

PENCIPTAAN KOMUNIKASI VISUAL PERANCANGAN PROGRAM EDUTAINMENT “SERI AKTIVITAS ALAM: GUNUNG MELETUS”

Andreas James Darmawan¹; Dyah Gayatri Putri²

^{1,2} New Media Department; School of Design, BINUS University
Jln. K.H. Syahdan, No. 9, Palmerah, Jakarta Barat 11480
james.darmawan@binus.edu¹; dyah@binus.edu²

ABSTRACT

This research is the continuation of previous research. The research is included in the creation of visual communication solutions on how a process of visual communication strategy can contribute a persuasive invitation. Research aims to expose the solution in the realm of visual communication. The research applied qualitative method. It began with the development of communicators becoming a mascot, continued on the delivery of messages through the comics, and invited children as audience target for design experience with game and gimmick. Result of the research is the visual design, as well as including the process of visual communication creation. As a conclusion, creating a visual communication solution could be carried out by the same method, similar matching scope, as well as the contents adjusted with new needs.

Keywords: *children, nature activity of mountain eruption, visual solutions, visual communication, design strategies*

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan kelanjutan dari penelitian sebelumnya. Penelitian masuk ke ranah penciptaan solusi komunikasi visual tentang proses strategi komunikasi visual yang dapat berperan sebagai ajakan persuasif. Penelitian bertujuan untuk memaparkan solusi pada ranah komunikasi visual. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif, dimulai dengan pengembangan komunikator menjadi maskot, berlanjut pada penyampaian pesan melalui komik, serta mengajak anak-anak sebagai target untuk mengalami pengalaman desain dengan permainan dan gimmick. Hasil penelitian berupa desain visual yang meliputi proses pembuatan komunikasi visual. Simpulan penelitian adalah penciptaan solusi komunikasi visual dapat dilakukan dengan metode yang sama, lingkup yang senada, serta isi yang disesuaikan kebutuhan baru.

Kata kunci: *anak-anak, aktivitas alam gunung meletus, solusi visual, komunikasi visual, strategi desain*

PENDAHULUAN

Bencana alam bagi anak-anak merupakan sebuah yang tidak hanya menakutkan, tetapi juga membingungkan. Tidak banyak dari keluarga yang tinggal dalam lingkungan rawan bencana alam mengajarkan tahapan evakuasi dan pengertian yang mendalam mengenai tanda-tanda sebelum terjadinya bencana alam. Dalam realisasi pada penelitian sebelumnya (Darmawan & Putri, 2015), penulis melakukan kerja sama riil dengan lembaga sosial masyarakat internasional yang bergerak khusus bagi anak-anak, World Vision divisi Indonesia. Melalui lembaga ini penulis secara riil mendapatkan sebuah kebutuhan komunikasi visual dalam menciptakan jembatan komunikasi yang mempertemukan anak-anak pada bentuk pengajaran dengan pendekatan visual yang tepat dan efisien. Karena Indonesia menjadi salah satu negara yang rawan bencana alam, Indonesia harus mempunyai standar penanganan yang baik terhadap dampak bencana alam.

Untuk menciptakan jembatan komunikasi ini, penulis melakukan pembatasan lingkup, yaitu segala sesuatu yang berkaitan dengan gunung meletus. Alasan pemilihan lingkup ini adalah letak geografis negara Indonesia yang menjadi pertemuan lempeng benua dan sekaligus membawa jalur gunung merapinya. Selain itu, penulis juga mendapatkan data yang lengkap mengenai aktivitas gunung meletus ini dari peristiwa Gunung Merapi, Yogyakarta, yang menjadi salah satu program bantuan dan pemulihan pascabencana dari TFI (Teach For Indonesia), Binus University.

Setelah mendapatkan berbagai masukan, kesan yang tidak mengancam dan menakuti anak merupakan hal yang penting untuk diberikan. Penulis menggunakan pendekatan *edutainment* agar anak mau melibatkan diri dan membuka diri terhadap pesan yang mau ditanamkan. Kata bencana pun diganti dengan aktivitas alam, sehingga memberikan kesan positif dan umum terjadi.

