *Sounds* dapat dihasilkan dari penempatan vegetasi yang berada di area sumber angin.

Dari analisis mengenai suara tersebut dalam dimensi kesehatan pada ruangan *café* Rumah Pohon, dapat ditarik kesimpulan bahwa untuk mencapai suatu ruangan yang mendukung keseimbangan pikiran, jiwa, dan tubuh suara musik dan *sounds* lembut dengan jenis musik jazz sangat dibutuhkan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menemukan bahwa invensi kesehatan pada *interior Café* Rumah Pohon, memberikan pengaruh yang penting terhadap terwujudnya proses keseimbangan fisik dan pikiran. Keseimbangan dalam elemen *interior* menghasilkan ketenangan dan relaksasi yang sejalan dengan prinsip keseimbangan alam. Jika dilihat dari segi *factor* invensi kesehatan dalam *Café* Rumah Pohon, baik penerapan suhu udara, cahaya, bau serta bau memiliki persamaan pada *interior café* pada umumnya yang memberikan kenyamanan terhadap para pengunjungnya. Tetapi terdapat beberapa penerapan terhadap suatu pemikiran pada desain yang diinginkan oleh para pengunjung agar sesuai dengan konsep kesehatan. Pemikiran yang dimaksud merupakan dengan menghargai keindahan alam semesta, pendekatan dengan alam serta sumber energi alami yang didapat yang tidak mencampur adukan material-material yang merusak keindahan lingkungan dalam mewujudkan sebuah desain *interior* yang baik terhadap para pengunjung *Café* Rumah Pohon.

Sebagai pedoman, dalam menciptakan sebuah desain ruangan yang baik bagi para pengunjung *café*, dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- a. Ruangan *café* dengan perencanaan semi terbuka dapat diterapkan dengan penggunaan material-

material yang mampu meneruskan Suhu udara yang terdapat di *Café* Rumah Pohon berkisar antara 22° C – 25° C sehingga harus menggunakan material yang mampu meredam panas dengan baik. Suhu udara yang baik dan kedekatan dengan alam dapat diperoleh dengan menggunakan konsep biofilik yang dapat dijadikan sebagai konsep dalam merancang sebuah ruangan.

- b. Ruangan pada *Café* Rumah Pohon yang menggunakan konsep semi terbuka sehingga dapat meneruskan cahaya alami yang masuk ke dalam ruangan yang tertutup. Intensitas cahaya yang sesuai dengan kegiatan pada *café* tersebut. Selain itu *Café* Rumah pohon juga bisa melakukan padu padan dalam menambahkan cahaya buatan selain cahaya alami yang berasal dari sinar matahari. Kemudian cahaya buatan yang digunakan tidak terlalu mencolok sehingga tidak bertentangan dengan konsep yang diterapkan pada *Café* Rumah Pohon yaitu konsep kesehatan.
- c. Pada penggunaan aromaterapi sebaiknya menggunakan aroma yang lebih lembut sehingga membuat yang menghirupnya terasa lebih nyaman. Aromaterapi yang digunakan bisa berbau *lavender*, sereh dan aroma bunga yang lembut.
- d. Pada penggunaan suara musik diharapkan memutar musik yang lembut sehingga yang mendengar alunan musik tersebut menjadi terasa lebih tenang.

SARAN

Berdasarkan penelitian ini, diharapkan bagi pengelola *café* dapat meningkatkan fasilitas yang ada di *café* Rumah Pohon sehingga memberikan kesan nyaman bagi pengunjung, serta membuat pengunjung betah dan ingin kembali lagi berkunjung.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abbasi, A. M., Motamedzadeh, M., Aliabadi, M., Golmohammadi, R., & Tapak, L. (2019). The impact of indoor air temperature on the executive functions of human brain and the physiological responses of body. *Health Promotion Perspectives*, 9 (1), 55–64. <https://doi.org/10.15171/hpp.2019.07>. [Akses: 27 September 2023]
- [2] Agustini, N. M. Y. A., & Sudhana, H. (2014). Pengaruh Pemberian Aromaterapi Terhadap Konsentrasi Siswa Kelas V Sekolah Dasar dalam Mengerjakan Soal Ulangan Umum. *Jurnal Psikologi Udayana*, 1(2), 271–278. <https://doi.org/10.24843/jpu.2014.v01.i02.p06>. [Akses: 03 Oktober 2023]
- [3] Ajie. (2016). Mengukur suhu dan kelembaban udara dengan sensor DHT11 dan arduino. <http://saptaji.com/2016/08/10/mengukur-suhu->

- [dan-kelembaban-udara-dengan-sensor-dht11-danarduino/](#). [Diakses: 3 Desember 2023]
- [4] Carr, David. (2008). Music, Spirituality, and Education. *Journal of Aesthetic Education*, vol. 42, no. 1, 2008, pp. 16–29. JSTOR, www.jstor.org/stable/25160263. Accessed [Akses: 11 Desember 2023.]
- [5] Citrayanthi, NM. (2015). “Ubud is Calling Me”: Yoga Tourism and Development in Vibrant Ubud, Bali. *Cultural Anthropology & Development Sociology*. Leiden University. https://www.academia.edu/13948739/_Ubud_is_Calling_Me_Yoga_Tourism_and_Development_in_Vibrant_Ubud_Bali [Akses: 30 Oktober 2023]
- [6] Heimstra, Norman.W (1978). *Environmental Psychology*. Brooks/Cole Pub. Co; 2nd edition , 47-54
- [7] Ozcan, H. (2006). Healing design: A holistic approach to social interaction in pediatric intensive care units in the United States and Turkey. PhD Dissertation, 243–260. [Akses: 27 September 2023]
- [8] Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, penerbit Alfabeta, Bandung
- [9] Ticker, C. (2017). Music and the Mind: Music’s Healing Powers. *Musical Offerings*, 8(1), 1–12. <https://doi.org/10.15385/jmo.2017.8.1.1>. [Akses: 30 Oktober 2023]
- [10] Utami Yuni Kadek Ni. Ambient Intervention Dalam Wellness Café Studi Kasus: Clear Café Ubud. *Waca Cipta Ruang: Jurnal Ilmiah Desain Interior*, Vol.8 No.1 Bali. 2022. <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/wacaciptarung/article/view/6928>. [Akses: 30 Oktober 2023]
- [11] Wael, A., & Adel, M. (2005). Natural Lighting as a Factor in Providing a Healthy Environment in a Building. Approved by the Examining Committee. Faculty of Engineering Cairo University. Giza Egypt

