

ArtComm

JURNAL KOMUNIKASI & DESAIN

Vol. 8 No. 1 (April 2025)

**Interaksi Antara Masyarakat Suku Baduy dan Dunia Luar
(Studi Kasus tentang Peran Eksternal dengan Praktik Budaya Lokal Desa Cepak Buah,
Lebak, Banten)**

Syahrul Gunawan, Fitriani Fitriani

**Political Storytelling: Ganjar Pranowo's Message Appeal on Social Media During the
2018 Central Java Regional Election Campaign**

Febriansyah Kulau, Lily El Ferawati Rofil, Zakaria Lantang Sukirno

Komunikasi Kebijakan SBSN Bidang Pertahanan TNI Angkatan Laut TA 2021

Teguh Waskita Aditama

Desain Guideline Book Feed Instagram Untuk Promosi Produk Batik SMK Siswa Budhi

M Widyan Ardani, Meirina Lani A, TC Kusumandyoko, A Bangsawan

Media Baru dan Fandom Lama

(Pengaruh Platform Digital terhadap Praktik Komunikasi Kolektor Gundam)

Dewi Christina Marbun, Nurizky Adhi Hutama

**Karakter Game Visual Novel Semi RPG Dengan Konsep Pixel Art 2D Sebagai Aset
Pengenalan Sejarah Indonesia Pada Masa Revolusi Untuk Pelajar SMA**

Mega Glorysti Payona Tarigan, Anung Rachman

Makna Ilustrasi Sampul Buku Taring Padi "Seni Membongkar Tirani"

Pirie Mare Tramontane, Nichi Hana Karlina, Anggit Tasya Lillah

Representasi Kesetiaan dalam Hubungan Romantis

**(Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure Pada Lirik Lagu 'I Wanna Be Your Slave' Milik
Maneskin)**

Zulfanida Nurul Sadiyyah, Rachma Meidisar Dwikinanti, Eriyanti Nurmala Dewi, Hanafi Hanafi, Nisa Lathifah, Shinta Hartini Putri

**Perancangan Identitas Visual dan Sign System Objek Wisata Situ Cileunca untuk Usia 26-
45 Tahun di Kota Bandung**

Luthfi Fakhrian Riswaya, Sophia Purbasari, Meti Agni Rizkiani

**Concept and Initial Development of an Animated Video for Personal Data Protection
Education**

Aden Wildan Baihaqi, Diana Aqidatun Nisa, Restu Ismoyo Aji

DEWAN REDAKSI

Editor in Chief

Nichi Hana Karlina (Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia)

Managing Editor

Faisal Reza (Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia)

Section Editor

- Banon Gilang (Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia)
- Yanuar Ilham (Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia)
- Diwan Setiawan (Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia)
- Nisa Lathifah (Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia)
- Achwan Noorlistyo Adi (Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia)
- Ahmad Taufiq Maulana Ramdan (Universitas Indonesia Membangun)
- Waridah Muthi'ah (Universitas Mercubuana)
- Kartika Ayu Ardhanariswari (Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta)
- M. Syahril Iskandar (Universitas Komputer Indonesia)

Reviewer

- Shinta Hartini Putri (Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia)
- Nugraha Sugiarta (Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia)
- Anggita Lestari (Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia)
- Citra Kemala Putri (Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia)
- Hanafi (Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia)
- Sophia Purbasari (Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia)
- Detya Wiryany (Universitas Indonesia Membangun)
- Wanda Listiani (Institut Seni Budaya Indonesia Bandung)
- Fadhly Abdillah (Universitas Pasundan)
- Ika Merdekawati Kusmayadi (Universitas Padjadjaran)
- Rachmawati Windyaningrum (Universitas Terbuka)

DAFTAR ISI

| | |
|--|--------|
| Interaksi Antara Masyarakat Suku Baduy dan Dunia Luar (Studi Kasus tentang Peran Eksternal dengan Praktik Budaya Lokal Desa Cepak Buah, Lebak, Banten) Syahrul Gunawan, Fitriani Fitriani | 1-12 |
| Political Storytelling: Ganjar Pranowo's Message Appeal on Social Media During the 2018 Central Java Regional Election Campaign Febriansyah Kulau, Lily El Ferawati Rofil, Zakaria Lantang Sukirno | 13-23 |
| Komunikasi Kebijakan SBSN Bidang Pertahanan TNI Angkatan Laut TA 2021 Teguh Waskita Aditama | 24-34 |
| Desain Guideline Book Feed Instagram Untuk Promosi Produk Batik SMK Siswa Budhi M Widyan Ardani, Meirina Lani A, TC Kusumandyoko, A Bangsawan | 35-45 |
| Media Baru dan Fandom Lama (Pengaruh Platform Digital terhadap Praktik Komunikasi Kolektor Gundam) Dewi Christina Marbun, Nurizky Adhi Utama | 46-53 |
| Karakter Game Visual Novel Semi RPG Dengan Konsep Pixel Art 2D Sebagai Aset Pengenalan Sejarah Indonesia Pada Masa Revolusi Untuk Pelajar SMA Mega Glorysti Payona Tarigan, Anung Rachman | 54-71 |
| Makna Ilustrasi Sampul Buku Taring Padi "Seni Membongkar Tirani" Pirie Mare Tramontane, Nichi Hana Karlina, Anggit Tasya Lillah | 72-81 |
| Representasi Kesetiaan dalam Hubungan Romantis (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure Pada Lirik Lagu 'I Wanna Be Your Slave' Milik Maneskin) Zulfanida Nurul Sadiyyah, Rachma Meidisar Dwikinanti, Eriyanti Nurmala Dewi, Hanafi Hanafi, Nisa Lathifah, Shinta Hartini Putri | 82-88 |
| Perancangan Identitas Visual dan Sign System Objek Wisata Situ Cileunca untuk Usia 26-45 Tahun di Kota Bandung Luthfi Fakhrian Riswaya, Sophia Purbasari, Meti Agni Rizkiani | 89-102 |

Concept and Initial Development of an Animated Video for Personal Data Protection Education 103-127

Aden Wildan Baihaqi, Diana Aqidatun Nisa, Restu Ismoyo Aji

**Interaksi Antara Masyarakat Suku Baduy dan Dunia Luar
(Studi Kasus tentang Peran Eksternal dengan Praktik Budaya Lokal Desa Cepak Buah,
Lebak, Banten)**

Syahrul Gunawan, Fitriani

Universitas Islam Bandung, Universitas Putra Batam
Email: gsyahrul519@gmail.com; fitrifitrianifitri50@gmail.com

Diterima:
5 Agustus 2024

Diterima Setelah Revisi:
24 April 2025

Dipublikasikan:
25 April 2025

Abstrak

Kampung Cepak Buah merupakan salah satu permukiman masyarakat adat Baduy yang kini menjadi tujuan wisata di Indonesia. Seiring meningkatnya kunjungan wisatawan dan masuknya teknologi, terjadi intensifikasi interaksi antara masyarakat lokal dan budaya luar. Fenomena ini memunculkan perubahan pada aspek komunikasi dan kebiasaan hidup masyarakat Baduy. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bentuk interaksi tersebut dan dampaknya terhadap budaya masyarakat Baduy. Metode yang digunakan adalah studi kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa interaksi yang terjadi memicu perubahan pada sistem komunikasi masyarakat Kampung Cepak Buah, baik dari sisi media komunikasi, konten pembicaraan, hingga pergeseran bahasa dan kebiasaan sosial, ekonomi, dan arsitektur bangunan. Temuan ini memberikan kontribusi penting dalam memahami dinamika perubahan budaya masyarakat adat di era globalisasi.

Kata Kunci: Masyarakat Suku Baduy, Interaksi Budaya, Teknologi, Pariwisata

Abstract

Cepak Buah Village is one of the traditional settlements of the Baduy tribe, which has become a popular tourist destination in Indonesia. As the number of tourists increases and technology continues to penetrate the region, interactions between the local indigenous community and external cultures have intensified. This phenomenon has led to significant cultural shifts, particularly in communication practices and everyday behavior. This study aims to explore the forms and impacts of these interactions on the cultural life of the Baduy community. Using a qualitative case study approach, this research found that such interactions have triggered changes in communication systems among the people of Cepak Buah Village, including the media used, the topics of conversation, language shifts, and evolving social, economic, and architectural patterns. These findings provide valuable insights into how indigenous cultures adapt and respond to globalization.

Keywords: Baduy Tribe Community, Cultural Interaction, Technology, Tourism

1 PENDAHULUAN

Kajian mengenai komunikasi dan interaksi antara masyarakat Baduy dengan budaya luar telah menarik perhatian sejumlah peneliti terdahulu. Misalnya, penelitian oleh Nurfalih (2023) membahas adaptasi masyarakat Suku Baduy luar terhadap perkembangan global berbasis kearifan lokal dari perspektif ekologi budaya. Namun, pendekatan tersebut belum banyak mengkaji aspek komunikasi

secara mendalam. Dalam konteks ini, penelitian ini difokuskan untuk memahami pola komunikasi yang terjadi akibat intensifikasi interaksi antara masyarakat Baduy—khususnya di Kampung Cepak Buah—dan dunia luar.

Melihat konteks penelitian yang berfokus pada bagaimana pesan, media, dan makna dikonstruksi dalam interaksi lintas budaya, pendekatan etnografi komunikasi menjadi relevan untuk digunakan. Pendekatan ini memungkinkan peneliti tidak hanya mengamati apa yang dikatakan, tetapi juga bagaimana, kepada siapa, dalam situasi apa, dan dengan perangkat komunikasi apa. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan kerangka etnografi komunikasi untuk menelusuri perubahan-perubahan komunikasi yang berlangsung dalam kehidupan masyarakat Baduy luar akibat interaksi intensif dengan wisatawan dan media luar. (Taptiani, 2024). Kemajuan ini disebabkan oleh inofasi teknologi yang terus berkembang, sehingga menyebabkan pertukaran pengetahuan dan budaya yang luar biasa seperti saat ini, interaksi dan komunikasi antara komunitas lokal dan luar menjadi tak terhindarkan (Rabbani, 2023), dengan hilangnya hambatan geografis dalam budaya, globalisasi telah memberikan komunitas lokal kesempatan untuk berinteraksi dan berkumpul lebih mudah dengan seseorang, sekelompok, ataupun komunitas luar baik secara langsung (*offline*) maupun tidak langsung (*online*) yang berasal dari seluruh dunia (Shofiyatuzzahra, 2023).

Kemudian, akses yang lebih mudah ke platform digital dan media sosial, mempercepat proses komunikasi dan jangkauan interaksi, pada akhirnya mempengaruhi semua bidang kehidupan, termasuk ekonomi, pendidikan, dan kebudayaan (Ginting, 2024). Kemajuan teknologi pada akhirnya mempengaruhi identitas lokal dan sebaliknya, sehingga sangat dituntut kemampuan masyarakat untuk memfilter dan menavigasi dampak positif dan juga dampak negatif (Jadidah, 2023), baik yang bermanfaat untuk memperkuat koneksi serta kerjasama, ataupun malah sebaliknya yaitu merubah jati diri identitas sebuah kelompok masyarakat.

Hubungan antara komunitas lokal dan luar semakin intensif dan pesat (Nurfalah, 2023). Fenomena ini menghadirkan berbagai dinamika yang kompleks, mengungkapkan bagaimana nilai-nilai, praktik budaya, dan cara hidup masyarakat lokal dalam beradaptasi atau bahkan bertahan dalam menghadapi tekanan dan pengaruh global (Kesuma, 2023). Salah satu kelompok masyarakat tradisional yang sangat menarik untuk diteliti adalah masyarakat Suku Baduy, khususnya dalam konteks perubahan sosial dan budaya yang terjadi akibat kontak dengan pihak eksternal (Suidat, 2023).

Masyarakat Suku Baduy adalah kelompok masyarakat yang memiliki komitmen kuat terhadap pelestarian budaya dan tradisi leluhur (Permana, 2010). Mereka dikenal karena cara hidup yang sederhana dan upaya mereka untuk tetap terisolasi dari pengaruh luar, yang membentuk identitas dan nilai-nilai lokal yang unik (Ngulwiyah, 2022). Suku Baduy mempraktikkan tradisi dan adat istiadat yang telah ada sejak lama, dengan menjaga kesucian ritual dan pola hidup yang hampir tidak terpengaruh oleh kemajuan teknologi dan arus modernisasi (Ngulwiyah, 2022).

Suku Baduy dikenal dengan sistem sosial dan budaya yang sangat unik dan khas, meliputi berbagai adat istiadat, ritual, serta norma-norma yang telah ada sejak lama dan diwariskan secara turun-temurun (Ngulwiyah, 2022). Masyarakat Baduy memelihara tradisi ini dengan penuh kesadaran dan dedikasi, menjalani kehidupan sehari-hari dengan mematuhi prinsip-prinsip konservatif yang mencakup larangan terhadap penggunaan teknologi modern. Mereka menjalani hidup dengan cara yang sederhana, mengutamakan kemandirian, dan menjaga jarak dari pengaruh luar yang dianggap dapat merusak tatanan sosial dan budaya mereka (Kartika, 2019).

Namun, dengan masuknya teknologi informasi dan komunikasi serta arus globalisasi yang semakin menguat, masyarakat Baduy mulai menghadapi tantangan baru (Firdaus, 2021). Kontak dengan pihak eksternal membawa serta pengaruh yang bisa merubah cara hidup tradisional mereka, baik secara langsung maupun tidak langsung. Misalnya, meskipun mereka menjaga jarak dari teknologi modern, namun informasi dan barang-barang dari luar tetap dapat memasuki komunitas mereka melalui berbagai saluran, sehingga mempengaruhi perspektif dan interaksi mereka dengan dunia luar (Aprianti, 2023).

Perkembangan infrastruktur yang pesat, seperti pembangunan jalan, jembatan, dan fasilitas lainnya, mulai memasuki wilayah mereka, membawa perubahan yang tidak bisa dihindari (Sabina, 2022). Selain itu, sektor pariwisata yang berkembang pesat juga berperan dalam menarik perhatian banyak pengunjung ke daerah mereka, yang membawa serta dampak sosial dan ekonomi yang signifikan. Pengunjung yang datang dengan berbagai keinginan dan tujuan sering kali membawa serta budaya dan teknologi yang tidak selaras dengan prinsip hidup masyarakat Baduy (Millani, 2024).

Seiring bertambahnya jumlah pengunjung kedesa Baduy setiap tahunnya. Tercatat Menurut laporan tahunan Kementerian Pariwisata, 2021 saat pandemi COVID-19 data menunjukkan sekitar 4.000 wisatawan mengunjungi Baduy (Kemenparekraf, 2021), tahun 2022 sekitar 8.000 wisatawan mengunjungi Baduy (Kementerian Pariwisata, 2022), lalu data yang dirilis oleh Dinas Pariwisata Lebak menunjukkan bahwa pada tahun 2023, terdapat sekitar 831.000 wisatawan yang mengunjungi Baduy (Nurandi, 2023).

Selain meningkatnya minat wisatawan, kehidupan masyarakat Baduy juga terkena dampak media sosial dan internet terutama pada kalangan muda (Lestar, 2023). Sehingga memungkinkan akses yang lebih luas terhadap informasi dan komunikasi dengan dunia luar, yang sebelumnya sangat dibatasi oleh peraturan yang ada. Masyarakat Baduy luar terbuka terhadap cara pandang dan informasi segar berkat akses tersebut, sehingga memungkinkan berdampak pada cara hidup dan proses berpikir mereka. Meskipun mereka berupaya keras untuk menegakkan dan melestarikan adat istiadat tradisional, perkembangan eksternal secara bertahap mulai mempengaruhi dinamika sosial dan budaya (Triko, 2022).

Di tengah globalisasi, kehidupan masyarakat Baduy menjadi sebuah pertarungan antara melestarikan warisan budaya lama mereka dan menyesuaikan diri dengan tuntutan dunia yang semakin maju (Lestari, 2023). Untuk melestarikan tradisi dan kemajuan dari masa ke masa, serta identitas mereka sebagai bagian dari warisan budaya yang kaya dan tak ternilai harganya, perubahan yang terjadi memerlukan adaptasi yang cermat.

Suku Baduy sendiri berada di Kabupaten Lebak, Provinsi Banten, Indonesia, wilayah ini sudah dikenal sebagai objek wisata bagi wisatawan nasional maupun internasional. Di Kabupaten Lebak sendiri terdapat 28 kecamatan, 5 kelurahan, dan 340 desa yang terdiri dari kampung-kampung kecil, salah satu kampung Baduy yang unik untuk diteliti adalah kampung yang bernama Cepak Buah (Suryana, 2023).

Kampung Cepak Buah merupakan salah satu kampung Baduy luar. Keunikan kampung Cepak Buah terdiri dari beberapa aspek dibandingkan kampung-kampung yang lain, dimulai dari sejarah, pengelolaan sumber daya alam, arsitektur dan keterbukaan terhadap pengunjung, sehingga hal ini menjadikan interaksi kampung Cepak Buah dengan pihak luar menarik untuk dianalisis lebih dalam.

Berdasarkan wawancara pra-penelitian nama kampung Cepak Buah menurut masyarakat setempat sendiri merupakan perwujudan dari bentuk aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat dalam mengelola sumber daya alam yang masih dengan cara tradisional. Rutinitas utama masyarakat kampung Cepak Buah adalah bertani dan berkebun, sehingga nama desa ini diambil dari hasil pertanian masyarakat berupa buah-buahan yang menjadi penopang ekonomi lokal, cara masyarakat kampung Cepak Buah dalam mengelola pertanian pada awal terbentuk desa ini masih menggunakan cara tradisional.

Kehidupan masyarakat kampung Cepak Buah mempertahankan tata cara kehidupan tradisional. Namun dengan menerapkan keterbukaan terhadap pengaruh dari luar, masyarakat kampung Cepak Buah masih tetap menerapkan adat istiadat lama dalam kehidupan sehari-hari. Arsitektur rumah warga kampung Cepak Buah dilihat secara umum masih mempertahankan desain tradisional dengan dinding bambu dan atap rumbia, namun seiring dengan pembauran dan interaksi dengan berbagai jenis kalangan masyarakat yang berbeda budaya, arsitektur rumah tersebut mengalami pergeseran di beberapa bagian.

Keterbukaan masyarakat kampung Cepak Buah terhadap pengunjung lebih terbuka jika dibandingkan dengan desa Baduy dalam. Sehingga menyebabkan desa Cepak Buah memiliki peluang besar dalam mengalami interaksi dan pembauran dalam skala besar dengan berbagai kalangan masyarakat dari berbagai budaya yang berbeda, fenomena ini juga memungkinkan masyarakat kampung Cepak Buah belajar lebih banyak dari para pendatang, baik pendatang yang berkunjung dengan durasi pendek, maupun pendatang yang berkunjung dengan durasi yang panjang berbulan-bulan atau bahkan tahunan.