Dunia anak penuh dengan warna dan keceriaan. Makin penulis menyelami teori-teori yang terkait, penulis makin memahami pendekatan untuk anak-anak memerlukan visualisasi yang menarik dan atraktif. Hal itu disebabkan yang dibutuhkan dalam mengomunikasikan pesan pada anak adalah bagaimana anak mengalami pengalaman dalam menerimanya. Hal ini yang disebut dengan *experience design*. Dengan demikian media maskot sangat diperlukan sebagai penghubung komunikasi. Hal ini juga karena disesuaikan dengan fase penerimaan artistik visual anak. Selain itu, penulis juga memberi beberapa pendekatan visual seperti tambahan *emphasis* dengan *stroke* sapuan kuas, lis hitam pada komik, dan pemilihan warna primer dan sekunder yang memiliki *tone* cerah.

Penentuan media dilakukan dengan membuat maskot sebagai perwakilan komunikator. Setelah itu membuat pengalaman desain dengan media permainan dan kreativitas anak. Baru setelah semuanya dilakukan, penulis membuat *reminder* berupa buku komik dan tas evakuasi ketika aktivitas gunung meletus terjadi. Daftar media yang akan dibuat pada "Seri Aktivitas Alam: Gunung Meletus" adalah sebagai berikut: komunikator berupa maskot, media buku panduan berupa komik, *experience design* melalui *board game*, *experience design* dari kreativitas anak, *edutainment* melalui alat peraga, dan *reminder* berupa tas siaga.

METODE

Dalam penyelesaian solusi pada lingkup komunikasi visual, penulis menggunakan metode kualitatif. Selain penerapan landasan teori keilmuan DKV yang dibahas dalam Darmawan dan Putri (2015), penelitian juga melakukan pendekatan *brainstorming* dengan target. Selain itu, penelitian melakukan banyak komunikasi sebagai pertimbangan riil, baik dari segi pendanaan mandatoris maupun pencarian sponsor guna perwujudan solusi komunikasi visual yang aplikatif bagi target.

Penulis juga mempertimbangkan tren baik cara komunikasi maupun pemilihan media yang tepat bagi targetnya. Ong et al (2014) menyatakan bahwa komunikasi yang tepat guna dibutuhkan untuk waspada bencana lebih bermanfaat bagi targetnya. Lebih jelas, Ong et al (2014) menyatakan:

“Communication is a big process that the organizations need to ponder on and prioritize. The proponents figured a way to maximize current technology trends to aid in disaster response and enable functions that will focus on information quality and coordination.” (Ong et al, 2014:2).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Semiotika visual pada logo merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah komunikasi visual. Menurut Tinarbuko (2010), semiotika pada logo perlu diperhitungkan untuk menyampaikan pesan visual secara cepat. Dengan demikian penciptaan awal dilakukan untuk mendapatkan kesan yang menakutkan dan mencekam. Hal ini dituangkan dalam visualisasi sebagai berikut.



Gambar 1 Alternatif Logo Awal
(Sumber: Karya Visual Penulis)

Dalam alternatif ini penulis mencoba masukan kombinasi yang harmonis dengan logo media kategori gunung meletus. Namun karena tidak sesuai dengan pendekatan psikologis target, penulis mencoba pendekatan yang bukan ancaman. Untuk itu penulis melakukan pendekatan yang lebih *friendly*, dengan melakukan sketsa yang lebih lucu, melepaskan diri dari jenis *font* yang dibuat sendiri agar hasilnya memiliki diferensiasi (Gambar 2).



Gambar2 Sketsa Logo Revisi
(Sumber: Karya Visual Penulis)

Setelah proses sketsa ini, penulis melanjutkan proses dengan pewarnaan dan komputerisasi. Hal ini dilakukan supaya mendapatkan bentuk jadi dari logo ini (Gambar 3).



Gambar 3 Pewarnaan Logo Revisi
(Sumber: Karya Visual Penulis)

Dengan masukan dari berbagai narasumber, penulis melakukan perubahan *outline* untuk memperkuat vebal yang terkandung pada logo yang termasuk kategori aktivitas alam. Untuk kategori logo serial, penulis juga menerima masukan untuk menyesuaikan perubahan yang akan dilakukan. Untuk itu, baik logo serial maupun kategori aktivitas alam dilakukan perubahan baik dari segi *outline* maupun segi tekstur.

Jenis tekstur yang diberikan penulis hanya berupa *noise* titik-titik. Hal ini dilakukan untuk menambah sentuhan alami, sedikit kasar, dan lebih natural. Terakhir penulis juga melakukan penambahan dimensi dengan sistem bayangan yang terdapat pada setiap huruf yang mengandung warna yang memiliki intensitas gelap-terang di bawah 50%. Selain dari pada itu penulis juga mengadakan perubahan pada huruf “g” pada logo kategori aktivitas alam (lihat Gambar 4). Alasannya dilakukan hal ini adalah untuk menambah *readability* (keterbacaan) pada logo itu sendiri.



Gambar 4 Finalisasi Logo Revisi
(Sumber: Karya Visual Penulis)




Untuk penciptaan karakter maskotnya, penulis mencoba untuk mengaitkan pemilihan wujud maskot dengan ciri-ciri praterjadi aktivitas alam, baik aktivitas gunung meletus maupun aktivitas lainnya. Terdapat beragam ciri sebelum terjadinya aktivitas alam, masing-masing bencana memiliki ciri khas masing-masing namun ada satu hal yang cenderung sama, yaitu perubahan tingkah laku hewan sekitar zona prabencana. Hal ini yang membuat penulis yakin untuk mengangkat hewan sebagai maskot pembawa pesan siaga bencana kepada anak-anak.

Selain dari pada itu, pemilihan jenis hewan sebagai maskot juga penulis mencoba mengambil jenis binatang yang khas di Indonesia agar memiliki kedekatan dengan target anaka-anak Indonesia. Tidak hanya itu, penulis mempertimbangkan pula karakter dari jenis hewan yang terpilih untuk pembentukan citra maskot dan pengembangan baik untuk alur komik maupun *items* lainnya.

Tabel 1 Skema Binatang Terpilih



Gambar	Jenis	Karakter	Lokasi
	Badak Bercula Satu	Karena bertubuh besar dan gemuk, karakternya dibuat menjadi lambat dan santai namun memiliki tubuh yang kuat	Perwakilan binatang / target di lokasi Jawa
	Harimau Sumatra	Sebagai karnivora, maka karakternya pemberani namun kadang sembrono dalam mengambil keputusan	Perwakilan binatang / target di lokasi Sumatra

Tabel 1 Skema Binatang Terpilih (lanjutan)




Gambar	Jenis	Karakter	Lokasi
	Anoa	Seperti cerita mitos kancil, karakter yang ini akan dibuat sebagai tokoh utama yang paling cerdas dan lincah	Perwakilan binatang / target di lokasi Sulawesi
	Anak Orang Utan	Karena mukanya yang imut-imut, karakternya dibuat sebagai tokoh terkecil yang polos dan perlu bimbingan ketika bencana terjadi	Perwakilan binatang / target di lokasi Kalimantan
	Cendrawasih	Sebagai satu-satunya karakter yang bisa terbang, tokoh ini buat sebagai wanita dan sebagai informan pertama ketika terjadinya bencana	Perwakilan binatang / target di lokasi Irian

(Sumber: <http://fotohewan.info>)





Tabel 2 Strategi Visual Pembentukan Karakter Maskot

Strategi visual	Sketsa
Gaya visual "chibby", penulis berusaha mengikuti tren yang ada di tengah anak-anak, yang menyukai karakter yang imut-imut dengan proposi yang berkepala besar dan berbadan kecil.	
Gaya visual "dolly", penulis juga mencoba membuat karakter bernuansa bersagabat, dengan gestus yang menyerupai boneka yang enak untuk dipeluk.	







Tabel 2 Strategi Visual Pembentukan Karakter Maskot (lanjutan)

Strategi visual	Sketsa
<p>Gaya visual "cubism", penulis mencoba untuk memasukkan gaya yang bernuansa serba geometris, dengan tampilan visual (baik karakter dan background nantinya) yang serba kotak-kotak.</p>	
<p>Gaya visual "disney", penulis mencoba untuk menghidupkan karakter maskot ini lebih lagi, untuk itu dicoba pendekatan seperti animasi Disney yang kaya akan gerak dan mimik wajah.</p>	
<p>Gaya visual "antrosentris", penulis mencoba untuk lebih mendekatkan lagi antara karakter maskot dengan target, untuk itu dicoba pula visualisasi manusia biasa yang menggunakan pakaian (kostum) binatang.</p>	