Pengelolaan sumber daya alam masyarakat kampung Cepak Buah dikelola dengan sistem tradisional secara berkelanjutan. Pengelolaan perkebunan dan pertanian tetap mempertimbangkan keseimbangan ekosistem dan mempraktikkan sistem pertanian yang ramah lingkungan, namun sistem pengelolaan ini telah mengalami pergeseran seiring dengan masuknya berbagai teknologi yang dianggap dapat mempermudah pekerjaan masyarakat. kampung Cepak Buah merupakan bentuk desa tradisional dengan pakem tradisional dan budaya yang menarik. Kampung ini merupakan manifestasi dan perwujudan dari penggabungan tradisi leluhur dengan tetap memberikan ruang keterbukaan terhadap pengaruh budaya eksternal dari pengunjung sambil tetap mempertahankan identitas budaya asli, fenomena seperti ini tentu merupakan pemandangan yang unik untuk diungkap ke permukaan melalui analisis berupa kajian.

Oleh karena itu, penelitian ini dimaksudkan untuk berkontribusi pada pemahaman kita tentang bagaimana komunitas adat Suku Baduy berinteraksi dengan dunia luar, serta membantu komunitas yang terus mempraktikkan tradisi mereka dalam mengelola perubahan sosial dan melestarikan budaya mereka. Upaya untuk mengenali dan memahami kesulitan yang dihadapi masyarakat Baduy dalam beradaptasi terhadap perubahan dan pengaruh luar menjadikan penelitian ini begitu penting. Temuan penelitian ini diyakini akan memberikan pencerahan lebih lanjut tentang bagaimana masyarakat adat dapat melestarikan identitas budaya mereka dalam menghadapi arus globalisasi yang tidak dapat dihindari. Selain itu, dengan memberikan rekomendasi mengenai pariwisata yang lebih berkelanjutan dan metode pembangunan daerah yang menghormati kearifan tradisional, penelitian ini dapat membantu menciptakan kebijakan yang lebih selaras dengan kebutuhan dan nilai-nilai masyarakat adat.

2 KAJIAN PUSTAKA

2.1 KAJIAN TERDAHULU DAN ORISINALITAS

Kajian mengenai komunikasi dan interaksi antara masyarakat Baduy dengan budaya luar memang telah menarik minat beberapa peneliti sebelumnya. Seperti kajian mengenai “Adaptasi masyarakat Suku Baduy luar terhadap perkembangan global berbasis kearifan lokal” dilakukan oleh (Nurfalah, 2023) yang dikaji dari sudut pandang ilmu lingkungan, penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki, menganalisis dan memahami adaptasi masyarakat Suku Baduy dalam menghadapi perubahan sosial dan lingkungan di era modern, metode penelitian ini menggunakan pendekatan normatif, sementara lokasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah desa kenekes Banten, lalu didapati hasil dari penelitian ini memaparkan bahwa interaksi masyarakat Baduy dengan masyarakat luar tidak membuat masyarakat Baduy terkontaminasi untuk memanfaatkan lingkungan secara berlebihan tanpa memikirkan efek jangka panjang.

Lalu penelitian sejenis juga dikupas oleh (Aprianti, 2023) mengenai “Perubahan Sosial Masyarakat Suku Baduy Luar Sebagai Akibat Modernisasi”. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk memaparkan apakah modernisasi berpengaruh terhadap masyarakat Baduy luar, penelitian ini dianalisis menggunakan pendekatan (*library research*) dengan mengkaji bahan-bahan kepustakaan yang relevan mengenai masyarakat Baduy luar Banten, hasil dari penelitian ini memaparkan bahwa meskipun masyarakat Suku Baduy merupakan kelompok yang sulit menerima modernisasi dan menjaga pakem budayanya dengan kokoh dan kental, namun modernisasi yang dibawa oleh wisatawan tetap menggerus budaya mereka dengan menghasilkan dampak positif dan juga negatif,

dampak positif adalah membuat masyarakat lebih terbuka dalam menerima berbagai perbedaan dalam hal budaya dan kebiasaan, lalu dampak negatifnya bahwa teknologi dinilai belum bisa digunakan dengan bijak sehingga mengganggu adat dan kebiasaan leluhur.

Lalu (Pudjiastuti, 2023) juga mengkaji penelitian dengan ruang lingkup yang sama yaitu mengenai “Tantangan dalam Menjaga Identitas Budaya Baduy Luar dan Baduy Dalam pada Era Perubahan”. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui realitas masyarakat Baduy dalam menghadapi globalisasi dengan penekanan pada aspek hukum adat sebagai pengontrol dan pengikat, penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif, hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa masyarakat Baduy luar lebih berbaur dan fleksibel dalam memadukan budaya yang berbeda ke dalam nilai-nilai adat, hukum dan budaya asli mereka, sementara masyarakat Baduy dalam menekankan pentingnya mempertahankan pakem budaya leluhur, melalui pendidikan dan isolasi untuk menjaga kelestarian mereka yang unik.

Sementara kajian yang penulis lakukan ini mengangkat interaksi masyarakat Baduy dengan pihak eksternal dari sudut pandang ilmu komunikasi. Penelitian ini juga berfokus pada masyarakat Baduy luar yang berada dikampung Cepak Buah dengan segala kekhasan dan keunikan mereka dalam berinteraksi, tujuannya adalah untuk mengeksplorasi interaksi yang terjadi antara masyarakat desa Cepak Buah dengan pihak eksternal yang membawa pengaruh kepada masyarakat setempat.

2.2 TEORI

Teori Konstruksi Sosial Teknologi (*Social Construction of Technology Theory, SCOT*) yang dicetuskan W.E. Bijker, T.P. Hughes, dan T.J. Pinch (1987). Dalam bukunya yang berjudul “*The Social Construction of Technological Systems: New Directions in the Sociology and History of Technology*” W.E. Bijker, T.P. Hughes, dan T.J. Pinch menyatakan bahwa teknologi tidak hanya mempengaruhi masyarakat secara langsung tetapi juga dibentuk melalui interaksi sosial, cara teknologi dikembangkan dan diterima dipengaruhi oleh nilai-nilai sosial, norma, dan kepentingan berbagai kelompok sosial.

Teori Penetrasi Budaya (*Cultural Penetration Theory*) yang dikembangkan oleh Georg Simmel (1858–1918) dan diperluas oleh para ahli seperti Edward Said (1935–2003). Teori ini berasumsi bahwa bahasa tidak hanya dipengaruhi oleh praktik dan ideologi, tetapi juga oleh kebutuhan komunikasi yang muncul dari pengaruh budaya luar, adaptasi yang terjadi dalam bahasa mencakup perubahan dalam kosakata, struktur, dan penggunaan bahasa. Edward Said dalam tulisannya yang berjudul “*Orientalism*,” membahas bagaimana budaya Barat telah mempengaruhi cara pandang dan juga bahasa masyarakat Timur melalui kolonialisme dan imperialisme.

3 METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus untuk memahami secara mendalam interaksi antara masyarakat Suku Baduy dan dunia luar, serta pergeseran praktik budaya lokal akibat intensifikasi kontak budaya. Pendekatan ini dipilih karena mampu mendeskripsikan secara holistik dinamika sosial dan komunikasi yang berkembang dalam konteks masyarakat adat yang sedang mengalami perubahan. Lokasi penelitian difokuskan di Desa Cepak Buah, Kecamatan Leuwidamar, Kabupaten Lebak, Banten, yang merupakan bagian dari wilayah Baduy luar. Keunikan lokasi ini terletak pada posisinya sebagai wilayah transisi—di mana nilai-nilai adat Baduy masih dijaga, namun pada saat yang sama masyarakatnya mulai terbuka terhadap teknologi dan pariwisata. Kondisi ini menciptakan ruang negosiasi budaya yang sangat menarik untuk diteliti, karena memperlihatkan bagaimana masyarakat adat berupaya menyeimbangkan antara pelestarian nilai lokal dan adaptasi terhadap arus modernisasi. Keunikan ekstrem dari lokasi ini adalah adanya toleransi selektif terhadap teknologi (seperti penggunaan ponsel dan internet), yang tidak dijumpai di wilayah Baduy dalam, sehingga memungkinkan observasi terhadap bentuk komunikasi hybrid yang sedang tumbuh.

4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Suku Baduy Desa Cepak Buah dikenal karena kehidupan mereka yang sangat tradisional dan keterikatan pada adat istiadat. Suku Baduy memiliki kepercayaan tradisional yang kuat. Mereka berusaha untuk hidup selaras dengan alam, ini menjadi pemandangan yang unik bagi wisatawan, walaupun sejatinya Suku Baduy senantiasa berupaya menjaga diri untuk melestarikan budaya dan tradisi mereka, namun Suku Baduy juga membuka diri untuk menerima pengunjung, wisatawan yang datang ke daerah mereka selain untuk menikmati masa libur, juga bertujuan untuk belajar tentang budaya dan cara hidup mereka, wisatawan juga menjadi salah satu gerbang yang mengenalkan berbagai teknologi yang pelan-pelan merubah dan mempengaruhi cara hidup masyarakat tempatan.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan yang didasarkan pada wawancara mendalam dengan para narasumber dan juga pengamatan lapangan. Ditemukan bahwa interaksi sosial masyarakat Baduy Desa Cepak Buah telah mengalami pergeseran, diantaranya yaitu pergeseran dari sisi media komunikasi yang digunakan dan konten komunikasi dalam sebuah perkumpulan, lalu pergeseran dari sisi kosakata dalam bahasa, dan juga pergeseran dari sisi gaya hidup dan kebiasaan yang meliputi aktivitas sosial, ekonomi dan arsitektur, sebagai akibat dari pengaruh budaya eksternal seiring dengan meningkatnya kontak dengan dunia luar, terdapat perubahan yang terlihat dalam cara mereka berinteraksi, baik di dalam komunitas maupun dengan luar komunitas.

Pergeseran pertama terjadi pada sisi media komunikasi yang digunakan, cara berkomunikasi serta konten komunikasi yang dibahas. Berdasarkan paparan yang disampaikan oleh narasumber, pergeseran ini terjadi karena masuknya intervensi teknologi komunikasi modern dan juga media sosial, meskipun masyarakat Baduy kampung Cepak Buah masih menjaga adat istiadatnya, namun kalangan muda maupun kalangan tua telah mengakses dan menggunakan teknologi untuk berkomunikasi dengan dunia luar baik secara aktif maupun secara pasif, fenomena ini berakibat pada munculnya gaya interaksi yang lebih global pengaruh tren komunikasi modern.

Pada awalnya masyarakat Baduy kampung Cepak Buah menggunakan teknologi yang sangat sederhana, dan akses terhadap media informasi sangat terbatas. Pengaruh budaya eksternal membawa masuk teknologi seperti telepon seluler dan internet. Meskipun mereka masih menjaga beberapa aspek kehidupan tradisional, penggunaan teknologi ini mulai mempengaruhi cara mereka berkomunikasi dan mengakses informasi.

Masyarakat Cepak Buah kalangan muda telah menggunakan Handphone/hp secara masif sebagai sebuah alat yang menjadi kebutuhan untuk dimiliki sebagaimana yang terjadi pada masyarakat kota. Handphone/hp dimanfaatkan oleh kalangan muda masyarakat Baduy desa Cepak Buah sebagai media komunikasi dan juga media hiburan. Media sosial yang digunakan pun telah setara dengan yang dimanfaatkan oleh masyarakat umum perkotaan seperti media sosial berupa Tiktok, Instagram, Whatsapp dan media-media sosial lainnya yang dibutuhkan untuk memproduksi konten-konten berupa video, tulisan dan juga foto. Perkembangan masyarakat Baduy saat ini seperti yang telah banyak merebak di media sosial, bahwa beberapa individu telah menjadi public figure di media sosial yang memiliki sejumlah pengikut dan penggemar terhadap konten-konten media sosial yang diproduksi oleh masyarakat Baduy, fenomena ini juga terjadi pada kalangan muda desa Cepak Buah.

Masyarakat kalangan muda desa Cepak Buah terutama bagi para gadis-gadis/ wanita telah secara aktif menggunakan media Tiktok dan juga Instagram serta memiliki sejumlah penggemar. Hal ini dilatarbelakangi karena kekhasan konten mereka yang menampilkan berupa pemandangan tradisional, seperti pemandangan alam yang masih segar dan alami, aktivitas berkebun dan juga berladang, menampilkan bentuk arsitektur rumah yang masih klasik berupa rumah bambu khas Baduy yang masih seragam dalam sebuah desa, serta ditambah daya tarik utama dari konten gadis Baduy adalah karena mereka memiliki paras molek alami yang cantik, selain itu sebagian para gadis-gadis Baduy juga gemar terhadap budaya K-pop yang berasal dari Korea.

Kekhasan dalam pemanfaatan Handphone/hp tidak hanya ditunjukkan oleh para gadis-gadis Baduy, namun juga terjadi pada kalangan remaja laki-laki desa Cepak Buah. Kebiasaan yang terjadi dikalangan remaja laki-laki sedikit berbeda dengan para gadis, disela-sela waktu senggang maupun saat pulang dari kebun/sawah, selain menggunakan Handphone/hp untuk mengkonsumsi media sosial, Handphone/hp juga dimanfaatkan untuk bermain game online yang memang tren saat ini, game dimanfaatkan oleh kalangan remaja laki-laki sebagai media hiburan, game merupakan salah satu topik yang kerap dibahas dalam tongkrongan atau tempat-tempat mereka duduk berkumpul, game-game yang dikonsumsi seperti Mobile Legend, Free fire, PUBG dan juga game-game lainnya.

Selain itu perubahan dalam topik yang dibahas atau konten komunikasi di tongkrongan masyarakat Baduy juga menunjukkan telah terjadi pergeseran. Dahulu, konten komunikasi yang mereka sampaikan cenderung sangat berfokus pada norma dan nilai lokal, termasuk cerita-cerita tradisional dan ajaran adat, cerita kebiasaan rutinitas tradisional sehari-hari. Saat ini, dengan adanya paparan dari budaya eksternal, konten komunikasi mereka mulai mencakup topik-topik yang lebih beragam seperti tren-tren kekinian, berita global, game dan juga budaya asing.

Dengan tuntutan kebutuhan media elektronik berupa Handphone/hp dikalangan muda, hal ini menimbulkan kebutuhan lanjutan yang turut mempengaruhi kebudayaan pada kalangan tua. Penggunaan Handphone/hp dari kalangan muda atau lebih sederhana merupakan anak-anak dari kalangan tua, menimbulkan tuntutan teknologi lain yaitu listrik, listrik yang disupport oleh pemerintah telah masuk ke desa Cepak Buah, turut digunakan oleh sebagian masyarakat kalangan tua sebagai sebuah inovasi yang memudahkan kehidupan mereka, listrik memberikan penerangan di malam hari, listrik juga menjadi jalan untuk masuknya teknologi-teknologi turunannya seperti blender, televisi, alat-alat mesin pertukangan serta perkebunan.

Tidak dinafikan bahwa Handphone/hp juga telah digunakan oleh sebagian kalangan tua. Walaupun pemanfaatannya tidak semaksimal kalangan muda, kalangan tua memanfaatkan Handphone/hp untuk menghubungi sanak saudara atau kerabat atas dasar keperluan tertentu yang bersifat kekeluargaan, kalangan tua tidak memproduksi konten-konten secara masif seperti yang dilakukan kalangan muda, walaupun sebagian kalangan tua menggunakan media sosial berupa Tiktok, Facebook, Instagram, namun digunakan secara pasif, yaitu hanya sebagai penikmat konten-konten media sosial untuk tontonan.

Penggunaan teknologi baik yang dilakukan oleh kalangan muda maupun kalangan tua desa Cepak Buah memperlihatkan bahwa masyarakat Baduy telah menggunakan teknologi. Sehingga fenomena ini merubah cara berkomunikasi yang awalnya hanya dilakukan dengan tatap muka, baik dari individu ke individu maupun individu ke kelompok dengan cara berhadapan langsung, kini telah bergeser melibatkan media sosial sebagai sebuah kebutuhan dalam berkomunikasi, hal ini memperlihatkan bahwa Handphone/hp dan media sosial memiliki dampak yang signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk kelompok masyarakat seperti Suku Baduy Desa Cepak Buah.

Fenomena teknologi yang dapat menggeser atau merubah budaya masyarakat Baduy Cepak Buah ini selaras dengan Teori Konstruksi Sosial Teknologi (Social Construction of Technology Theory, SCOT) yang dicetuskan W.E. Bijker, T.P. Hughes, dan T.J. Pinch (1987). Dalam bukunya yang berjudul "The Social Construction of Technological Systems: New Directions in the Sociology and History of Technology" W.E. Bijker, T.P. Hughes, dan T.J. Pinch menyatakan bahwa teknologi tidak hanya mempengaruhi masyarakat secara langsung tetapi juga dibentuk melalui interaksi sosial, cara teknologi dikembangkan dan diterima dipengaruhi oleh nilai-nilai sosial, norma, dan kepentingan berbagai kelompok sosial. Hal ini memperlihatkan bahwa teknologi yang berkembang pada masyarakat Baduy melalui proses interaksi antara berbagai budaya dengan kepentingan yang berbeda, mempengaruhi pengguna termasuk juga budaya di dalamnya, sehingga proses ini mempengaruhi dan membentuk bagaimana teknologi diterima dan diintegrasikan ke dalam masyarakat Baduy Cepak Buah seperti fenomena diatas.

Pergeseran yang kedua terjadi pada sistem bahasa. Sebelum pengaruh budaya eksternal, komunikasi dalam masyarakat Baduy kampung Cepak Buah sangat terjaga. Mereka lebih sering menggunakan bahasa sunda yang menjadi simbol budaya tradisional dalam interaksi sehari-hari. Dengan meningkatnya kontak dengan dunia luar, penggunaan kosa kata bahasa Indonesia dan istilah-istilah asing lainnya menjadi lebih umum. Ada penyesuaian dalam cara mereka berbicara dan menyampaikan informasi, terutama dalam konteks yang melibatkan pihak luar.

Seiring bertambahnya jumlah pengunjung ke desa Baduy setiap tahunnya. Tercatat Menurut laporan tahunan Kementerian Pariwisata, 2021 saat Pandemi COVID-19 data menunjukkan sekitar 4.000 wisatawan mengunjungi Baduy, tahun 2022 sekitar 8.000 wisatawan mengunjungi Baduy, lalu Data yang dirilis oleh Dinas Pariwisata Lebak menunjukkan bahwa pada tahun 2023, terdapat sekitar 10.000 wisatawan yang mengunjungi Baduy.

Wisatawan yang datang setiap tahunnya ke desa Cepak Buah akan disambut dengan ramah oleh masyarakat sekitar sebagai mana mestinya menjamu tamu. Bahkan sudah tersedia rumah-rumah warga tertentu yang sudah terbiasa dan memang disediakan untuk menyambut para pengunjung yang datang, baik yang datang untuk menginap maupun yang datang dengan sistem wisata harian, bertambahnya jumlah wisatawan berbanding lurus dengan juga dengan intensitas interaksi yang dilakukan, sehingga terjadi penyesuaian dari segi bahasa, para wisatawan yang membawa tren dan kosa kata baru merupakan intervensi terhadap bahasa asli masyarakat setempat.

Pergeseran bahasa terutama terlihat pada kalangan muda terlihat dari kerap kali menggunakan istilah-istilah kekinian dalam berkomunikasi dengan teman sekelompok umur. Kosa kata yang digunakan terjadi percampuran antara bahasa asli setempat dengan istilah-istilah modern, seperti "Gaskeun" yang artinya ayo atau lanjutkan, lalu "Baperan" artinya bawa perasaan yang terlalu emosi atau bisa juga diartikan mudah tersinggung, "Sabi" yang artinya bisa untuk melakukan sesuatu atau setuju terhadap sebuah gagasan, serta masih banyak lagi istilah-istilah yang memang ngetren digunakan kalangan anak muda perkotaan yang juga diakuisisi oleh anak muda Baduy kampung Cepak Buah.

Fenomena masyarakat yang senantiasa update dan selalu mengetahui serta mengikuti tren baru dalam bahasa menunjukkan masyarakat Baduy sangat mudah beradaptasi dan terpapar oleh pengaruh eksternal. Penyesuaian dalam bahasa membuat para pengunjung yang datang ke perkampungan wisata Baduy tidak kesulitan dalam perkara memaknai sebuah topik atau objek yang dibahas bersama serta informasi kekinian dalam sebuah percakapan, terutama apabila interaksi dilakukan antara masyarakat perkotaan dan anak-anak muda Baduy Cepak Buah yang sudah melek teknologi.

Peristiwa pergeseran bahasa yang dialami oleh masyarakat Cepak Buah karena adanya intervensi pengaruh eksternal atau budaya luar selaras dengan Teori Penetrasi Budaya (Cultural Penetration Theory) yang dikembangkan oleh Georg Simmel (1858–1918) dan diperluas oleh para ahli seperti Edward Said (1935–2003). Teori ini berasumsi bahwa bahasa tidak hanya dipengaruhi oleh praktik dan ideologi, tetapi juga oleh kebutuhan komunikasi yang muncul dari pengaruh budaya luar, adaptasi yang terjadi dalam bahasa mencakup perubahan dalam kosakata, struktur, dan penggunaan bahasa. Edward Said dalam tulisannya yang berjudul "Orientalism," membahas bagaimana budaya Barat telah mempengaruhi cara pandang dan juga bahasa masyarakat Timur melalui kolonialisme dan imperialisme.

Fenomena ini terlihat jelas terhadap apa yang terjadi pada perubahan bahasa masyarakat Baduy Cepak Buah terutama kalangan muda. Akibat pengaruh dari budaya luar memberikan referensi kosakata dan struktur bahasa baru pada kalangan muda sehingga dalam berkomunikasi sehari-hari terdapat istilah-istilah kosakata baru yang muncul dalam percakapan yang bukan merupakan bagian dari bahasa asli masyarakat Baduy, istilah-istilah ini tidak asing bagi kalangan muda dan juga tidak asing jika didengar oleh masyarakat perkotaan ataupun pengunjung yang datang.

Pergeseran yang ketiga adalah perubahan gaya hidup kebiasaan aktivitas Sosial dan ekonomi. Dengan kondisi masyarakat Baduy yang kerap berinteraksi dengan pengaruh eksternal saat ini, tidak hanya dengan teknologi dan wisatawan yang datang menikmati masa libur, namun juga interaksi

terjadi dengan pekerja sosial, pemerintah dan juga peneliti. Masyarakat menyesuaikan diri dengan kebutuhan dan harapan dari pihak-pihak ini, yang sering kali berbeda dinamika hubungan sosial. Dengan adanya interaksi dengan dunia luar, mereka mulai terlibat dalam aktivitas ekonomi modern seperti perdagangan dengan wisatawan, serta mengikuti tren konsumerisme yang lebih umum. Ini menyebabkan perubahan dalam kebiasaan dan gaya hidup mereka.

Bahkan dampak penyesuaian interaksi dengan wisatawan berefek pada bentuk arsitektur bangunan, wisatawan yang datang khususnya dari perkotaan sudah terbiasa dan membutuhkan toilet yang mumpuni sebagai bagian dari sebuah bangunan. Sedangkan kebiasaan masyarakat Baduy yang menjadi kelaziman adalah melakukan segala aktivitas MCK (mandi, cuci, kakus) dilakukan di alam bebas dan sungai, sebagian warga Baduy yang aktif berinteraksi dengan para pengunjung telah memahami perbedaan tersebut, untuk menjaga kenyamanan para pengunjung, sebagian masyarakat Baduy membuat fasilitas kamar mandi atau toilet baik rumah pribadi maupun di rumah penginapan yang memang disediakan atau disewakan kepada para pengunjung.

Bagi sebagian masyarakat Baduy yang memiliki usaha warung yang menyediakan berbagai kebutuhan sehari-hari bagi masyarakat setempat maupun para pengunjung telah mengadopsi bangunan permanen. Warung yang didirikan telah mengadopsi bangunan modern (tembok/bata) dengan pintu baja dan lantai keramik, penampakan ini tentu berbeda dengan arsitektur bangunan khas masyarakat Baduy yang dikenal menggunakan bahan-bahan kayu dan bambu.

Peningkatan jumlah pariwisata dan pengembangan infrastruktur ini membawa perubahan signifikan dalam masyarakat Baduy. Sementara pariwisata menawarkan keuntungan ekonomi, seperti pendapatan tambahan dari aktivitas wisata, memberikan berbagai dampak yang dirasakan. Adanya akses teknologi dan juga akses fisik infrastruktur seperti jalan yang lebih baik menyebabkan lebih banyak pengaruh yang datang yang pada gilirannya mempengaruhi cara hidup tradisional masyarakat Baduy. Masyarakat Baduy harus menyeimbangkan antara menjaga keaslian budaya mereka dan memanfaatkan peluang ekonomi yang dihadirkan oleh pariwisata.

Pengembangan infrastruktur, seperti jalan yang menghubungkan desa Baduy dengan daerah sekitarnya, memudahkan arus barang dan informasi. Hal ini meningkatkan aksesibilitas, tetapi juga berpotensi mengancam isolasi budaya yang selama ini menjadi kekuatan utama identitas masyarakat Baduy, hal ini memfasilitasi kunjungan dari pihak luar dan meningkatkan frekuensi interaksi antara masyarakat Baduy dan masyarakat luar.

Program Pemerintah dan NGO tentu menjadi jalan pembauran. Berbagai program dari pemerintah dan lembaga non-pemerintah, seperti program pendidikan dan kesehatan, juga berkontribusi pada perubahan dalam masyarakat Baduy. Program-program ini sering melibatkan interaksi langsung dengan masyarakat luar dan memperkenalkan elemen-elemen baru dalam kehidupan sehari-hari mereka. Adaptasi masyarakat Baduy terhadap pengaruh eksternal menunjukkan fleksibilitas mereka untuk terus mempertahankan identitas budaya sambil beradaptasi dengan perubahan yang tak terhindarkan. Penggunaan teknologi komunikasi saat ini menunjukkan bahwa masyarakat Baduy mampu mengintegrasikan elemen modern dengan cara yang produktif. Namun, penyesuaian dalam praktik budaya, seperti ritual adat, menimbulkan dilema mengenai sejauh mana perubahan ini dapat diterima tanpa mengorbankan esensi budaya yang telah diwariskan turun-temurun. Penelitian ini menemukan bahwa masyarakat Baduy Luar, khususnya di Kampung Cepak Buah, mengalami perubahan signifikan dalam aspek komunikasi, bahasa, dan gaya hidup akibat interaksi dengan dunia luar melalui pariwisata dan teknologi. Temuan ini sejalan dengan penelitian Suryadi (2023), yang menunjukkan bahwa masyarakat Baduy Luar mulai menerima teknologi modern seperti handphone dan televisi, menghadapi tantangan dan peluang baru dalam interaksi sosial mereka. Dalam aspek komunikasi, masyarakat Baduy Luar mulai menggunakan media digital untuk berinteraksi, baik dengan sesama anggota komunitas maupun dengan pihak luar. Hal ini menunjukkan adanya transformasi perilaku komunikasi yang didukung oleh dinamika sosial dan penggunaan teknologi informasi (Rochim et al., 2023). Perubahan juga terjadi dalam penggunaan bahasa. Masyarakat Baduy Luar mulai mengadopsi kosakata dari bahasa Indonesia dan bahasa asing

dalam percakapan sehari-hari, terutama dalam konteks perdagangan dan interaksi dengan wisatawan. Fenomena ini mencerminkan proses akulturasi bahasa yang terjadi akibat interaksi budaya yang intensif (Rosyid, 2024). Gaya hidup masyarakat Baduy Luar pun mengalami pergeseran. Mereka mulai mengenakan pakaian modern, menggunakan alas kaki, dan memanfaatkan teknologi dalam aktivitas sehari-hari. Perubahan ini menunjukkan adanya adaptasi terhadap modernitas, meskipun tetap mempertahankan nilai-nilai budaya yang diwariskan (Rosyid, 2024). Temuan-temuan ini menegaskan bahwa masyarakat Baduy Luar berada dalam proses negosiasi budaya yang kompleks, di mana mereka berusaha menyeimbangkan antara pelestarian tradisi dan adaptasi terhadap perubahan sosial yang dibawa oleh interaksi dengan dunia luar.

5 SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa terdapat peningkatan signifikan dalam interaksi antara masyarakat Baduy dan dunia luar, yang dipengaruhi oleh berbagai faktor eksternal seperti interaksi antara masyarakat asli dengan para wisatawan dan para pendatang dengan berbagai tujuan, lalu masyarakat Cepak Buah juga dipengaruhi oleh interaksinya dengan teknologi, ponsel dan media sosial.

Pengaruh eksternal tersebut telah menggeser beberapa kebiasaan masyarakat kampung Cepak Buah. Pergeseran yang pertama terjadi pada sisi media komunikasi yang digunakan, cara berkomunikasi serta konten komunikasi yang dibahas dalam perkumpulan-perkumpulan masyarakat Baduy Cepak Buah, lalu pergeseran kedua terjadi dari sisi kosakata dalam bahasa terutama terjadi pada kalangan muda, pergeseran ketiga dari sisi gaya hidup dan kebiasaan yang meliputi aktivitas sosial, ekonomi dan arsitektur bangunan.

Penelitian ini menyoroti bahwa masyarakat Baduy menghadapi dilema antara mempertahankan keaslian budaya dan beradaptasi dengan perkembangan sosial, ekonomi dan teknologi yang lebih luas. Untuk meminimalisir dampak negatif dan mendukung pelestarian budaya, disarankan agar kebijakan pariwisata dan program-program eksternal di Desa Cepak Buah dirancang dengan pendekatan yang sensitif terhadap nilai-nilai budaya lokal. Pendekatan yang sensitif dan partisipatif dalam pengembangan pariwisata dan program-program eksternal sangat penting untuk memastikan bahwa perubahan yang terjadi tidak merusak nilai-nilai inti yang merupakan bagian dari identitas masyarakat Baduy. Pada kesempatan ini penulis memberikan rekomendasi penelitian berikutnya atau studi lanjutan untuk mengeksplorasi bagaimana pendidikan formal dan informal berperan dalam memfasilitasi atau menghambat interaksi antara masyarakat Suku Baduy dan dunia luar.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprianti, S. A. (2023). Perubahan Sosial Masyarakat Suku Baduy Luar Sebagai Akibat Modernisasi. *El-Mujtama Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1). https://www.researchgate.net/publication/377142768_Perubahan_Sosial_Masyarakat_Suku_Baduy_Luar_Sebagai_Akibat_Modernisasi
- Firdaus, A. norman. (2021). Penolakan Suku Baduy terhadap Perkembangan IPTEK dan Kaitannya dengan HAM. *Institut Teknologi Bandung*, 1(1). https://www.researchgate.net/publication/351711961_Penolakan_Suku_Baduy_terhadap_Per_kembangan_IPTEK_dan_Kaitannya_dengan_HAM
- Ginting, D. C. A. (2024). Analisis Pengaruh Jejaring Sosial Terhadap Interaksi Sosial di Era Digital. *Journal Nipomof*, 2(1). <https://ejournal-nipamof.id/index.php/PPIMAN/article/view/280>
- Jadidah, I. T. (2023). Analisis Pengaruh Arus Globalisasi Terhadap Budaya Lokal (Indonesia). *Academy Of Social Science And Global Citizenship Journal*, 3(2). <https://jurnal.ucy.ac.id/index.php/AoSSaGCIJ/article/view/2136>
- Kartika, T. (2019). Masyarakat Baduy Dalam Mempertahankan Adat Istiadat Di Era Digital. *Jurnal*

- Isbi*, 1(1). <https://jurnal.isbi.ac.id/index.php/Prosiding/article/view/1309>
- Kemenparekraf. (2021, March 10). Statistik Kunjungan Wisatawan Mancanegara 2021. *Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi*. <https://kemenparekraf.go.id/statistik-wisatawan-mancanegara/Statistik-Kunjungan-Wisatawan-Mancanegara-2021>
- Kementerian Pariwisata. (2022, June 30). Wisatawan Mancanegara Dalam Angka Tahun 2022. *Kementerian Pariwisata*. <https://kemenparekraf.go.id/publikasi-statistik-kunjungan-wisatawan-mancanegara/wisatawan-mancanegara-dalam-angka-tahun-2022>
- Kesuma, A. sobby. (2023). Kerukunan Umat Beragama dan Resolusi Konflik Studi Kasus Umat Beragama pada Masyarakat Suku Baduy Perbatasan Di Provinsi Banten. *Journal Tapis*, 9(2). <https://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/TAPIS/article/view/1596>
- Lestar, E. N. (2023). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Kehidupan Sosial Dan Budaya Dalam Masyarakat. *Proceedings Series of Educational Studies*. <http://conference.um.ac.id/index.php/pses/article/view/8121/2439>
- Lestari, R. (2023). Sinyal Internet di Baduy: Dilema Antara Tradisi dan Modernisasi. *Unes Law Review*, 6(2). [review-unes.com > index > law](http://review-unes.com/index/law)
- Millani, A. (2024). Pengaruh Globalisasi terhadap Prilaku Sosial Masyarakat Baduy Luar: Studi Antropologi Budaya. *Jurnal Kala Manca*, 12(1). <https://jurnal.usbr.ac.id/KALA/article/view/317>
- Ngulwiyah, I. (2022). Perubahan Karakter Masyarakat Baduy dalam Menghadapi Era Modernisasi. *Jurnal Pendidikan Karakter Jawa*, 8(2). <https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JAWARA/article/view/17816>
- Nurandi. (2023, December 14). Hingga Oktober 2023, Ada 831 Ribu Wisatawan Berkunjung ke Lebak. *Radar Banten.Com*. <https://www.radarbanten.co.id/2023/12/14/hingga-oktober-2023-ada-831-ribu-wisatawan-berkunjung-ke-lebak/>
- Nurfalah, L. (2023). Adaptasi masyarakat suku baduy luar terhadap perkembangan global berbasis kearifan lokal. *Journal of Socio Cultural Sustainability and Resilience*. <https://www.journal-iaassf.com/index.php/JSCSR/article/view/182>
- Permana, C. E. (2010). Kearifan Lokal Masyarakat Baduy Menghadapi Perubahan Sosial. *Universiti Kebangsaan Malaysia*, 10(12).
- Pudjiastuti, S. R. (2023). Tantangan Dalam Menjaga Identitas Budaya Baduy Luar Dan Baduy Dalam Pada Era Perubahan. *Jurnal Citizenship Virtues*, 3(2). https://www.researchgate.net/publication/375920524_Tantangan_Dalam_Menjaga_Identitas_Budaya_Baduy_Luar_Dan_Baduy_Dalam_Pada_Era_Perubahan
- Rabbani, D. A. (2023). Pengaruh Perkembangan Teknologi terhadap Kehidupan dan Interaksi Sosial Masyarakat Indonesia. *Research Gate*, 11(10). https://www.researchgate.net/publication/375525102_Pengaruh_Perkembangan_Teknologi_t_erhadap_Kehidupan_dan_Interaksi_Sosial_Masyarakat_Indonesia
- Rochim, A., Indrawan, A., & Nurlia, D. (2023). Transformasi komunikasi masyarakat adat Baduy akibat penetrasi teknologi informasi. *Jurnal Komunikasi dan Masyarakat Pedesaan*, 15(2), 133–144.
- Rosyid, F. (2024). Perubahan sosial budaya Suku Baduy Luar: Sebuah analisis interaksi antara tradisi dan modernitas. ResearchGate. <https://www.researchgate.net/publication/379636943>
- Sabina, S. R. (2022, June 9). Pengaruh Digitalisasi Terhadap Kesenjangan Sosial Suku Baduy. *Kumparan.Com*, 1. <https://kumparan.com/shafa-ramadhani-sabina/pengaruh-digitalisasi-terhadap-kesenjangan-sosial-suku-baduy-1y9mHWNfrfj>
- Shofiyatuzzahra. (2023). The Role Of Globalization In The Cultural Transformation Of Javanese Communities In Tuntungan Village. *Cakrawala Journal Of Citizenship Teaching And Learning*, 1(2). <https://journal.aspublisher.co.id/index.php/cakrawala/article/view/259>
- Suidat, S. (2023). Nilai-nilai Keislaman dalam Sistem Kepercayaan Sunda Wiwitan Suku Baduy Banten. *Jurnal Cirizenship Virtual*, 3(2).

- <https://www.jurnal.stkipkusumanegara.ac.id/index.php/citizenshipvirtues/article/view/1878>
Suryadi, D. (2023). Adaptasi budaya masyarakat Baduy luar terhadap perkembangan global berbasis kearifan lokal. *Komunikasi: Jurnal Komunikasi*, 15(1), 45–57.
- Suryana, P. A. B. (2023, September 5). Mengenal Suku Baduy, Kelompok Etnis yang Menjaga Tradisi di Banten. *Liputan 6.Com*, 1. <https://www.liputan6.com/regional/read/5388214/mengenal-suku-baduy-kelompok-etnis-yang-menjaga-tradisi-di-banten>
- Taptiani, N. (2024). The Impact Of Globalization On Local Culture. *International Journal Of Progressive Sciences And Technologies*, 45(1). <https://ijpsat.org/index.php/ijpsat/article/view/6233>
- Triko, G. (2022). Literasi Informasi Media Digital pada Komunitas Adat di Era Internet of Things (IOT): Studi Kasus Masyarakat Adat Baduy Luar di Desa Kanekes, Kecamatan Leuwidamar, Kabupaten Lebak, Provinsi Banten. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 20(2). [journal.ipb.ac.id › index › jurnalkmp](http://journal.ipb.ac.id/index/jurnalkmp)

Cerita Politik: *Message Appeal* Ganjar Pranowo di Media Sosial Saat Kampanye Pilkada Jawa Tengah 2018

Febriansyah Kulau¹⁾, Lily El Ferawati Rofil²⁾, Zakaria Lantang Sukirno³⁾

^{1,3)} Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Al-Azhar Indonesia

²⁾ Communication Department, School of Computing and Creative Arts, Bina Nusantara University
Email: febriansyah.kulau@uai.ac.id; lily.ferawati@binus.edu; zakaria@uai.ac.id.