Tabel 3 Skema Pengembangan Visual

Outline	Pewarnaan
	
	

Tabel 3 Skema Pengembangan Visual (lanjutan)

Outline	Pewarnaan
	
	
	

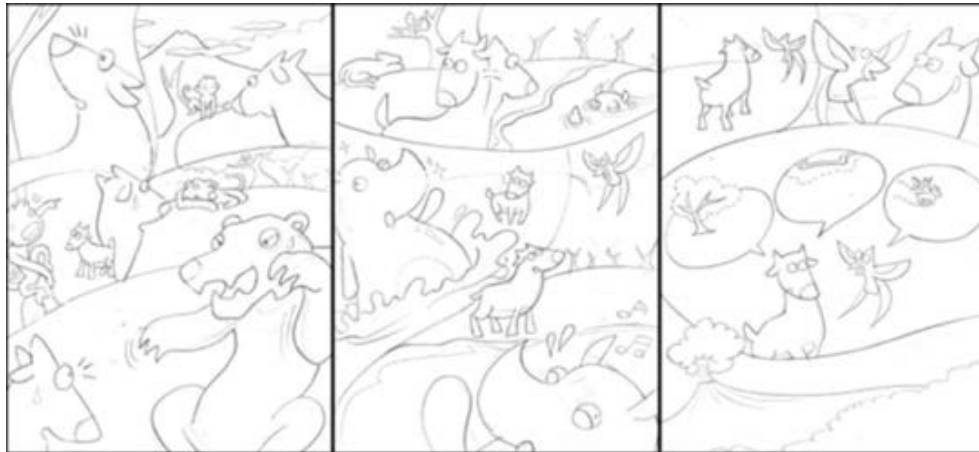
(Sumber: <http://fotohewan.info>)

Penulis juga melakukan pendekatan visual matriks untuk mendapatkan gaya visual maskot yang paling pas. Gaya visual yang terpilih adalah penggabungan dari cubism dan disney. Akan tetapi, secara bentuk masih memerlukan sentuhan *out of the box* untuk mendapatkan karakter yang unik sehingga mudah diingat oleh target. Dengan demikian proses yang selanjutnya divisualisasikan sebagai berikut.

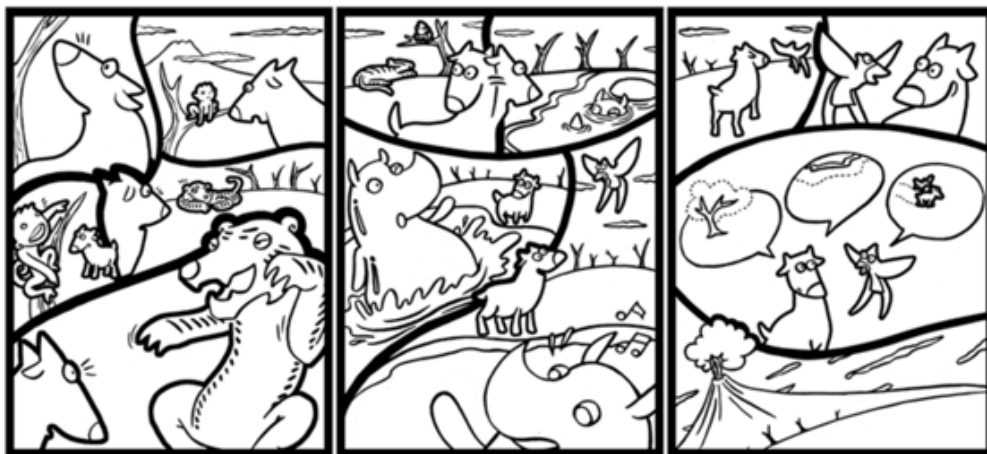


Gambar 5 Visualisasi Maskot Final Seri Aktivitas Alam
(Sumber: Karya Visual Penulis)

Dalam penciptaan komik, penulis melakukan empat tahap yang saling berkait. Sebelumnya, penulis menentukan sketsa dengan alur dan bentuk kolom/panel yang dinamis dan unik. Kendati demikian, hal ini harus tetap jelas urutannya dan memiliki alur baca yang enak. Selain itu, setiap kolom/panel komik harus diisi dengan gambar karakter dengan gaya visual yang telah ditentukan sebelumnya. Baik dari bentuk kolom/panel harus bersinergi dengan bentuk proporsional untuk posisi karakter agar tetap terlihat pose dan ekspresi karakter per kolom/panel. Selain itu juga penulis juga tidak lupa untuk menyisakan *space* kosong agar memiliki tempat untuk penempatan balon teks perbincangan dan efek suara tertentu. Keempat proses komik ini adalah sketsa, *inking/outline*, pewarnaan, serta penambahan efek dan teks.