Diterima:
5 Agustus 2024

Diterima Setelah Revisi:
14 April 2025

Dipublikasikan:
25 April 2025

Abstrak

Sebelum adanya Pilkada Serentak 2024, Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) 2018 di Indonesia merupakan pemilihan kepala daerah terbesar yang diselenggarakan di 171 daerah administratif. Di antara daerah-daerah yang ikut serta, Provinsi Jawa Tengah mendapat sorotan media yang tinggi karena salah satu calon yang ikut serta adalah Gubernur petahana Ganjar Pranowo yang dijuluki sebagai “media darling”. Ganjar dikenal sebagai pemimpin pemerintahan yang rutin memperbarui media sosialnya. Bahkan, Ganjar pernah meraih penghargaan “The Best Communicator” tahun 2018 dari Public Relations Indonesia atas pemberitaan positif tentang dirinya di media. Oleh karena itu, penelitian ini mencoba untuk melihat komunikasi politik dan penceritaan positif yang disampaikan Ganjar melalui media sosialnya. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui imbauan Pranowo dalam mempraktikkan komunikasi politik positif melalui akun media sosialnya selama kampanye 2018. Dengan menggunakan metode analisis konten kualitatif, penelitian ini menganalisis unggahan Gubernur Jawa Tengah di Twitter, Instagram, dan Youtube yang dipublikasikan antara bulan Februari hingga Juni yang dipilih melalui teknik analisis purposive. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten Ganjar di media sosialnya terdiri dari dua jenis imbauan, yaitu afirmatif dan akomodatif. Daya tarik positif menunjukkan bahwa penceritaan politiknya meyakinkan, lucu, dan penuh pengertian. Daya tarik akomodatif menggambarkan komunikasi politiknya berorientasi pada isu dan penyelesaian masalah. Penelitian ini dapat memberikan pemahaman praktis mengenai komunikasi politik calon kepala daerah di Pilkada.

Kata Kunci: Cerita Politik, Message Appeal, Media Sosial, Kampanye Pilkada

Abstract

Before the 2024 Simultaneous Regional Elections, the 2018 Regional Head Elections (Pilkada) in Indonesia were the most significant regional head elections held in 171 administrative regions. Among the participating areas, Central Java Province received high media attention because one of the candidates was the incumbent Governor, Ganjar Pranowo, who was nicknamed the "media darling." Ganjar is known as a government leader who regularly updates his social media. In fact, Ganjar once won the 2018 "The Best Communicator" award from Public Relations Indonesia for favorable coverage of him in the press. Therefore, it is interesting to see Ganjar's political communication and positive storytelling conveyed through his social media. This study was conducted to determine Pranowo's appeal to practice positive political communication through his social media accounts during the 2018 campaign. Using a qualitative content analysis method, this study analyzed the uploads of the Governor of Central Java on Twitter, Instagram, and YouTube

published between February and June, which were selected using a purposive analysis technique. The results of the study show that Ganjar's content on his social media consists of two types of appeals, namely affirmative and accommodative. Positive appeal shows that his political storytelling is convincing, funny, and full of understanding. Accommodative appeal describes his political communication as oriented towards issues and problem-solving. This study can provide a practical understanding of the political communication of regional head candidates in the 2024 Pilkada.

Keywords: *Political Storytelling, Message Appeal, Sosial Media, Regional Election Campaign*

1 PENDAHULUAN

Indonesia telah melewati beberapa kali pilkada serentak, yang paling terkini ialah Pilkada serentak 2024, tetapi penelitian ini tidak akan mengeksplorasi pada konteks Pilkada 2024, tetapi akan mencoba mengeksplorasi pada konteks pilkada 2018. Hal itu dikarenakan terdapat tokoh yang berhasil menjadi kontestan Pilpres 2024 dan telah mengikuti 2 kali Pilkada, Tokoh Tersebut ialah Ganjar Pranowo. Pada Pemilihan Kepala Daerah atau Pilkada yang diadakan serentak pada 171 daerah di seluruh Indonesia pada tahun 2018 (<http://otda.kemendagri.go.id>). Pilkada serentak merupakan agenda nasional yang menarik perhatian masyarakat. Bukan tanpa alasan, Pilkada serentak 2018 diikuti oleh Provinsi yang menjadi lumbung suara nasional pada setiap pemilu, yaitu Jawa Barat, Jawa Timur dan Jawa Tengah.

Salah satu proses yang penting dalam Pilkada yaitu, proses kampanye. Dimana proses kampanye yang digunakan tentunya menggunakan komunikasi sebagai alat utamanya. Sehingga dalam politik komunikasi memainkan peran yang penting karena komunikasi tidak hanya sebagai alat penyampai pesan tetapi yang lebih daripada itu. Komunikasi memiliki peran dalam politik guna mengubah pola pikir masyarakat agar dapat bertindak sesuai dengan keinginan pemberi pesan.

Pada sebuah rangkaian kampanye pada Pilkada 2018, politisi atau calon kepala daerah melakukan komunikasi guna meraih dukungan dalam pemilihan tersebut. Komunikasi dalam proses politik inilah yang disebut dengan komunikasi politik. Dengan kata lain komunikasi politik dapat didefinisikan sebagai proses penyebaran makna atau pesan yang bersangkutan dengan fungsi suatu sistem politik (Plano dalam Mulyana 2022). Komunikasi politik sangat intens dilakukan oleh yang berkepentingan agar dapat memenangkan pemilihan kepala daerah tersebut, sehingga dapat dikatakan bahwa komunikasi politik menjadi senjata utama guna memenangkan pemilihan tersebut. Oleh karena itu dapat dikatakan siapa yang menguasai senjata tersebut dapat keluar sebagai pemenang.

Khusus untuk Pilkada Jawa Tengah kali ini, salah satu pesertanya yaitu H. Ganjar Pranowo, S.H, M.IP atau sering disebut Ganjar merupakan petahana yang sebelumnya merupakan Gubernur Jawa Tengah periode 2013-2018. Pada Pilkada kali ini Ganjar berpasangan dengan Gus Yasin dengan didukung 5 partai yaitu Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP), Partai Persatuan Pembangunan (PPP), Partai Nasdem, Partai Demokrat (PD) dan Partai Golkar. Ganjar-Gus Yasin keluar sebagai pemenang pada Pilkada Jawa Tengah 2018, dengan perolehan suara 10.362.694 pemilih. Ganjar-Gus Yasin menang dengan presentase 58,78% pemilih (kpu.co.id, 2018).

Sesuatu yang menjadi keunikan pada Pilkada Jawa Tengah 2018 berbanding dengan Pilkada sebelumnya adalah media kampanye konvensional yang digunakan oleh peserta pilkada bergeser ke new media yaitu media sosial. Hal tersebut bukan tanpa alasan, media sosial saat ini menjadi komoditas media yang sering digunakan oleh masyarakat terutama kaum millennial. Ganjar Pranowo khususnya sering menggunakan media sosial untuk menarik kaum millennial guna memilihnya dalam konstelasi Pilkada Jawa Tengah 2018 (Saputra, 2018). Usaha Ganjar menggunakan media sosial dengan intensitas tinggi membuahkan hasil dengan keluarnya dia sebagai pemenang dalam

kontestasi Pilkada Jawa Tengah 2018 dan menjadi Gubernur Jawa Tengah terpilih periode 2018 s.d 2023.

Penggunaan media sosial oleh Ganjar guna menarik generasi *millennial* merupakan usaha untuk mencitrakan dirinya sebagai orang yang dekat dengan generasi *millennial*. Pada Pilkada 2018, generasi *millennial* masih menjadi ceruk suara yang dominan pada kontestasi politik. Usaha mencitrakan akan menghasilkan citra politik. Citra Politik sebagaimana dijelaskan Walter Lipman (Rusmulyadi, 2018), adalah sebagai gambaran dalam pikiran "*picture in our head*". Berangkat dari definisi tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa citra bermain dalam tataran persepsi seseorang. Oleh karenanya Ganjar menggunakan media sosial agar citra yang dibangun dapat menghasilkan persepsi bahwa Ganjar dekat dengan kaum *millennial*.

Proses pembangunan citra yang dilakukan Ganjar untuk menarik kaum *millennial* menitikberatkan pada penggunaan media sosial sebagai media komunikasinya. Media sosial adalah aplikasi berbasis internet yang dibangun dengan teknologi Web 2.0 dan memungkinkan bertukarnya informasi (Kaplan dan Haenlein dalam Haryanto, 2015: 85). Menurut Kaplan dan Haenlein (2010) pula terdapat setidaknya 6 jenis media sosial yaitu *collaborative projects* atau proyek kolaorasi (contohnya, Wikipedia), *blog* dan *microblogs* (misalnya, Twitter), *content communities* atau konten komunitas (misalnya, YouTube), Situs Jaringan Sosial (misalnya, Instagram dan facebook), *virtual game worlds* (misalnya, *Mobile Legends* dan *World of Warcraft*) dan *virtual social worlds* (misalnya, Tinder dan Second Life). Setidaknya hampir seluruh jenis media sosial diatas digunakan sebagai media kampanye politik. Pada kasus Pilkada Jawa Tengah 2018, Ganjar rutin menggunakan tiga media sosial yaitu, Twitter, Instagram dan Youtube.

Berdasarkan yang telah diungkapkan di atas, penelitian ini mencoba melihat jenis pesan seperti apa yang menggunakan daya tarik pesan (*message appeal*). Oleh karenanya penelitian ini bertujuan untuk dapat menemukan jenis daya tarik pesan (*message appeal*) yang digunakan oleh Ganjar Pranowo pada media sosial miliknya di Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Jawa Tengah 2018.

2 KAJIAN PUSTAKA

Masalah ini akan coba didekati menggunakan perspektif daya tarik pesan (*message appeal*). *Message appeal* merujuk kepada isyarat yang digunakan dalam sebuah pesan promosi untuk dapat menarik minat dan perhatian audiens (Kinner et al, 1995 dalam Koinig, 2022). Berdasarkan hal tersebut dapat dipahami bahwa *Message appeal* erat kaitannya dengan promosi. Pada konteks kajian politik, memang belum banyak yang mencoba mengaitkan daya tarik pesan (*message appeal*) dengan politik terutama di Indonesia. Sedangkan, telah terbukti jika penggunaan daya tarik pesan (*message appeal*) dapat efektif pada kampanye politik (Van Spanje dkk, 2013). Oleh karenanya penelitian ini akan mencoba untuk mengeksplorasi kampanye politik dengan menggunakan daya tarik pesan (*message appeal*).

Proses kampanye politik tidak hanya dilakukan pada media konvensional tetapi pada media online pula. Sebagai bukti terdapat penelitian yang dilakukan oleh Sweetser K.D (2006) yang mengkonstruksikan kampanye *online* pada *web sites* dan *blog*. Hasil dari penelitian tersebut adalah terdapat pengkategorisasian pada pernyataan yang ditampilkan pada situs *online*, yaitu: Sikap Politik, Isu Politik, Ajakan Partisipasi, Harapan untuk masa depan, Kerinduan masa lalu, Statistik, Pencapaian politik dan Serangan kepada lawan politik. Pengkategorisasian tersebut akan penulis coba buktikan pada penelitian yang akan penulis teliti. Hal yang mendasari ketertarikan penulis adalah penelitian tersebut sama sama dilakukan pada basis media *online*. Oleh karenanya penulis juga mengkaji pustaka yang objek penelitiannya adalah media *online*.

Salah satu penelitian tentang kampanye politik melalui media *online* adalah, penelitian Widyanty (2014) yang menggunakan pendekatan kuantitatif guna meneliti tentang isi Twitter politisi menjelang pemilu 2014. Hasilnya penelitian tersebut dapat mengkontruksikan isi Twitter politisi menjadi beberapa tema atau topik yaitu: *human rights*, penegakan hukum, ekonomi dan bisnis, pendidikan, kelestarian lingkungan, birokrasi, kesejahteraan sosial, stabilitas keamanan, agama,

persuasi politik, aturan atau etika sosial, dukungan dan kalimat sapa. Hasil lain dari penelitian tersebut adalah politikus menghindari membicarakan hal hal yang sensitif serta lebih sering mengakat hal yang menjadi keahliannya. Pada proses penelitian yang dilakukan oleh peneliti akan mencoba untuk menemukan apakah topik topik yang telah ditemukan oleh Widyanty (2014) juga dapat ditemukan pada objek penelitian peneliti. Hal lain juga peneliti akan mencermati apakah subjek penelitian peneliti juga menghindari hal hal yang tidak ia kuasai untuk dibiicarakan dimedia sosialnya dan lebih memlih untuk sering membicarakan hal hal yang dikuasai atau bahkan sebaliknya.

Setelah *Web sites*, Twitter, Instagram dan Facebook, terdapat pula penelitian yang berfokus pada YouTube sebagai objek penelitiannya. Salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh Arofah (2015). Penelitian ini mendeskripsikan bahwa Youtube dapat digunakan sebagai media klarifikasi dan pernyataan politik. Penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif ini memiliki hasil bahwa komunikator politik menggunakan YouTube sebagai media alternatif dan suplemen bagi media arus utama untuk melakukan klarifikasi politik. Tujuannya adalah membentuk citra positif dan mempengaruhi opini publik. Efek dari komunikasi politik dapat dilihat dari level mikro yaitu dari konsumen pesan, dan level makro ketika komunikasi politik dikumpulkan bersama dalam bentuk polling opini publik atau bentuk partisipasi lainnya yang mengindikasikan kemauan berpolitik secara kolektif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa klarifikasi di YouTube tidak mampu membentuk citra positif dan mengubah opini publik. Hal tersebut dikarenakan dari ketiga unggahan yang menjadi objek penelitian mendapatkan tanggapan yang tidak sesuai dengan keinginan komunikatornya. Pada penelitian ini akan mencoba melihat apakah youtube digunakan sebagai platform untuk melakukan klarifikasi, pada konteks ini klarifikasi pada proses kampanye politik.

3 METODE PENELITIAN

Pendekatan pada penelitian yang peneliti lakukan adalah kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah pendekatan berpijak pada paradigma interpretivis yang berkaitan dengan pemahaman perilaku masyarakat dari apa yang dilihat oleh masyarakat itu sendiri. Menurut Denzin dan Lincoln dalam Creswell & Poth (2016) menyebutkan desain penelitian kualitatif diantaranya adalah penelitian naratif, *phenomenology*, *grounded theory*, *ethnography*, studi kasus, dan penelitian tindakan.

Penelitian ini tergolong dalam pendekatan kualitatif dikarenakan peneliti akan menganalisis lebih dalam mengenai tema pesan politik yang disampaikan oleh Ganjar Pranowo dalam media komunikasinya. Peneliti pula akan mengkonfirmasi kepada Ganjar Pranowo ataupun tim kampanyenya dengan cara melakukan wawancara agar mendapatkan data rinci langsung dari komunikator. Jika dikaitkan dengan pendapat Hamidi (2014) yaitu pendekatan kualitatif adalah bentuk penelitian dengan mengumpulkan data berupa rincian cerita yang disampaikan oleh responden penelitian dan diungkapkan apa adanya sesuai dengan absahan dan pandangan dari setiap responden. Maka karenanya peneliti menggunakan pendekatan kualitatif untuk penelitian ini.

Pada proses pemilihan sample dari objek penelitian peneliti akan menggunakan teknik purposive sampling. Purposive sampling menurut Daniel (2012) adalah teknik pengumpulan sampel data dengan memperhatikan syarat atau kriteria tertentu. Pada penelian yang dilakukan kali ini peneliti akan menggunakan teknik analisis data tematik deduktif. Menurut Boyatziz (1998) analisis tematik berarti “cara mengidentifikasi tema tema yang terpola dalam suatu fenomena. Tema tema tersebut didapat dan diidentifikasi serta dikodekan secara induktif dari data kualitatif mentah ataupun secara deduktif berdasar pada teori atau hasil penelitan terdahulu”. Sedangkan teknik analisis data deduktif menurut Yusuf (2014:17) adalah teknik yang diterapkan pada sebuah penelitian disaat penelitian tersebut berlandaskan dari sebuah konsep yang telah ditemukan dan dibuktikan pada penelitian sebelumnya. Peneliti menggunakan teknik analisis deduktif dikarenakan peneliti telah menggunakan simbol simbol yang telah dihasilkan oleh peneliti sebelumnya untuk dijadikan acuan awal dalam proses mengkodekan hasil penelitian. Analisis tematik dipilih karena sesuai

dengan objektif penelitian ini peneliti akan mencoba untuk mentemakan masing masing dari objek penelitian.

4 HASIL DAN PEMBAHASAN

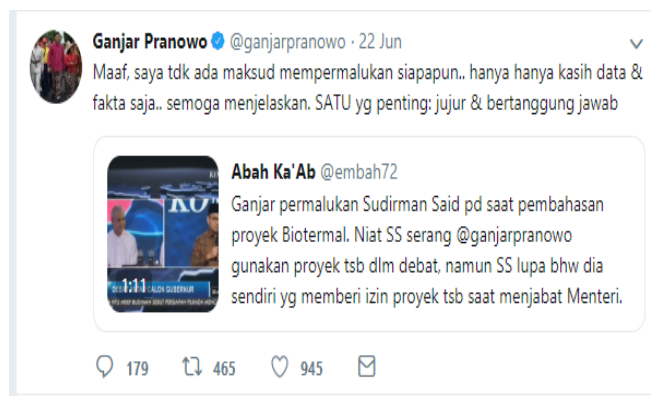
Berdasarkan pada temuan penelitian, *message appeal* yang digunakan oleh Ganjar pada media sosialnya dapat dikategorikan menjadi dua, yaitu: Afirmatif dan Akomodatif.

4.1 *Message appeal* Afirmatif

Sebuah pesan politik yang dapat dikategorikan sebagai *message appeal* Afirmatif jika seorang elit politik menggunakan afirmatif sebagai tarikan pesannya yaitu: pertama, klarifikasi politik; kedua, adalah penggunaan konten humor; dan ketiga konten ekspresi atau apresiasi.

1) Klarifikasi Politik

Masalah atau disinformasi sering menimpa para elit politik karenanya perlunya sebuah klarifikasi agar masalah atau disinformasi tersebut dapat diselesaikan. Setelah melakukan analisis, Ganjar juga pernah melakukan beberapa klarifikasi dalam media sosial yang ia miliki, baik itu Instagram, Twitter dan YouTube. Klarifikasi tersebut dibuat agar dapat memberikan penerangan terhadap sebuah berita atau pernyataan yang tidak menguntungkan bagi seorang elit politik. Khususnya pada Twitter, Ganjar sangat sering mengklarifikasi suatu hal dengan menggunakan akun twitter miliknya. Gambar 1 dan 2 merupakan contoh klarifikasi politik yang dilakukan oleh Ganjar di twitter.



Gambar 1. Cuitan Twitter tanggal 22 Juni 2018



Gambar 2. Cuitan Twitter tanggal 25 April 2018.

Pada Gambar 1 dapat dilihat bahwa pengguna twitter bernama @embah72 yang mengatakan “Ganjar permalukan Sudirman Said pada saat pembahasan proyek Biotermal. Niat SS serang @Ganjarpranowo gunakan proyek tersebut dalam debat, namun SS lupa bahwa dia sendiri yang memberi izin proyek tersebut pada saat dia menjabat menteri.” Lalu Ganjar memberikan sebuah klarifikasi dalam bentuk cuitan yang berisi “*maaf saya tidak ada maksud mempermalukan siapapun.. hanya hanya kasih data & fakta saja... Semoga menjelaskan. SATU yang penting: jujur dan bertanggung jawab.*”. Berangkat dari cuitan tersebut Ganjar mencoba mengklarifikasi bahwa ia sama sekali tidak ada maksud untuk mempermalukan siapapun, tidak seperti yang dituduhkan oleh @embah72. Ganjar hanya mencoba memberikan sebuah data dan fakta yang terjadi, ia mencoba berkata jujur seperti apa yang ia sampaikan dalam cuitan tersebut. Setelah melakukan analisis mendalam, Ganjar melakukan sebuah klarifikasi dengan eksplisit pada cuitan tanggal 22 Juni 2018 tersebut.

Selanjutnya pada Gambar 2 kita melihat bahwa Ganjar kembali melakukan klarifikasi. Pada gambar tersebut Ganjar juga memberikan sebuah penjelasan terhadap pernyataan pengguna instagram lainnya. Pengguna twitter @RestyCaya membuat sebuah cuitan yang berisi “*Jari mbaknya nomor 2. Baju ibunya juga nomor 2 perih amat pak @Ganjarpranowo. Hahahahahah. #JatengGantiGubernurBaru.*” Terlihat Ganjar memberikan sebuah klarifikasi dalam cuitannya yang berisi “*kami sengaja foto dengan mereka yang (mungkin) pilihannya beda. Begitulah cara kami merawat kesejukan Pilkada Jateng. Mereka saya hormati, meski saya dapat merasakan pilihan mereka. Hehehe.*” Dari hal tersebut dapat dilihat bahwa Ganjar melakukan sebuah klarifikasi guna menjawab pernyataan @RestyCaya yang secara implisit menyatakan bahwa Ganjar telah melakukan sebuah kesalahan. Tetapi anggapan @RestyCaya tersebut dibantah oleh Ganjar, dimana Ganjar dengan sengaja untuk berfoto dengan orang yang berbeda pilihan dengannya. Menurut Ganjar hal tersebut dimaksudkan untuk merawat kesejukan pada Pilkada Jawa Tengah 2018.

Klarifikasi politik yang dilakukan Ganjar sering dilakukan ditwitter miliknya, bahkan peneliti tidak menemukan data sesuai kriteria yang menunjukkan bahwa Ganjar sedang melakukan sebuah klarifikasi di kanal sosial media lainnya seperti instagram dan youtube.

Menurut Arofah (2015) youtube digunakan sebagai media klarifikasi politik guna membentuk citra positif dan mempengaruhi opini publik. Setelah melakukan analisis mendalam, seperti yang dijelaskan diatas peneliti tidak menemukan klarifikasi yang dilakukan oleh Ganjar pada akun youtube miliknya. Peneliti juga tidak menemukan kecenderungan bahwa sebuah klarifikasi dilakukan guna membentuk citra dan mempengaruhi opini publik. Ganjar pada setiap klarifikasi yang ia lakukan berlandas pada sebuah pernyataan yang menurut ia penting untuk diklarifikasi, tanpa mementingkan citra dan opini publik mengenai dirinya. Seperti yang dijelaskan diatas bahwa tarikan pesan komunikasi politik afirmatif dimaksud guna dapat menarik khalayak, dan pada klarifikasi yang dilakukan oleh Ganjar mendapatkan respon yang baik dari pengguna sosial media lainnya. Hal tersebut terlihat dengan jumlah *reply*, *retweet* dan *like* memiliki jumlah yang cukup tinggi.

2) Konten Humor

Konten humor merupakan salah satu jenis tarikan pesan yang digunakan oleh seorang elit politik dalam menarik perhatian publik di media sosialnya. Konten humor dimaksudkan agar para pengikut dari media sosial milik seorang elit politik tidak jenuh akan konten yang cenderung monoton, sehingga digunakanlah humor sebagai selingan. Melalui analisis lebih lanjut diketahui bahwa humor yang dilakukan oleh elit politik, termasuk Ganjar, di media sosialnya dapat menarik perhatian pengguna media sosial lainnya. Gambar 3 merupakan salah satu contohnya.



Gambar 4.15. Instagram tanggal 7 Juni 2018

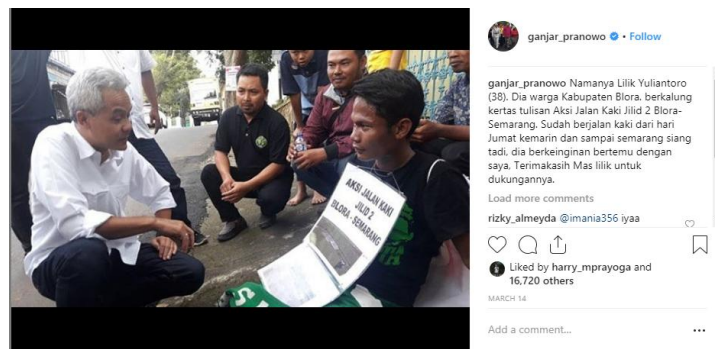
Pada Gambar 3 dapat kita lihat bahwa Ganjar membagikan sebuah video melalui akun instagram miliknya. Terlihat seorang yang sedang dipoton rambutnya, dan Ganjar memberikan sebuah komentar “*Kopiah permanen...tidak perlu lepas & alami... Kamu mau?.*” Konten tersebut menarik cukup banyak perngguna instagram lainnya terbukti dari penayangan berjumlah 236.432 kali. Berdasarkan jumlah tersebut, dapat diasumsikan bahwa konten tersebut dapat menarik perhatian Masyarakat yang lebih luas, walau apakah efektif pesan tersebut efektif atau tidak, perlu dilakukan kajian lebih lanjut. Beberapa pengguna Instagram juga merespon humor tersebut dengan meninggalkan komentar, seperti @dinamartienda yang berkomentar “*ngakak so hard*”, komentar diikuti dengan emot icon tertawa dengan mengeluarkan air mata. Hal tersebut membuktikan bahwa konten humor dapat menarik khalayak disamping konten konten politik. Ganjar juga memanfaatkan momentum kampanye guna menyebarkan konten humor, karena khalayak/masyarakat dapat jenuh dengan konten kampanye terus menerus. Oleh karenanya Ganjar menyebarkan konten tersebut agar dapat memberikan sentuhan berbeda pada pembentukan citra politiknya pada saat masa kampanye Pilkada Jawa Tengah 2018.

3) Konten Apresiasi

Dalam konteks penelitian ini konten apresiasi adalah bentuk penghargaan atas sesuatu hal yang disampaikan oleh elit politik kepada individu atau kelompok tertentu bentuk penghargaan tersebut dapat hanya berbentuk sampai pada menunjukkan ekspresi saja. Perwujudan dari ekspresi dapat berupa apresiasi, tetapi perwujudan dari apresiasi sudah pasti bagian dari ekspresi. Sebagai contoh “*wah ini bagus sekali*” kalimat tersebut merupakan ekspresi atas keindahan dan kalimat tersebut juga merupakan apresiasi kepada seseorang yang telah membuat keindahan tersebut. Tetapi berbeda jika ekspresinya berbentuk negatif seperti jelek, bau, kotor dan sebagainya. Tentu hal tersebut tidak dapat digolongkan sebagai apresiasi. Oleh karenanya ekspresi positif dapat berupa apresiasi sedangkan ekspresi negatif bukan bagian dari apresiasi. Selama kampanye Pilkada Jawa Tengah 2018, Ganjar terlihat beberapa kali mengunggah gambar yang menunjukkan konten apresiasi, seperti yang terlihat pada Gambar 4 dan 5.



Gambar 4. (Ganjar Pranowo Vlog) Bersepeda dan Melihat Wajah Baru Bandara Ahmad Yani Semarang



Gambar 5. Instagram tanggal 14 Maret 2018

Gambar 4 diambil dari salah satu video pada akun YouTube milik Ganjar dengan judul (Ganjar Pranowo Vlog) Bersepeda dan Melihat Wajah Baru Bandara Ahmad Yani Semarang. Salah satu cuplikan pada menit 05.08 s.d 05.12 Ganjar memberikan apresiasi kepada pekerja lapangan dengan mengatakan “*Luar biasa, kita kasih tepuk tangan*”. Hal tersebut dimaksudkan agar dapat terus mempertahankan semangat para pekerja lapangan agar dapat menyelesaikan Bandara Ahmad Yani Semarang.

Selanjutnya pada Gambar 5, Ganjar mengekspresikan kegembiraannya atas dukungan yang diberikan oleh mas lilik. Ganjar berterima kasih sebagai wujud ekspresi dan apresiasi dirinya kepada mas lilik yang telah berjalan kaki dari blora ke semarang. Seperti yang diketahui bahwa jarak dari blora ke semarang adalah 128,7 KM. Karena perjuangam mas lilik tersebut, Ganjar merasa perlu guna mengapresiasi dukungan yang disampaikan oleh mas lilik tersebut.

4.2 Message Appeal Akomodatif

Yang dimaksud tarikan pesan komunikasi politik akomodatif dalam konteks penelitian ini adalah penyesuaian konstruksi ide atau pesan komunikasi politik terhadap khalayak tertentu yang dilakukan oleh elit politik agar pesan yang ia sampaikan dapat diterima dengan baik oleh khalayak yang menjadi target pesan komunikasi politik tersebut. Seorang elit politik dapat dikatakan memiliki tarikan pesan komunikasi politik akomodatif jika ia memiliki hal hal berikut sebagai tanda bahwa ia menggunakan tarikan pesan akomodatif. Berdasarkan analisis konten Instagram, Twitter dan YouTube milik Ganjar Pranowo, calon petahanaini jugamenggunakan tarikan pesankomunikasi politik akomodatif pada Pilkada Jawa Tengah 2018 yang lalu. Untuk memahami tarikan pesan akomodatif ini, peneliti membaginya pada dua aspek yaitu fokus isu dan kalimat nasihat.

1) Fokus Isu

Fokus pernyataan merupakan unsur yang menonjol atau menarik dalam sebuah pernyataan yang disampaikan oleh elit politik. Fokus pernyataan terkait erat dengan isi pesan yang disampaikan oleh elit politik. Fokus tersebut dapat dilihat secara eksplisit maupun implisit, tergantung bahasa yang digunakan oleh elit politik dalam menyampaikan isi pesannya. Berdasarkan analisis konten Instagram milik Ganjar, fokus pernyataan dapat terlihat pada Gambar 6.



Gambar 6. Instagram tanggal 10 Mei 2018

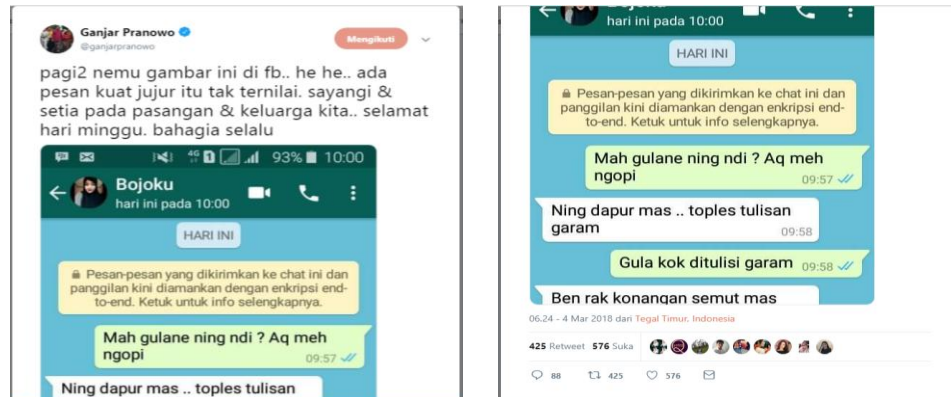
Fokus pernyataan pada Gambar 6 terletak pada #kamibersamapolri. Seperti yang diketahui pada tanggal 8 Mei 2018 s.d 10 Mei 2018 terjadi kerusuhan di Markas Komando Brigade Mobil (Mako Brimob) yang dilakukan oleh narapidana terorisme. Narapidana tersebut membuat kerusuhan yang brakibat pada upaya pemberontakan tersebut, kejadian ini pula turut menjadi perhatian dunia internasional pada saat itu. Dalam insiden tersebut telah gugur 5 anggota polri seperti pada digambar. Ganjar menyebarkan foto tersebut yang memuat #kamibersamapolri dengan maksud untuk memberikan dukungan moral kepada polri dalam menjaga NKRI. Ganjar juga menyisipkan harapan kepada 5 anggota polri yang gugur, harapan tersebut adalah “*semoga khusnul khotimah.*” Harapan tersebut juga diiringi dengan doa khas masyarakat muslim jika terdapat seseorang atau kelompok orang yang terkena musibah atau meninggal, kalimat tersebut adalah “*Innalillahi wainnailahi rojiun.*”

Dalam fokus pernyataan terdapat beberapa tema tema yang digunakan pada setiap pesan komunikasi media sosial (Widyanty, 2014; Sweetser, 2006) seperti Hak Asasi Manusia, penegakan hukum, ekonomi dan bisnis, edukasi, lingkungan hidup, pemerintahan, kesehatan sosial, keamanan negara, religi, kampanye politik, norma sosial, support dan sapaan, sikap politik, isu politik, ajakan partisipasi, harapan untuk masa depan, kerinduan masa lalu, statistik, pencapaian politik, dan serangan kepada lawan politik (Widyanty, 2014; Sweetser, 2006). Begitupula dengan fokus pernyataan yang disampaikan oleh Ganjar memiliki tema tema khusus. Seperti pada Gambar 6 tema yang disampaikan oleh Ganjar adalah keamanan negara, religi, dan harapan.

2) Kalimat Nasihat

Kalimat nasihat merupakan salah satu hal yang menandai seorang elit politik apakah memiliki tarikan pesan komunikasi politik akomodatif. Karena akomodatif, elit politik perlu menyesuaikan pesannya agar dapat mudah diterima oleh khalayaknya. Kalimat nasihat merupakan bentuk penyesuaian dimana elit politik tidak hanya menyampaikan pesan politik

tetapi juga pesan motivasi atau nasehat yang biasanya tidak disampaikan oleh elit politik. Elit politik menyampaikan sebuah motivasi atau nasihat agar khalayak/ masyarakat melihat mereka bukan sebagai politisi saja tetapi juga orang yang dapat memotivasi. Begitupula dengan Ganjar yang beberapa kali menyampaikan motivasi dan nasihatnya dalam media sosialnya khususnya melalui cuitan di Twitter miliknya.



Gambar 7. Cuitan Twitter 21 Maret 2018

Pada Gambar 7 dapat dilihat bahwa Ganjar membuat sebuah cuitan yang isinya sebuah kalimat dan sebuah foto. Pada cuitan tersebut Ganjar memberikan sebuah nasihat yang setelah melalui analisis dapat disimpulkan bahwa nasihat tersebut ditujukan untuk pengguna Twitter lainnya yang memiliki pasangan atau setiap pengguna Twitter yang memiliki keluarga. Nasihat dalam cuitan Ganjar tersebut berbunyi, “Sayangi & setia pada pasangan & keluarga kita.” Nasihat tersebut diberikan oleh Ganjar dan mendapatkan banyak respon dari pengguna Twitter lainnya terlihat dari jumlah *retweet* dan *like* pada cuitan tersebut. Sebuah nasihat akan dapat diterima jika pemberi nasihat tersebut memiliki kapasitas dalam penyampaian sebuah nasihat. Pada kasus nasihat ini seseorang yang memiliki kapasitas adalah seseorang yang terkenal akan kebahagiaan dan kebersamaan keluarganya, dan Ganjar memiliki kapasitas tersebut. Dalam beberapa konten pada media sosialnya seperti instagram, twitter dan youtube dapat kita lihat bahwa Ganjar sangat dekat dan disayangi oleh anak dan istrinya, oleh karenanya dia memiliki kapasitas tersebut. Karena kapasitas itulah dia banyak mendapatkan respon dan penerimaan dari pengguna Twitter lainnya.

Motivasi dan nasihat diberikan oleh seorang elit politik kepada orang banyak melalui media sosial dilakukan agar mereka dapat menyesuaikan dengan khalayak. Dengan seorang elit politik tidak hanya menempatkan dirinya sebagai seorang elit saja tetapi juga sebagai seseorang yang dapat memotivasi dan menasehati maka masyarakat atau khalayak dapat memberikan perhatian lebih kepada elit tersebut. Terlebih dalam masa kampanye, pasti setiap orang berusaha untuk menarik perhatian masyarakat atau khalayak. Masyarakat tentu akan lebih memberikan perhatian kepada elit yang dapat berbeda dalam artian positif dan dapat menyesuaikan diri sesuai dengan khalayak atau masyarakat yang dituju. Hal tersebut terdapat pada Ganjar, Ganjar sangat memahami dan memanfaatkan momentum disaat masa kampanye Pilkada Jawa Tengah 2018 guna menarik perhatian masyarakat.

5 SIMPULAN

Berdasarkan yang telah dipaparkan di atas, dapat disimpulkan bahwa Pranowo menggunakan Daya Tarik Pesan (*message appeal*) pada proses kampanye politiknya. Temuan menunjukkan bahwa konten Pranowo di media sosialnya terdiri dari dua jenis tarikan pesan (*message appeal*): afirmatif dan akomodatif. Message appeal afirmatif menunjukkan penceritaan politiknya sebagai politik yang

meyakinkan, lucu, dan pengertian. *Message appeal* akomodatif menggambarkan komunikasi politiknya yang berorientasi pada masalah dan berorientasi pada pemecahan masalah. Temuan ini mengkonfirmasi bahwa pesan memiliki daya tarik tersendiri jika digunakan dalam sebuah promosi, pada konteks ini ialah promosi politik. Karena keterbatasan penelitian ini tidak dapat membuktikan apakah daya tarik pesan ganjar itu efektif. Walau jika menggunakan asumsi Pranowo memenangkan Pilkada 2018, maka pesan kampanye politiknya relatif efektif. Oleh karenanya penelitian ini menyarankan agar dapat mengeksplorasi lebih lanjut mengenai efektifitas daya tarik pesan (*message appeal*) pada kampanye politik.