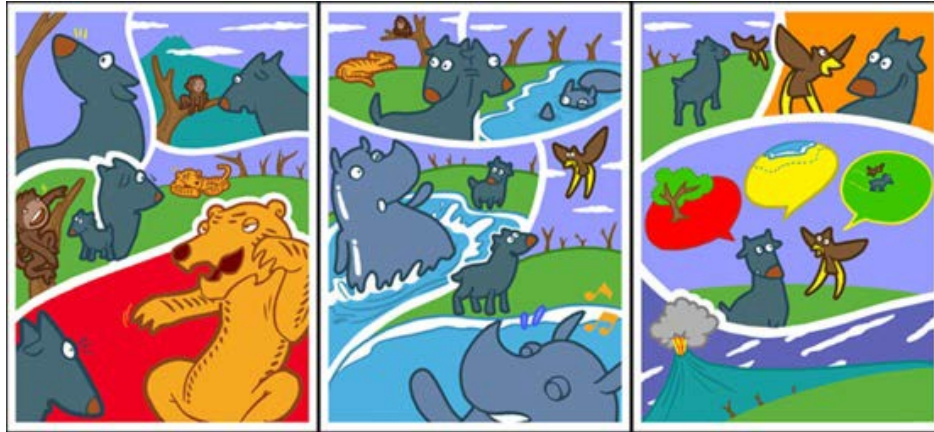
Gambar 6 Sketsa Komik Seri Aktivitas Alam
(Sumber: Karya Visual Penulis)



Gambar 7 Inking / Outline Komik Seri Aktivitas Alam
(Sumber: Karya Visual Penulis)

Dalam proses pewarnaan, penulis memberikan masukan untuk melakukan penekanan pada karakter. Hal ini membuat karakter terpisah dengan *background*. Untuk itu, penulis memasukkan efek sapuan kuas pada setiap *outline* karakter yang ada di dalam kolom/panel. Selain itu, warna *outline* pada kolom/panel yang pada awalnya berwarna putih oleh penulis, setelah mendapatkan masukan, warna diubah menjadi hitam. Dalam dunia seni, khususnya kontemporer (modern), warna hitam dapat

memberikan kedalaman yang menetralkan warna (Saidi, 2008). *Outline* kolom/panel berwarna hitam ini akan membuat semua gambar pada komik menjadi keluar (*blew-up*) dari media kertas. Karena hitam memiliki intensitas yang rendah, secara keseluruhan, komik menjadi enak dibaca dan tidak melelahkan mata anak-anak.



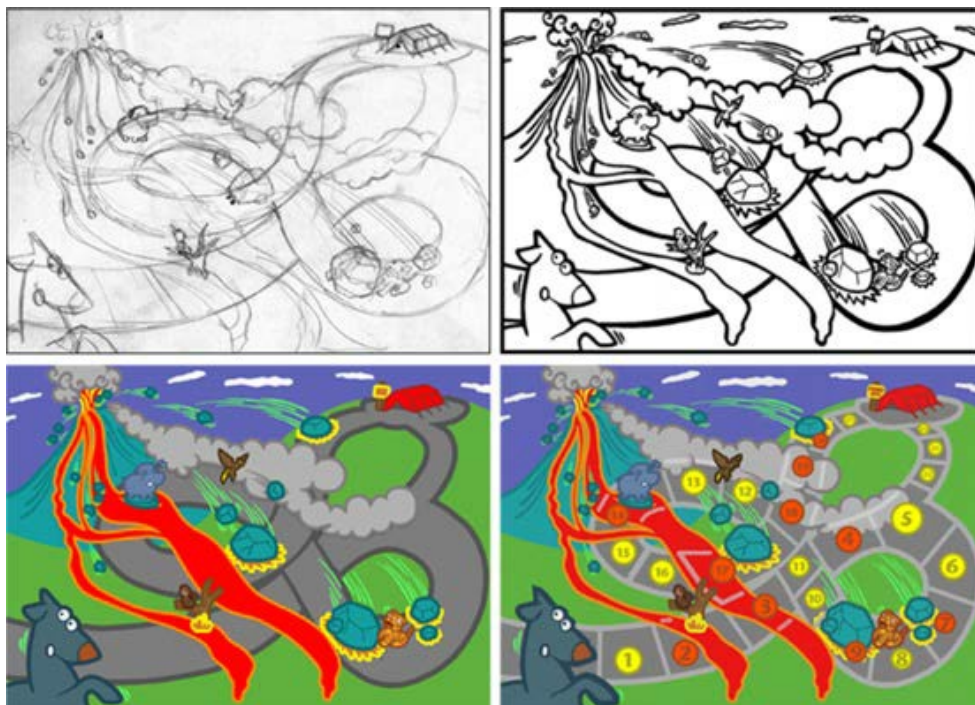
Gambar 8 Pewarnaan Komik Seri Aktivitas Alam
Sumber: Karya Visual Penulis



Gambar 9 Finalisasi Komik Seri Aktivitas Alam
(Sumber: Karya Visual Penulis)

Penciptaan *board game*, dunia anak yang penuh keceriaan, tidak ada yang tidak dibuat main oleh mereka, semua menjadi sebuah permainan yang mengasyikkan. Unsur ini yang ditangkap dan diselami oleh penulis, bagaimana sebuah pesan bisa dikemas sebagai sebuah permainan, bagaimana sebuah permainan itu menjadi permainan yang sungguh membekas dibenak anak.

Penulis memulai dengan mencari pendekatan jenis permainan yang bisa dimodifikasikan. Penulis mendapatkan bahwa aktivitas alam merupakan kejadian yang tidak bisa dilawan tetapi bisa diminimalkan dengan kesiagaan dan pengetahuan yang mendukung. Tertimpunya aktivitas memang bukan menjadi pesan utama, melainkan pencegahan, pengetahuan mengenai tanda-tanda sebelum terjadinya aktivitas akan diangkat pada permainan ini. Untuk itu jenis permainan yang paling tepat untuk dimodifikasikan ke arah ini adalah jenis permainan ular tangga. Selain itu penulis juga secara visual melakukan modifikasi yang menjadikannya lebih terlihat dinamis. Penulis tidak membuat alur yang padat seperti pada permainan ular tangga yang umumnya namun visualisasi dibuat lebih melingkar, bercabang, dan tumpang tindih.



Gambar 10 Proses Pembuatan Board Game Seri Aktivitas Alam
(Sumber: Karya Visual Penulis)

Untuk proses pembuatannya sendiri, penulis melakukan seperti proses penciptaan komik. Proses dimulai dari sketsa, kemudian *outline* ditebalkan atau proses *inking*, lalu masuk proses pewarnaan. Setelah itu penulis melakukan penambahan efek sapuan kuas untuk setiap karakter yang ada di dalamnya. Selain sapuan kuas, penulis juga mulai membagi alur permainan dengan segmentasi dan angka-angka berurutan. Semua disesuaikan dengan tingkat demografi target *audience*.

Hal ini juga sejalan dengan masukan mandatoris World Vision dengan rencana permainan dimainkan ketika *roadshow* di tempat yang memiliki aktivitas alam ini. Berdasarkan pengalaman mereka, permainan ini akan dibuat dengan ukuran besar, sehingga bisa langsung dimainkan beberapa anak dengan menjadikan anak-anak itu sendiri sebagai bidak/pionnya. Maka dari itu, alur yang pendek diperlukan agar permainan dapat cepat selesai dan bisa bergantian dengan grup anak-anak yang

selanjutnya. Hasil karya penciptaan komunikasi visual penulis berupa permainan *board game*. Seperti yang terlihat di Gambar 11, pendekatan visual dibuat menyerupai komik, dan karakternya juga menggunakan konsistensi yang ada.