DAFTAR PUSTAKA

- Arofah, K. (2015). Youtube Sebagai Media Klarifikasi dan Pernyataan Tokoh Politik. *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan "Veteran" Yogyakarta*, Volume 13(2): 111-123.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2016). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Sage publications.
- Daniel, J (2012). *Sampling Essentials: Practical Guidelines for Making Sampling Choices* (Chapter for: Choosing the type of nonprobability sampling). Thousand Oaks: Sage.
- Dirjen Otonomi Daerah, (2017, n.d) Daftar Daerah yang melakukan pilkada serentak pada tahun 2018. Diakses pada 19 September 2018 dari <http://otda.kemendagri.go.id/CMS/Images/InfoOTDA/Daftar%20Daerah%20yang%20Melakukan%20Pilkada%20Serentak%20Tahun%202018.pdf>
- Hamidi. (2014). *Metode Pendekatan Kualitatif*. Malang: UMM Press.
- Haryanto. (2015). *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Komunikasi Komunitas Pustakawan Homogen Dalam Rangka Pemanfaatan Bersama Koleksi Antar Perguruan Tinggi*. Universitas Sebelas Maret Surakarta, Volume 5(1).
- Komisi Pemilihan Umum, (2018, n.d), Daftar hasil penetapan suara pilkada 2018. Diakses pada 7 Oktober 2018 dari <https://infopemilu.kpu.go.id/pilkada2018/hasil2/penetapan/list/nasional>
- Koinig, I. (2022). On the influence of message/audience specifics and message appeal type on message empowerment: The Austrian case of COVID-19 health risk messages. *Health Communication*, 37(13), 1682-1693.
- Merdeka.com, (2018, Januari 10), Aktif di media sosial ganjar percaya diri didukung generasi millennial. Diakses pada 19 September 2018 dari <https://www.merdeka.com/peristiwa/aktif-di-media-sosial-ganjar-percaya-diri-didukung-generasi-milenial.htm>
- Mulyana, D. (2022). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rusmulyadi & Hafiar, H. (2018). Dekonstruksi Citra Politik Jokowi dalam Media Sosial. *Jurnal Profesi Humas*, Volume 3(1): 120-140.
- Sweetser, K.D. (2006). Evolution of Online Campaigning: Increasing Interactivity in Candidate Web Sites and Blogs Through Text and Technical Features. *Mass Communication & Society*, Volume 9(1), 21-44.
- Widyanty, R. (2014). *Analisis Isi Twitter Politikus Indonesia Menjelang Pemilu 2014*. Universitas Diponegoro
- Van Spanje, J., Boomgaarden, H. G., Elenbaas, M., Vliegenthart, R., Azrout, R., Schuck, A. R., & De Vreese, C. H. (2013). Getting the message across: Perceived effectiveness of political campaign communication. *Journal of Political Marketing*, 12(1), 100-120.
- Yusuf, A.M. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Pendekatan Gabungan*. Jakarta: Kencana

Komunikasi Kebijakan SBSN Bidang Pertahanan TNI Angkatan Laut TA 2021

Teguh Waskita Aditama
Seskoal
Email: teguhwaskita1@gmail.com

Diterima:
6 Januari 2025

Diterima Setelah Revisi:
21 April 2025

Dipublikasikan:
25 April 2025

Abstrak

Penggunaan SBSN untuk Kemhan TNI merupakan sebuah kebijakan baru bagi pemerintah di bidang Pertahanan yaitu pembangunan rumah negara untuk prajurit di pangkalan Angkatan Laut (Lantamal). Namun, proses komunikasi implementasi kebijakan pada Tahun Anggaran 2021 terjadi missinglink yang membuat antar lembaga utamanya Kemenhan dan TNI belum sepenuhnya mengetahui dan memahami kebijakan Anggaran SBSN itu. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis komunikasi kebijakan publik antara Lembaga negara yaitu Kemhan, Kemkeu dan Bappenas, sehingga TNI AL mendapatkan anggaran SBSN tahun 2021. Informan dalam penelitian ini adalah pihak-pihak yang terlibat dalam implementasi kebijakan yaitu Kementerian Bappenas, Kementerian Keuangan, Kemenhan dan TNI AL. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivis, yakni berusaha memahami realita pengalaman yang dengan paradigma konstruktivis ini penulis menggunakannya untuk menganalisis komunikasi kebijakan publik antara Lembaga negara yaitu Kemhan, Kemkeu dan Bappenas. Hasil penelitian ini menunjukkan ada missinglink atau masalah komunikasi dalam lingkaran SDM ketiga kementerian tersebut yang mempengaruhi disposisi, SDM dan struktur birokrasi. Performa komunikasi yang terjalin pada implementasi tahun 2021 cukup baik dilakukan, sehingga program tersebut dapat terealisasi. Namun, performa komunikasi pada proses awal perencanaan yaitu pada tahun 2019-2020 kurang baik antar ketiga kementerian tersebut, dikarenakan belum adanya persamaan persepsi terkait program SBSN.

Kata Kunci: Performa, Komunikasi Kebijakan Publik, SBSN

Abstract

The use of SBSN for the TNI Ministry of Defense is a new policy for the government in the field of Defense, namely the construction of state housing for soldiers at the Navy base (Lantamal). However, the communication process for implementing the policy in the 2021 Fiscal Year experienced a missing link which made the main institutions, namely the Ministry of Defense and the TNI, not fully know and understand the SBSN Budget policy. This study aims to analyze public policy communication between state institutions, namely the Ministry of Defense, Ministry of Finance and Bappenas, so that the Indonesian Navy receives the 2021 SBSN budget. The informants in this study were the parties involved in policy implementation, namely the Ministry of Bappenas, Ministry of Finance, Ministry of Defense and the Indonesian Navy. This study uses a qualitative approach with a constructivist paradigm, namely trying to understand the reality of experience which with this constructivist paradigm the author uses to analyze public policy communication between state institutions, namely the Ministry of Defense, Ministry of Finance and Bappenas. The results of this study indicate that there is a missing link or communication problem in the HR circle of the three ministries which affects the disposition, HR and bureaucratic structure. The communication performance established in the implementation of 2021 was quite good, so that the program could be realized. However, the communication performance in the early planning process, namely in

2019-2020, was not good between the three ministries, due to the lack of a common perception regarding the SBSN program.

Keywords: *Performance, Public Policy Communication, SBSN*

1 PENDAHULUAN

Pangkalan merupakan bagian dari komponen Sistem Senjata Armada Terpadu (SSAT), harus dapat melaksanakan fungsinya untuk memberikan dukungan logistik secara optimal terhadap kelancaran operasional komponen SSAT. Dalam meningkatkan pertahanan pangkalan salah satunya adalah dengan membangun rumah prajurit yang merupakan bagian dari fasilitas perawatan personel (faswatpers). Selain itu, ini merupakan komitmen pemerintah dalam mewujudkan kesejahteraan prajurit. Tapi hal ini terhambat karena keterbatasan anggaran.

Namun, pada tahun 2019 terdapat sebuah alternatif baru untuk mengatasi keterbatasan anggaran TNI yang merupakan hasil koordinasi dan komunikasi diantara tiga lembaga negara dimana Lembaga negara ini saling terkait dalam proses penyusunan dan penetapan APBN yaitu Kemhan, Bapenas dan Kemkeu yaitu penggunaan sukuk negara untuk menambah sumber anggaran APBN Kemhan selain dari Rupiah Murni (RM), Pinjaman Dalam Negeri (PDN), Pinjaman Luar Negeri (PLN) dan Penerimaan Negara Bukan Pajak (PNBP). Penggunaan sukuk negara yang dimaksud adalah Surat Berharga Syariah Negara (SBSN).

Tanggal 22 Desember 2011 Presiden Susilo Bambang Yudhoyono menerbitkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 56 Tahun 2011 tentang Pembiayaan Proyek Melalui Penerbitan Surat Berharga Syariah Negara yang menandakan lahirnya SBSN untuk pembiayaan proyek di lingkungan pemerintah yang dilaksanakan oleh Kementerian/Lembaga.

Sejak diterbitkannya Peraturan Pemerintah tentang SBSN pada Desember 2011, Kemhan TNI baru mendapatkan akses untuk mengusulkan proyek yang dapat dibiayai menggunakan SBSN pada awal tahun 2020 yang disesuaikan proses pengusulannya dengan pengusulan RKAKL TA 2021. Sejak disahkannya peraturan pemerintah tentang SBSN pada tahun 2011 masih terdapat keterbatasan akses dan informasi tentang pembiayaan SBSN di lingkungan Kemhan TNI terutama di TNI AL sampai dengan 2021.

SBSN diharapkan menjadi sebuah alternatif solusi untuk menambah anggaran di sektor tertentu yang dapat mempercepat perkembangan organisasi dan peningkatan kesejahteraan prajurit di lingkungan TNI. Penggunaan SBSN untuk Kemhan TNI merupakan sebuah kebijakan baru bagi pemerintah dimana untuk pertama kalinya menggunakan SBSN di bidang pertahanan yaitu pembangunan rumah negara untuk prajurit di pangkalan Angkatan Laut (Lantamal). Rumah prajurit merupakan bagian dari fasilitas perawatan personel (faswatpers) suatu pangkalan TNI AL yang akan memudahkan suatu pangkalan dalam proses pergeseran pasukan, pergeseran logistik, kegiatan pangkalan lainnya serta pertahanan pangkalan.

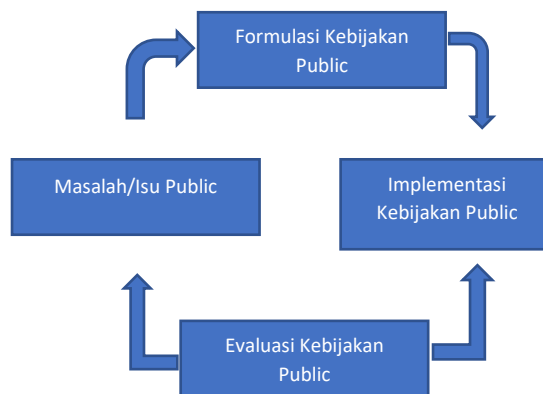
Namun, dalam praktik komunikasi implementasi kebijakan SBSN di bidang pertahanan, khususnya pada TNI Angkatan Laut Tahun Anggaran 2021, masih terdapat indikasi adanya tantangan dalam penyampaian informasi dan koordinasi antar lembaga yang terlibat, seperti Kementerian Pertahanan, TNI AL, Bapenas, dan Kementerian Keuangan. Hal ini mendorong perlunya kajian lebih mendalam untuk memahami bagaimana pola, efektivitas, dan kendala dalam proses komunikasi kebijakan antar lembaga tersebut, guna memastikan bahwa implementasi kebijakan dapat berjalan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.

2 KAJIAN PUSTAKA

2.1 Kebijakan Publik

Menurut Thomas Dye, kebijakan publik merupakan kebijaksanaan sebagai opsi penguasa buat melaksanakan atau tidak melaksanakan suatu. Hugh Heglo Kebijaksanaan selaku tindakan yang berarti menggapai misi tertentu isi kebijaksanaan: (1) misi, (2) konsep ataupun ide yang ialah alat ataupun metode khusus buat mencapainya, (3) Program ataupun metode khusus yang telah menemukan persetujuan, (4) Ketetapan, aksi khusus yang didapat, (5) akibat (Abidin, 2012).

Pada proses pembuatan kebijakan publik, merujuk dalam Cochran serta Malone, (1999) dibagi kedalam 5 jenjang, ialah pengenalan permasalahan serta skedul setting, perumusan kebijaksanaan, mengangkat, aplikasi serta penilaian. Tetapi, para ahli kebijaksanaan publik mempermudah jenjang jadi 3 langkah, ialah perumusan kebijaksanaan, penerapan kebijaksanaan serta penilaian kebijaksanaan. Perihal ini bisa ditafsirkan selaku selanjutnya:



Gambar 1. Tahapan Kebijakan Public
Sumber : Mustopadjaja (2002)

2.2 Implementasi Kebijakan Publik

Penerapan kebijakan dalam prinsipnya merupakan metode supaya suatu kebijaksanaan bisa meraih tujuannya (Nugroho, 2012) Perihal itu pula searah dengan pandangan Van M serta Van Horn (dalam Wahab, 2006) yang mendefinisikan penerapan kebijaksanaan selaku tindakan-aksi yang dicoba baik oleh individu, pejabat atau kelompok golongan penguasa ataupun swasta yang ditunjukkan dalam tercapainya tujuan-tujuan yang sudah ditetapkan dalam kebijakan.

Syafri (2010) melaporkan kalau bentuk penerapan kebijaksanaan ini, keberhasilannya amat ditetapkan sebagian faktor penting. Edward III pada Pasolong (2013), melaporkan kalau faktor-faktor itu: (1) komunikasi;(2) basis energi; (3) tindakan implementer (dispositions); serta(4) bentuk birokrasi.

Bagi Edward III mengatakan data hal kebijaksanaan khalayak butuh dikomunikasikan pada pelaku kebijaksanaan supaya para pelaksana kebijaksanaan bisa mengenali apa yang wajib mereka persiapkan serta jalani pelaksanaan kebijakan itu alhasil misi serta target kebijakan bisa diraih sesuai dengan yang diharapkan. Edward melihat dalam komunikasi kebijakan mempunyai beberapa dimensi, antara lain format transmisi (trasmision), kejelasan (clarity) serta kestabilan (consistency).

Aspek sumberdaya memiliki andil berarti pada aplikasi kebijakan.. Bagi Edward III pada Widodo (2010) kalau sumberdaya itu mencakup sumberdaya orang, sumberdaya perhitungan, serta sumberdaya perlengkapan serta sumberdaya wewenang.

Menurut Edward III (dalam Widodo, 2010) disposisi merupakan adanya keinginan, kemauan serta kecondongan para perlaku kebijakan untuk melakukan kebijakan, dengan demikian apa yang jadi misi kebijakan dapat diwujudkan.

Struktur birokrasi ini bagi Edward III (dalam Widodo, 2010) melingkupi segi-segi semacam bentuk birokrasi, pemberian wewenang, hubungan antara unit-unit kelompok serta serupanya.

Bagi Edward III (dalam Widodo, 2010) ada 2 karakter penting birokrasi ialah Standar Operational Procedure (SOP) serta fregmentasi. Standard operational procedure (SOP) ialah kemajuan dari desakan dalam hendak kejelasan durasi, basis energi dan keinginan penyamaan pada kelompok kegiatan yang lingkungan serta besar.

Fragmentasi ialah penyebaran tanggung jawab sesuatu kebijakan pada sebagian tubuh yang berlainan sehingga membutuhkan koordinasi. Edward III dalam Widodo (2010), menyatakan bentuk birokrasi yang terfragmentasi atau terpecah-pecah dapat meningkatkan kegagalan komunikasi, sebab peluang terdistorsi informasi atau intruksi amat besar. Sehingga merembet pada terdistorsinya penerapan kebijakan.

Tabel 1. Teknik Implementasi Kebijakan Edward III

| Indikator | Pengukuran |
|---------------------------|--|
| Komunikasi | Apakah ukuran-ukuran dan tujuan-tujuan kebijakan dipahami oleh individu-individu yang bertanggungjawab dalam pencapaian tujuan kebijakan |
| Sumberdaya | Jumlah Staf Keahlian dari para pelaksana informasi yang relevan dan cukup untuk mengimplementasikan kebijakan dan pemenuhan sumber-sumber terkait dalam pelaksanaan program Adanya kewenangan yang menjamin bahwa program dapat diarahkan kepada sebagaimana yang diharapkan adanya fasilitas-fasilitas pendukung yang dapat dipakai untuk melakukan kegiatan program seperti dana dan sarana prasarana |
| Disposisi | respon implementor terhadap kebijakan kesadaran pelaksana, petunjuk/arahan pelaksanaan untuk merespon program kearah penerimaan atau penolakan intensitas respon |
| Struktur Birokrasi | Kesesuaian karakteristik dalam badan-badan eksekutif yang mempunyai hubungan baik potensial maupun nyata dengan apa yang mereka miliki dalam menjalankan kebijakan Kesesuaian norma-norma dalam dalam badan-badan eksekutif yang mempunyai hubungan baik potensial maupun nyata dengan apa yang merekamiliki dalam menjalankan kebijakan. kesesuaian pola-pola hubungan yang terjadi berulang-ulang dalam badan-badan eksekutif yang memiliki hubungan-hubungan baik potensial maupun nyata dengan apa yang mereka miliki dalam menjalankan kebijakan. |

2.3 Komunikasi Kebijakan Publik

Komunikasi kebijakan bagi Cook & Hunsaker (2007), bertujuan untuk menambah koordinasi, memberi data serta pemuas keinginan social. Dengan begitu komunikasi bisa mensupport pendapatan misi kelompok bila komunikasi pada kelompok berjalan dengan cara efisien serta berdaya guna. Komunikasi bagi Agustino (2006), ialah salah satu elastis berarti yang pengaruhi aplikasi kebijakan publik, komunikasi sangat menentukan kesuksesan pendapatan misi dari aplikasi kebijakan publik. penerapan yang efisien hendak terselenggara, bila para pembuat keputusan mengetahui apa yang hendak dilakukan.

Selanjutnya, George C. Edward sebagaimana dikutip Subarsono (2011) mengatakan ada tiga indikator penentu keberhasilan pada variabel komunikasi didalam implementasi kebijakan, yaitu: Ada tiga indikator yang dapat digunakan dalam mengukur keberhasilan aspek komunikasi ini, yaitu:

Transmisi, yaitu penyaluran komunikasi yang baik akan dapat menghasilkan suatu hasil implementasi yang baik pula.

Kejelasan informasi, dimana komunikasi atau informasi yang diterima oleh para pelaksana kebijakan haruslah jelas dan tidak membingungkan.

Konsistensi informasi yang disampaikan, yaitu perintah ataupun informasi yang diberikan dalam pelaksanaan suatu komunikasi haruslah jelas dan konsisten untuk dapat diterapkan dan dijalankan.

3 METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus, di mana menurut Creswell (2016), studi kasus merupakan sebuah eksplorasi terhadap suatu sistem yang terikat oleh waktu dan tempat, dengan fokus pada kasus atau serangkaian kasus yang dikaji secara mendalam melalui pengumpulan data dari berbagai sumber informasi yang kaya dan relevan dalam konteks tertentu. Penelitian ini mengambil kasus implementasi komunikasi kebijakan SBSN bidang pertahanan pada TNI Angkatan Laut Tahun Anggaran 2021 sebagai objek kajian, yang memiliki keunikan tersendiri karena melibatkan lintas lembaga yakni Bappenas, Kementerian Keuangan, Kementerian Pertahanan, dan TNI AL yang masing-masing memiliki peran, kepentingan, serta gaya komunikasi birokrasi yang berbeda-beda. Keunikan kasus ini terletak pada kompleksitas koordinasi dan transfer informasi antar lembaga pemerintah dalam pengelolaan anggaran berbasis SBSN, yang berpotensi memunculkan kesenjangan pemahaman serta perbedaan persepsi di antara institusi yang terlibat. Dengan karakteristik tersebut, studi ini penting untuk menggali secara mendalam bagaimana proses komunikasi kebijakan berlangsung dalam realitas implementasinya di lingkungan TNI AL. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*), studi pustaka, serta dokumentasi dari media sebagai upaya untuk memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai dinamika komunikasi kebijakan SBSN di bidang pertahanan.

Dalam penelitian ini menggunakan analisis induktif, yaitu berangkat dari hal-hal khusus (induktif) menuju hal umum (deduksi). proses induktif ini diawali dengan pengumpulan data secara teliti, kemudian mengembangkan teori dan menguji validitasnya. selanjutnya dibuat kesimpulan akhir. Analisis data ialah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data dalam pola dan kategori-kategori.

4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menyajikan hasil penelitian. Hasil penelitian dapat dilengkapi dengan tabel, grafik (gambar), atau bagan. Bagian pembahasan memaparkan hasil pengolahan data, menginterpretasikan penemuan secara logis, mengaitkan dengan sumber rujukan yang relevan. Formulasi awal kebijakan

SBSN disusun sebagai alternatif pendanaan dalam rangka mendukung pembangunan proyek-proyek berskala nasional yang bersifat umum dan tersebar di berbagai kementerian atau lembaga. Kebijakan ini berlandaskan pada Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara (SBSN), yang berfungsi sebagai payung hukum utama atau aturan umum. Ketentuan lebih lanjut diatur melalui Peraturan Pemerintah Nomor 56 Tahun 2011 tentang Pembiayaan Proyek Melalui SBSN yang mengatur aspek teknis implementasinya. Meski demikian, penerapan SBSN dalam mendukung proyek di lingkungan militer, khususnya TNI, baru mulai terealisasi pada tahun anggaran 2020, sedangkan TNI Angkatan Laut baru mengimplementasikan kebijakan ini dalam pembangunan perumahan prajurit pada Tahun Anggaran 2021. Rentang waktu yang cukup panjang, yakni sejak diundangkannya UU SBSN pada 2008 hingga implementasi di lingkungan TNI AL pada 2021, menimbulkan pertanyaan terkait efektivitas penyebaran informasi dan sosialisasi kebijakan antar lembaga pemerintah. Indikasi adanya keterlambatan ini menunjukkan bahwa perlu ditelusuri lebih dalam apakah hambatan tersebut disebabkan oleh kurangnya komunikasi, perbedaan persepsi antar instansi, atau keterbatasan dalam mekanisme sosialisasi kebijakan di sektor pertahanan. Untuk itulah, penelitian ini berupaya menggali lebih lanjut melalui wawancara mendalam dan analisis dokumen guna memahami bagaimana proses komunikasi kebijakan SBSN berlangsung serta apa saja faktor yang mempengaruhi keterlambatan implementasi di lingkungan TNI AL yang akan dijelaskan dalam bagian hasil dan pembahasan ini.

Dalam pandangan Edward III (Nugroho, 2018) ada empat faktor krusial yang mempengaruhi keberhasilan implementasi kebijakan, yaitu

- (1) Komunikasi. Dalam implementasi kebijakan SBSN sebagai sumber pembiayaan perumahan militer, dalam konteks komunikasi Bappenas membangun komunikasi lingkup pembahasan SBSN yang berjalan sesuai mekanisme yang ditetapkan. Yaitu dimulai dengan menginformasikan bahwa ada upaya untuk memperluas skema pendanaan alternatif untuk SBSN. Komunikasi kebijakan dilakukan melalui prosedur berjenjang di dalam kementerian keuangan. Dalam hal ini masuk dalam konteks watak dan sikap serta struktur birokrasi di tubuh stakeholder kebijakan SBSN yaitu kementerian yang bersangkutan dan pihak TNI AL itu sendiri. Seperti yang diungkap dalam wawancara berikut:

“Proses awal itu penjabatan itu melalui diskusi rapat dan seterusnya setelah itu ditetapkan selanjutnya kita melalui surat, kita informasikan bahwa ada upaya untuk memperluas skema pendanaan alternatif untuk SBSN, sehingga pada saat itu kita minta datanya untuk melanjutkan secara berjenjang ke teman-teman pendanaan dan Kementerian Keuangan” (Wawancara bersama Fauzal pada tanggal 22 April 2022).

Pihak TNI AL mengakui bahwa program SBSN baru diketahuinya pada tahun 2021 ketika narasumber menyusun rencana kerja TNI AL.

“Saya mulai mendengar SBSN semenjak itu tahun 2021 saat saya Menyusun rencana kerja untuk TNI AL itu yang baru, tahun 2021” (Wawancara bersama Yus Priantono pada tanggal 12 April 2022).

Ia tidak mengetahui bahwa pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintah No 56 Tahun 2011 tentang Pembiayaan Proyek Melalui Penerbitan Surat Berharga Syariah Negara (SBSN). Narasumber menilai peraturan pemerintah yang dijabarkan di tingkat kementerian seharusnya dilakukan sosialisasi secara top down (dari atas ke bawah) untuk masing-masing lembaga terkait.

- (2) Disposisi, Edward III dalam Widodo (2010) mengatakan bahwa jika implementasi kebijakan ingin berhasil secara efektif dan efisien, para pelaksana (implementors) tidak hanya

mengetahui apa yang harus dilakukan dan mempunyai kemampuan untuk melakukan kebijakan tersebut, tetapi mereka juga harus mempunyai kemauan untuk melaksanakan kebijakan tersebut.

Dalam implementasinya, sebenarnya penggunaan SBSN adalah usulan dari kebijakan prioritas masing-masing kementerian/lembaga tanpa ada intervensi dari Kementerian Keuangan. Kemauan itu juga bersambut dengan adanya dispoisi ataupun filteriasi dan prioritas yang ditetapkan oleh Bappenas.

“Dari sisi kami sih sangat membuka silahkan, tinggal Bagaimana kebijakan terkait prioritas di Bappenas, silahkan aja Kemhan berkoordinasi dengan Bappenas karena kami tidak boleh seolah-olah mengintervensi” (Wawancara bersama Agus staf DJPPR tanggal 12 Mei 2022).

- (3) SDM, Resource atau Suberdaya berkaitan dengan ketersediaan sumberdaya pendukung, khususnya sumberdaya manusia dimana hal ini berkenaan dengan kecakapan dari pelaksana kebijakan publik untuk carry out kebijakan secara efektif. Namun dalam hal ini, peneliti memandang Bappenas harus mempelajari dengan cukup panjang dari dikeluarkannya UU SBSN tahun 2008 hingga dikeluarkannya PP No 56 Tahun 2011 terkait pembiayaan SBSN untuk mengkaji skema ini hingga dapat digukan untuk pembiayaan bidang pertahanan. Kementerian Keuangan sendiri hanya sebagai alokator anggaran yang menggu disposisi dari Bappenas. Sedangkan Kemenhan, khususnya TNI AL terlambat mendapatkan informasi terkait skema pembiayaan SBSN yang menyebabkan keterlambatan dan berefek pada pengajuan pembiayaan SBSN. kualitas SDM sendiri juga dipengaruhi oleh adanya banyaknya tugas yang diemban. Koordinasi yang terbangun di internal TNI AL dinilai masih kurang. Hal tersebut disebabkan karena banyaknya tugas rangkap diluar tugas pokok.

“Saya melihat sih masih kurang karena kadang-kadang banyak tugas-tugas yang di luar dari tugas pokoknya sehingga penjabaran ke bawah kadang-kadang terlewati sehingga penyampaian-penyampaian kebijakan yang dari pimpinan harus... apa namanya disampaikan ke bawah itu secara berjenjang itu kan ada tidak tersampaikan juga” (Wawancara bersama Yus Priantono pada tanggal 12 April 2022).

- (4) Struktur Birokrasi. Edward III dalam Widodo (2010) mengatakan bahwa jika implementasi kebijakan ingin berhasil secara efektif dan efisien, para pelaksana (implementors) tidak hanya mengetahui apa yang harus dilakukan dan mempunyai kemampuan untuk melakukan kebijakan tersebut, tetapi mereka juga harus mempunyai kemauan untuk melaksanakan kebijakan tersebut. Seperti diungkap oleh Edward III (dalam Widodo, 2010), bahwasanya terdapat dua karakteristi utama birokrasi yaitu Standar Operasional Procedur (SOP) dan fragmantasi. Dalam implementasinya, sebenarnya penggunaan SBSN adalah usulan dari kebijakan prioritas masing-masing kementerian/lembaga tanpa ada intervensi dari Kementerian Keuangan. Kemauan itu juga bersambut dengan adanya dispoisi ataupun filteriasi dan prioritas yang ditetapkan oleh Bappenas.

“Dari sisi kami sih sangat membuka silahkan, tinggal Bagaimana kebijakan terkait prioritas di Bappenas, silahkan aja Kemhan berkoordinasi dengan Bappenas karena kami tidak boleh seolah-olah mengintervensi” (Wawancara bersama Agus staf DJPPR tanggal 12 Mei 2022).

Kebijakan pembiayaan SBSN merupakan kebijakan baru yang membutuhkan cara-cara kerja baru, utamanya dalam hal ini dalam bidang pertahanan. Setelah digali dan diteliti lebih lanjut oleh Dirhankam Bappenas terkait dengan perluasan kementerian SBSN barulah disepakati bahwasanya pendanaan menggunakan SBSN bisa digunakan untuk bidang pertahanan

khususnya dalam pembangunan infrastruktur yang bersifat umum, salah satunya adalah pembangunan rumah dinas. Hal ini seperti diungkapkan dalam wawancara berikut:

"Saat itu kami mengembangkan, memperluas skema pembiayaan untuk bisa membantu, maka yang terpikir waktu itu bagaimana dengan SBSN. Kita jajaki pendaan aturan SBSN digunakan untuk prajurit boleh tidak? kita coba bedah pasal itu, ternyata tidak ada isu dan konsennya terkait dengan fatwa MUI terkait penggunaan SBSN dalam pembiayaan. Kemudian salah lingkupnya, yang mencakup pelayan umum, infrastuktur hubungan dalam hal ini bukan secara langsung. Maka disepakati dalam pertemuan itu, SBSN ini dapat dimanfaatkan baik secara regulasi dan substansi untuk mendukung perumahan prajurit," (Wawancara Fauzal, Tanggal 22 April 2022).

5 SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang ditemukan, secara garis besar dapat disimpulkan bahwa dalam implementasi kebijakan public terdapat missinglink atau keterhambatan komunikasi dalam lingkaran SDM antara Kementerian Bappenas, Kementerian Keuangan dan Kementerian Pertahanan termasuk di dalamnya TNI Angkatan Laut. Adanya masalah komunikasi dalam level implementasi akan mempengaruhi disposisi, SDM dan struktur birokrasi. Dimana sebagai pelaksana teknis, pihak TNI AL merasa kurang mendapatkan informasi tersebut. Bahkan dapat dikatakan baru mendapatkan informasi secara resmi justru pada tahun 2021 dimana program SBSN untuk perumahan prajurit di setuju oleh Kementerian Bappenas dan Keuangan.

Temuan ini memberikan implikasi praktis bahwa optimalisasi komunikasi kebijakan antar lembaga perlu diperkuat, khususnya dalam bentuk sistem koordinasi yang lebih terstruktur, transparan, dan berkelanjutan. Penguatan kapasitas SDM melalui pelatihan komunikasi kebijakan, pemetaan peran antar instansi, serta pengembangan platform informasi bersama antar lembaga terkait diharapkan dapat meminimalkan hambatan komunikasi dan mendorong implementasi kebijakan yang lebih efektif dan tepat waktu di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambar 2017. "Teori Negosiasi – Pendekatan – Landasan." Diakses pada Januari 2023 <https://pakarkomunikasi.com/teori-negosiasi>.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ayuningtyas, Reina Hapsari, and Amni Zarkasyi R. 2018. "Komunikasi Kebijakan Publik Dalam Implementasi Kampung Tematik Di Kelurahan Rejomulyo." *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 10–27.
- Azka Rinaldi Mohammad. 2018. "Ini Detail Proyek Yang Dibiayai SBSN Pada 2019." Diakses pada Januari 2023. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20181221/9/872020/ini-detail-proyek-yang-dibiayai-sbsn-pada-2019>.
- Badan Keamanan Rakyat. n.d. "Tentara Nasional Indonesia Angkatan Laut (TNI-AL)." Diakses pada Januari 2023. https://p2k.mputantular.ac.id/id1/2-120-17/Tri-Angkatan-Laut_29992_p2k-mputantular.html.
- Canary, Heather E., Maria Blevins, and Shireen S. Ghorbani. 2015. "Organizational Policy Communication Research: Challenges, Discoveries, and Future Directions." *Communication Reports* 28 (1): 48–64. <https://doi.org/10.1080/08934215.2013.865063>.
- Creswell, John W. (2016). *Research Design : Pendekatan Metode Kualitatif dan Campuran*. Edisi Keempat (Cetakan kesatu). Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Fiske John (2018). *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Ketiga*. Depok: Rajawali Pers

- Hananto Akhyari. 2017. "Dikukuhkan Di New York Agustus Ini, Inilah Jumlah Resmi Pulau Di Indonesia." Diakses pada Januari 2023. <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2017/08/19/dikukuhkan-di-new-york-agustus-ini-inilah-jumlah-resmi-pulau-di-indonesia>.
- Hanifah Rifka, Vinda Fauzia Hamdani Putri, and Ajeng Setia Utari. 2021. "Commodification, Spatialization, and Structuring in Instagram (Vincent Mosco's Descriptive Political Economy Study on Instagram Anies Baswedan Related to Covid-19)." *Jurnal Komunikatio* 7 (1): 1–14. <https://doi.org/10.30997/jk.v7i1.4235>.
- Hendra, W. (2020). *Panduan Strategi Negosiasi*. PT PLN Batubara. https://knowledgemanagement.plnbatubara.co.id/wp-content/uploads/2020/11/Buku-Panduan-Strategi-Negosiasi_Final-2-compressed.pdf
- Heryanto, Gun Gun & Rumar, Shulhan 2013, *Komunikasi Politik: Sebuah Pengantar*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Hidayat Setiaji. 2019. "Anggaran Pertahanan RI Terkecil Kedua Di Asia, Tapi..." Diakses pada Januari 2023. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20190331120703-4-63935/anggaran-pertahanan-ri-terkecil-kedua-di-asia-tapi>.
- Kementerian Keuangan. "Satu Dasawara Suku Negara." Diakses pada Januari 2023. <https://www.djppr.kemenkeu.go.id/cari>.
- Kementerian Pertahanan Republik Indonesia. 2012. "Menhan Dan Menpera Letakan Batu Pertama Pembangunan Rumah Prajurit TNI Dan PNS." Diakses pada Januari 2023. <https://www.kemhan.go.id/2012/07/20/menhan-dan-menpera-letakan-batu-pertama-pembangunan-rumah-prajurit-tni-dan-pns.html#>.
- Kementerian Pertahanan. 2020. "Jokowi Ingin Prajurit TNI Sejahtera, Ini Instruksinya Ke Prabowo." Diakses pada Januari 2023. <https://nasional.kontan.co.id/news/jokowi-ingin-prajurit-tni-sejahtera-ini-instruksinya-ke-prabowo>.
- Konsulat Jendral Republik Indonesia Frankfurt. *Sekilas Tentang Indonesia*. Diakses November 2021. <https://www.indonesia-frankfurt.de/pendidikan-budaya/sekilas-tentang-budaya-indonesia/#:~:text=Indonesia%20adalah%20negara%20kepulauan%20terbesar,merupakan%20pulau%20utama%20di%20Indonesia.&text=Ibukota%20negara%20Indonesia%20adalah%20Jakarta%2C%20yang%20terletak%20di%20Pulau%20Jawa>
- Kuntadi Cris, and Nurma Livrianti. 2022. "Performance-Based Budgeting Policies : Communication, Resources , And Bureaucratic" *02* (4): 466–484.
- Mayrizka Dwindi. 2014. "Strukturasi Implementasi Kebijakan Disabilitas (Studi Kasus Kebijakan Pemberdayaan Penyandang Disabilitas Di Kabupaten Sidoarjo)." Brawijaya University.
- Minaeva Liudmila. 2019. "Government Communication in Digital Environment" *273* (Csis 2018): 50–53. <https://doi.org/10.2991/csis-18.2019.10>.
- Moeleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Muchlisin Riadi. 2020. "Pengertian, Aspek, Jenis Dan Strategi Negosiasi." Diakses pada Januari 2023. <https://www.kajianpustaka.com/2020/02/pengertian-aspek-jenis-dan-strategi-negosiasi.html>.
- Muhammad, A. (2009). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Muhawarman Aji, Dumilah Ayuningtyas, and Miananiarti Misnaniarti. 2017. "Formulasi Kebijakan Komunikasi Untuk Pelaksanaan Program Pembangunan Kesehatan." *Media Kesehatan Masyarakat Indonesia* 13 (2): 97. <https://doi.org/10.30597/mkmi.v13i2.1980>.
- Mulyana D. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nazir, M. (2011). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Pace R.W., Don F. (2015). *Komunikasi organisasi: strategi meningkatkan kinerja perusahaan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Pricahyadi Moris, and Thoriq Ramadani. 2019. "Strategi Komunikasi Kebijakan Pemerintah Provinsi DKI Jakarta Pada Peraturan Gubernur Nomor 110 Tahun 2018." *Jurnal Ilmu Administrasi: Media Pengembangan Ilmu Dan Praktek Administrasi* 16 (1): 112–126.
- Quy Huynh, and Thai Thanh Ha. 2018. "An Empirical Assessment of Public Policy Communications in Central Region of Vietnam." *Modern Economy* 09 (12): 2052–63. <https://doi.org/10.4236/me.2018.912128>.
- Rakhmat Jalaluddin, Ibrahim Idi Subandy (2019). *Metode Penelitian Komunikasi, Edisi Revisi*. Bandung: Simbiosis Rekayasa Media
- Ranama Aniza Lestari, Agus Iwan Mulyanto, Irvan Arif Kurniawan. 2021. "Komunikasi Kebijakan Publik Dalam Penggunaan Aplikasi Sistem Pengelolaan Pengaduan Pelayanan Publik Nasional Layanan Aspirasi Dan Pengaduan Online Rakyat (Sp4n Lapor) Di Kecamatan Panongan Kabupaten Tangerang." *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi (JIIA) Vol 11 No 2 Tahun 2021*: 78 - 86 .
- Rangkuti Zoraya Alfathin, M Ridwan Rangkuti, Medan City, Transportation Service, and Komunikasi Kebijakan. 2021. "Komunikasi Kebijakan Publik Dalam Implementasi Program" 3 (2): 141–152.
- Ridwan. (2004). *Statistika Untuk Lembaga dan Instansi Pemerintah/Swasta*. Bandung: Alfabeta.
- Romli, K. (2011). *Komunikasi Organisasi Lengkap*. Jakarta: Grasindo.
- Setiawan, Sakina Rakhma Diah. 2019. "10 Negara Dengan Anggaran Pertahanan Tertinggi Di Dunia, Apa Saja?" Diakses pada Januari 2023. <https://money.kompas.com/read/2019/04/30/151759726/10-negara-dengan-anggaran-pertahanan-tertinggi-di-dunia-apa-saja?page=all>.
- Subekti Mening, Muslih Faozanudin, and Ali Rokhman. 2017. "Pengaruh Komunikasi, Sumber Daya, Disposisi Dan Struktur Birokrasi Terhadap Efektifitas Implementasi Program Bantuan Operasional Sekolah Pada Satuan Pendidikan Sekolah Dasar Negeri Di Kecamatan Tambak." *The Indonesian Journal of Public Administration (IJPA)* 3 (2): 58–71.
- Sudarsono Achmad Budiman. 2019. "Dominasi Dan Legitimasi Expatriate Pada Tenaga Kerja Lokal Restoran (Strukturasi Komunikasi Kelompok Pekerja Crystal Jade Restoran)." *Oratio Directa* 2 (1).
- Sugiharto. 2012. "Presiden: Wujudkan Perumahan Prajurit TNI!" Diakses pada Januari 2023. <https://regional.kompas.com/read/2012/10/05/1417134/presiden.wujudkan.perumahan.prajurit.tni>.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Supardi. (2005). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: UII Press.
- Syaripudin A. F, T Nur, and D Meigawati. 2020. "Komunikasi Kebijakan Publik Dalam Penyelenggaraan Reklame Di Kota Sukabumi." *Publikauma : Jurnal Administrasi Publik Universitas Medan Area* 8 (2): 82–86. <https://doi.org/10.31289/publika.v8i2.4004>.
- Teguh, M. (2014). *Metode Kuantitatif untuk Analisis Ekonomi dan Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Tentara Nasional Angkatan Laut. "Daftar Pejabat Utama TNI Angkatan Laut." Diakses pada Januari 2023 <https://www.tnial.mil.id/organisasi/>.
- Webinar Forum Kebijakan Pembiayaan Proyek Infrastruktur Melalui SBSN Tahun 2021 Ditayangkan live tanggal 20 Jan diakses 18 Januari 2023 <https://www.youtube.com/watch?v=6YqQLnzg2YQ> diakses 18 Januari 2023
- West Richard, Turner Lynn H. (2017) *Pengantar Teori Komunikasi, Analisis dan Aplikasi, Edisi 5, buku 1*. Jakarta: Salemba Humanika
- West Richard, Turner Lynn H. (2017) *Pengantar Teori Komunikasi, Analisis dan Aplikasi, Edisi 5, buku 2*. Jakarta: Salemba Humanika
- Widodo, Joko.2010. *Analisis Kebijakan Publik*. Malang: Bayumedia.
- Winarno, B. (2007). *Kebijakan Publik: Teori dan Proses, (Edisi. Revisi)*, Yogyakarta: Media Pressindo.