Gambar 11 Visualisasi Final Board Game Seri Aktivitas Alam
(Sumber: Karya Visual Penulis)

Untuk cara bermainnya, penulis melakukan konsultasi dengan mandatoris. Dari sisi pertanyaan, apa yang anak-anak perlu ketahui dalam bersikap siaga untuk sebuah aktivitas alam ini. Selain itu jawaban yang benar juga rencananya sudah tersirat dalam penyuluhan yang dilakukan sebelum dimulainya permainan ini. Rencananya, permainan ini akan dilakukan hanya pada kunjungan oleh mandatoris. Setelah bermain beberapa putaran, baru ditinggalkan kepada anak-anak. Komik diharapkan menjadi *reminder* bagi anak-anak untuk selalu dapat mengingat *experience design* yang didapatkan ketika bermain permainan ini.

Menurut klasifikasi psikologi plus, terdapat empat jenis kepribadian, yaitu: pemimpin (koleris), periang (sanguin), pecinta seni (melankolis), dan suka damai (plegmatis). Hal ini yang juga disampaikan pihak mandatoris untuk mengusulkan penulis membuat lembar kreativitas anak. Penulis

melihat korelasinya terhadap experience design sangat kuat. Berhubung permainan cenderung dimainkan oleh target koleris dan sanguin, bagi anak-anak yang berkepribadian melankolis dan pragmatis memerlukan media baru yang lebih bersifat individual dalam mengalami pengalaman desain.

Wertheimer (1959) berpendapat untuk produktif dalam berpikir, demikian juga dalam sebuah komunikasi visual, media menjadi wadah utama dalam melakukan produktivitas sebuah pemikiran. Media komik yang notabene menjadi *reminder* tentunya menjadi andalan bagi anak-anak melankolis dan plegmatis. Kendati demikian, pada saat kunjungan mandatoris berlangsung, sebaiknya juga ada sebuah kegiatan yang dapat merangkul tipe anak seperti ini. Untuk itu perlombaan mewarnai gambar diusulkan dan disetujui pihak mandatoris (Lihat Gambar 12).



Gambar 12 Visualisasi Lembar Kreativitas Anak Seri Aktivitas Alam
(Sumber: Karya Visual Penulis)

Kegiatan ini terpilih karena biaya yang diperlukan relatif cukup murah. Mandatoris hanya perlu menyediakan gambar dan crayon, juga adanya pertimbangan dokumentasi hasil karya anak yang bisa didapatkan World Vision. Penulis yang menjadi komunikator visual, juga melihat perlunya penambahan visual untuk acara pembagian tas evakuasi. Penambahan visual yang dimaksud adalah perlunya desain items tambahan, yakni kategori pakaian dan tas evakuasi tersebut. Selain itu, penambahan splash diperlukan juga pada kemasan makanan dan minuman.



Gambar 13 Tas Evakuasi dengan Isi Pakaian Seri Aktivitas Alam
(Sumber: Karya Visual Penulis)

SIMPULAN

Adanya media anak-anak Seri Aktivitas Alam untuk Kategori Gunung Meletus diharapkan dapat mengajak anak-anak untuk siaga. Selain itu media ini dapat menjadi perpanjangan ajakan bagi keluarga anak dalam mendengarkan dan bersedia melakukan evakuasi yang tepat. Baik media, konten, maupun konteks yang telah dilakukan, jika melihat pentingnya kebutuhan ini, penelitian mengusulkan untuk ditindaklanjuti pada penciptaan seni berikutnya. Hal itu dimaksudkan guna melengkapi semua jenis kategori aktivitas alam yang lain. Karya komunikasi visual ini diharapkan dapat menjadi media yang tepat dan bermanfaat bagi anak-anak Indonesia dalam mengenal aktivitas alam Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Darmawan, A. J., & Putri, D. G. (2015). Analisis dan strategi komunikasi perancangan program edutainment “seri aktivitas alam: gunung meletus”. *Humaniora*, 6(1), 67–76.
- Ong, J. F. V., Tan, K. C., Challoy, T. J. S., Aquio, S. M. O., Pineda, M. V. G. (2014). Project YOLO: A disaster response coordination system. *DLSU Research Congress*, 1–7. Diakses dari http://www.dlsu.edu.ph/conferences/dlsu_research_congress/2014/_pdf/proceedings/SEE-III-019-FT.pdf
- Saidi, A. I. (2008). *Narasi Simbolik Seni Rupa Kontemporer Indonesia*. Yogyakarta: Isac Book.
- Tinarbuko, S. (2010). *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Wertheimer, M. (1959). *Productive Thinking*. New York: Harper & Row.