- Winengan. 2016. “Kuasa Aktor Dalam Perumusan Kebijakan Publik Di Aras Lokal (Studi Pada Kebijakan Pembebasan Lahan Kawasan Mandalika Resort Di Lombok) Winengan Universitas Islam Negeri Mataram.” *Jurnal Review Politik* 06 (2): 367–387.
- Yin Robert K (2018). *Studi Kasus Desain dan Metode*. Depok: Rajawali Pers

Desain Buku Panduan Feed Instagram Untuk Promosi Produk Batik SMK Siswa Budhi**M Widyan Ardani¹⁾, Meirina Lani A²⁾, TC Kusumandyoko³⁾, A Bangsawan⁴⁾**^{1,2,3)} Universitas Negeri Surabaya⁴⁾ Institut Informatika Indonesia SurabayaEmail: muhammadardani@unesa.ac.id; meirinaanggapuspa@unesa.ac.id; tricaHY@unesa.ac.id;
arjuna@iii.ac.id.

Diterima:
4 Februari 2025Diterima Setelah Revisi:
11 April 2025Dipublikasikan:
25 April 2025

Abstrak

SMK Siswa Budhi di Kelurahan Gayungan, Surabaya, memproduksi produk UMKM berupa batik hasil karya siswa difabel, dengan desain yang memiliki kualitas baik dari segi bentuk maupun warna. Kendala utama dalam mempromosikan produk ini adalah minimnya pengalaman dalam pengelolaan media sosial dan keterbatasan fisik pengelola. Penelitian ini bertujuan untuk merancang buku panduan Feed Instagram sebagai solusi media promosi sekolah yang lebih konsisten dan user friendly. Metode yang digunakan adalah *Design Thinking* yang terdiri dari lima tahap yaitu *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Testing*. Luaran yang dihasilkan berupa e-guide book digital berukuran A4 yang dapat diakses secara online maupun *offline* melalui *smartphone*. Validasi oleh ahli desain menunjukkan skor kelayakan sebesar 89% dengan hasil validitas pada penelitian ini adalah sebesar presentase 97% sehingga buku panduan ini layak untuk dipublikasikan. Dengan adanya panduan ini, pengelola akan lebih mudah dalam menata layout dan elemen desain untuk mempromosikan produk batik unggulannya di Instagram.

Kata Kunci: *Design Thinking*, Batik Disabilitas, *E-guide Book*, *Feed Instagram*, Promosi Media Sosial

Abstract

SMK Siswa Budhi in Gayungan District Surabaya have a batik products crafted by students with disabilities, featuring high-quality designs in terms of both shape and color. The main challenges in promoting this product is the lack of experience in social media management and the physical limitations of the managers. This study aims to design an Instagram Feed Buku panduan as a solution for more consistent and user-friendly promotional media for the school. The method used is Design Thinking, consisting of five stages: Empathize, Define, Ideate, Prototype, and Testing. The outcome is a digital e-guide book in A4 size, which can be accessed both online and offline via smartphones. Validation by design experts showed a feasibility score of 89% with the validity results in this study being 97% so that this guidebook is worthy of publication. With this guide, the managers will find it easier to organize the layout and design elements for promoting their featured batik products on Instagram.

Keywords: *Design Thinking*, *Disability Batik*, *E-guide Book*, *Instagram Feed*, *Social Media Promotion*

1 PENDAHULUAN

SMK Siswa Budhi, yang terletak di Kelurahan Gayungan, Surabaya, memiliki produk unggulan berupa batik yang dihasilkan oleh siswa difabel dengan kualitas yang lebih teruji. Batik yang dihasilkan menggunakan teknik batik cap dan batik printing, dengan pola motif yang telah mendapatkan penghargaan dari Disperindag Surabaya. Keunikan dan kualitas produk ini menjadikannya berpotensi untuk dipromosikan secara lebih luas, khususnya melalui media sosial Instagram, yang dapat menjangkau berbagai kalangan masyarakat. Namun, meskipun produk batik yang dihasilkan memiliki potensi pasar yang besar, promosi melalui Instagram belum mencapai hasil optimal. Salah satu masalah utama yang dihadapi oleh SMK Siswa Budhi adalah ketidakkonsistenan desain konten yang diunggah ke media sosial. Ketidakkonsistenan ini mempengaruhi citra dan daya tarik visual produk, yang seharusnya dapat meningkatkan ketertarikan konsumen. Sebagai lembaga yang masih berkembang, SMK Siswa Budhi menghadapi tantangan dalam menjaga kualitas dan konsistensi visual konten, yang berpengaruh terhadap efektivitas promosi jangka panjang.

Ketiadaan panduan visual yang terstruktur dan mudah diakses menjadi salah satu penyebab utama permasalahan ini. Proses penyusunan konten promosi tidak dilaksanakan dengan terarah, sehingga desain yang dihasilkan terkesan acak dan tidak sesuai dengan identitas brand yang ingin ditonjolkan. Di sisi lain, keterbatasan fisik salah satu pengelola media sosial juga menjadi faktor penghambat yang memperburuk situasi, karena keterbatasan tersebut mengurangi kemampuan dalam menyusun dan mengelola konten secara efektif. Sebagai solusi, sangat diperlukan adanya panduan visual yang jelas dan praktis, seperti buku panduan pada feed Instagram. Panduan ini akan membantu pengelola media sosial untuk menyusun konten promosi dengan lebih terstruktur dan efisien, sekaligus meningkatkan kualitas desain visual yang diunggah. Dengan adanya panduan yang mudah diikuti, promosi produk batik karya siswa disabilitas dapat dilakukan dengan lebih konsisten, menarik, dan tentunya akan menarik lebih banyak perhatian dari calon konsumen.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh sejumlah studi terdahulu yang menunjukkan bahwa panduan visual dan desain visual konten memiliki peranan yang sangat penting dalam keberhasilan promosi di media sosial. Aprilia (2024) mengemukakan bahwa *e-book* digital merupakan solusi praktis yang mempermudah aksesibilitas informasi melalui perangkat elektronik, baik dalam kondisi online maupun offline. Kemudahan akses ini memberikan kesempatan lebih luas bagi audiens untuk berinteraksi dengan konten yang dipromosikan, sehingga meningkatkan efektivitas strategi pemasaran digital. Hal ini sejalan dengan perkembangan tren digitalisasi yang semakin mendominasi cara orang berkomunikasi dan memperoleh informasi, khususnya dalam promosi bisnis. Selain itu, Rachmad et al. (2024) menambahkan bahwa elemen-elemen desain, seperti tata letak, tipografi, dan skema warna, memegang peranan krusial dalam mempengaruhi keterlibatan audiens terhadap konten yang dipresentasikan. Desain yang menarik dan mudah dipahami tidak hanya meningkatkan daya tarik visual, tetapi juga mampu memandu audiens untuk memahami pesan yang disampaikan secara lebih jelas. Dalam konteks promosi di media sosial, penggunaan elemen-elemen visual yang tepat dapat meningkatkan efektivitas penyampaian pesan dan mengoptimalkan interaksi dengan audiens, baik dalam bentuk like, komentar, maupun berbagi.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu mengenai identitas visual dan panduan visual, yang relevan dengan pendekatan *Design Thinking* dalam perancangan desain promosi, menunjukkan bahwa konsistensi elemen visual (warna, logo, tipografi) yang ditekankan oleh Mamis et al. (2023) membangun citra produk yang kuat dan daya tarik emosional di pasar digital. Senada dengan hal ini, Lestari et al. (2023) menemukan bahwa panduan visual yang jelas meningkatkan daya tarik dan keterlibatan audiens terhadap konten promosi di media sosial melalui prinsip visual yang baik. Kedua studi ini menggarisbawahi pentingnya pemahaman mendalam terhadap preferensi dan kebutuhan audiens dalam desain visual, yang secara inheren sejalan dengan tahapan *Empathize* dan *Define* dalam *Design Thinking* yang diungkapkan oleh Bhakti et al. (2023). Dengan demikian, penerapan identitas visual yang konsisten dan panduan visual yang efektif, yang keduanya berakar pada

pemahaman pengguna, dapat dioptimalkan melalui kerangka kerja *Design Thinking* untuk menghasilkan solusi desain promosi yang inovatif dan relevan.

Berdasarkan analisis terhadap kesenjangan yang ada pada penelitian terdahulu, ditemukan bahwa kurangnya kajian spesifik mengenai panduan visual desain promosi media sosial yang dirancang khusus untuk sekolah inklusif (Pradnyana et al., 2022; Wahid, 2022). Kesenjangan ini signifikan mengingat karakteristik unik dan kebutuhan komunikasi khusus yang dimiliki oleh sekolah inklusif dalam menjangkau audiens yang beragam. Mayoritas penelitian desain promosi cenderung berfokus pada konteks pendidikan umum atau produk komersial, tanpa mempertimbangkan aspek inklusivitas dalam visualisasi pesan. Oleh karena itu, pengembangan panduan visual yang mempertimbangkan prinsip-prinsip inklusi dan aksesibilitas menjadi krusial untuk mendukung efektivitas promosi sekolah inklusif di platform media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kekosongan tersebut dengan merancang panduan visual yang relevan dan responsif terhadap kebutuhan sekolah inklusif.

Penelitian ini bertujuan untuk merancang panduan visual berupa *e-guide book* digital yang dapat memudahkan pengelola media sosial dalam menciptakan desain konten promosi yang konsisten dan berkualitas. Panduan ini mencakup elemen-elemen penting seperti tata letak, skema warna, tipografi, serta contoh desain konten yang sesuai dengan karakter dan tujuan promosi produk. Dengan adanya panduan visual ini, diharapkan pengelola media sosial dapat lebih mudah dalam menghasilkan desain yang menarik perhatian audiens, serta mengatasi kendala-kendala desain visual yang sering ditemui, seperti ketidaksesuaian warna atau penggunaan font yang kurang tepat. Selain itu, *e-guide book* ini juga memiliki tujuan untuk memperkuat identitas visual produk batik yang dipromosikan oleh SMK Siswa Budhi. Melalui desain yang terstandarisasi dan terorganisir dengan baik, panduan ini tidak hanya membantu meningkatkan kualitas konten promosi, tetapi juga berkontribusi pada peningkatan daya saing produk batik di pasar lokal dan nasional. Dengan demikian, penelitian ini memberikan solusi konkret yang dapat mengatasi tantangan dalam promosi visual dan sekaligus menjaga konsistensi dan kesan profesional dalam pemasaran produk batik tersebut.

2 KAJIAN PUSTAKA

2.1 Desain Visual

Desain visual memegang peranan krusial dalam menarik perhatian audiens serta menyampaikan pesan secara efektif. Elemen-elemen desain, seperti tata letak (yang mengatur hierarki informasi dan alur baca), warna (misalnya, kombinasi warna hangat seperti oranye dan kuning dapat membangkitkan semangat dan energi), tipografi (pemilihan jenis huruf *sans-serif* yang jelas dan mudah dibaca meningkatkan aksesibilitas informasi), dan gambar merupakan faktor utama dalam menciptakan identitas visual yang kuat. Desain yang efektif dengan mempertimbangkan prinsip estetika dan keterbacaan, dapat meningkatkan daya tarik dan memengaruhi persepsi audiens terhadap suatu produk, yang pada akhirnya dapat meningkatkan keterlibatan audiens di platform media sosial visual seperti Instagram yang menunjukkan sebuah desain yang sesuai dengan prinsip estetika dan keterbacaan dapat meningkatkan keterlibatan audiens di media sosial. Dalam promosi digital, desain visual konten yang tepat akan memastikan bahwa pesan yang ingin disampaikan oleh merek atau produk mudah dipahami dan menyenangkan secara visual, khususnya dalam promosi bisnis. Penerapan prinsip desain grafis yang konsisten dapat meningkatkan daya tarik dan kredibilitas suatu produk di mata audiens. Penelitian oleh Setiawan dan Prasetyo (2022) menunjukkan bahwa desain visual yang konsisten dalam setiap elemen komunikasi dapat memperkuat identitas merek dan meningkatkan daya ingat audiens terhadap produk tersebut.

2.2 Buku Panduan

Buku panduan adalah sebuah panduan yang memberikan petunjuk atau aturan dalam pembuatan desain yang terstandarisasi. Dalam konteks promosi digital, sebuah *Buku panduan* berfungsi untuk menjaga konsistensi dalam penggunaan elemen-elemen visual seperti logo, warna, tipografi, dan gambar. Panduan ini membantu pengelola media sosial atau desainer grafis agar tetap mengikuti standar desain yang telah ditentukan, sehingga seluruh konten yang diproduksi memiliki kesan yang seragam dan profesional. Bagi perusahaan atau organisasi, *Buku panduan* juga berfungsi untuk memperkuat brand identity, memastikan kualitas dan keseragaman tampilan visual di semua platform. Menurut studi yang dilakukan oleh Nugroho dan Wijayanto (2023), *Buku panduan* yang jelas dan terperinci sangat penting untuk menjaga konsistensi visual dalam promosi produk, terutama pada platform yang sangat bergantung pada gambar seperti Instagram. Penelitian tersebut mengungkapkan bahwa dengan menggunakan panduan yang tepat, pengelola media sosial dapat menghindari kesalahan desain yang dapat mengurangi efektivitas komunikasi promosi.

2.3 Feed Instagram

Feed Instagram merupakan halaman utama yang menampilkan seluruh postingan pengguna, termasuk gambar, video, dan teks. Sebagai salah satu platform media sosial yang visual-centric, *feed* Instagram memiliki peran krusial dalam promosi produk, terutama untuk produk-produk kreatif seperti batik. Keteraturan dan konsistensi dalam desain *feed* dapat membantu menciptakan kesan estetis yang kuat, serta meningkatkan pengalaman audiens saat menjelajahi halaman. Dengan strategi desain yang tepat, *feed* Instagram dapat menjadi sarana efektif untuk membangun brand awareness dan meningkatkan keterlibatan audiens. Penelitian yang dilakukan oleh Rina (2021) menyebutkan bahwa *feed* Instagram yang terorganisir dengan baik dan memiliki tema desain yang konsisten dapat memperkuat citra merek dan membuat audiens lebih tertarik untuk mengikuti akun tersebut. Konsistensi dalam pengaturan warna, tipografi, dan layout sangat penting untuk menciptakan daya tarik visual dan meningkatkan tingkat konversi penjualan melalui platform ini.

2.4 Promosi Digital

Promosi digital merupakan strategi pemasaran yang memanfaatkan teknologi digital dan internet untuk mempromosikan produk atau layanan. Platform seperti Instagram, Facebook, dan website digunakan untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Promosi digital memiliki keuntungan karena dapat mengukur efektivitas kampanye secara real-time dan memungkinkan interaksi langsung dengan konsumen. Selain itu, promosi digital juga lebih hemat biaya dibandingkan dengan promosi tradisional, membuatnya menjadi pilihan utama untuk banyak bisnis, termasuk usaha kecil dan menengah (UKM). Menurut penelitian dari Kurniawan dan Rahmawati (2021), promosi digital memiliki dampak yang signifikan terhadap peningkatan penjualan produk dan kesadaran merek, terutama di kalangan konsumen muda yang lebih aktif di media sosial. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa visual yang menarik dan penggunaan platform digital yang tepat dapat memperkuat pesan promosi dan meningkatkan loyalitas konsumen.

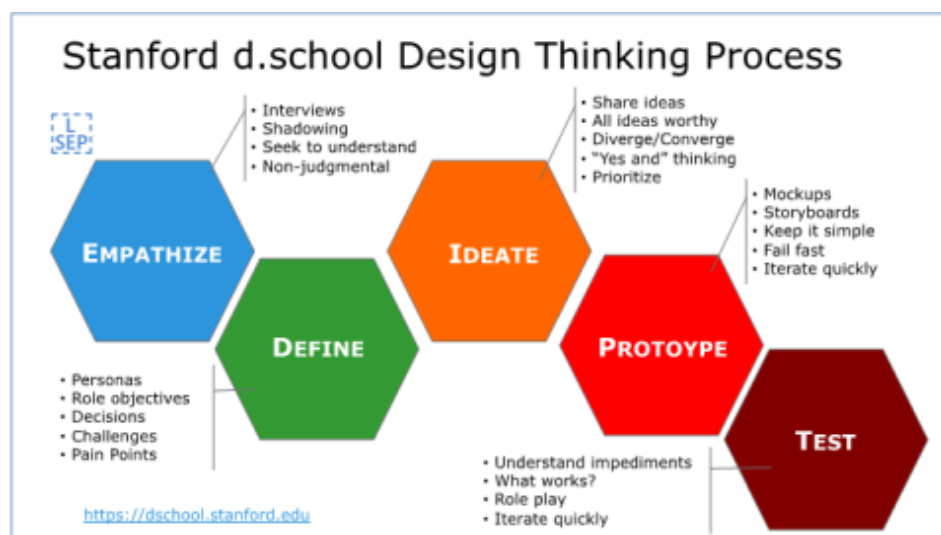
2.5 Batik

Batik adalah salah satu bentuk seni dan budaya tradisional Indonesia yang dikenal dengan teknik pewarnaan kain menggunakan malam atau lilin. Selain menjadi warisan budaya yang penting, batik juga memiliki potensi besar untuk dipromosikan sebagai produk fashion dengan daya tarik internasional. Dalam konteks promosi digital, batik harus diperkenalkan dengan desain visual yang mencerminkan nilai-nilai tradisional sekaligus modern, agar dapat bersaing di pasar global. Desain yang inovatif dapat membantu batik diterima dengan baik oleh pasar yang lebih luas, terutama generasi muda yang lebih terbuka terhadap tren fashion. Penelitian oleh Santosa dan Widodo (2021)

menyebutkan bahwa promosi batik melalui media digital sangat efektif untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap produk batik lokal. Mereka menyoroti pentingnya desain visual yang tepat dalam memasarkan produk batik di platform seperti Instagram, yang memiliki audiens global dan beragam. Penggunaan visual yang menampilkan kekayaan motif dan warna batik dapat meningkatkan minat konsumen terhadap produk tersebut.

3 METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan *Design Thinking* yang terdiri dari lima tahapan utama, yaitu *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Testing*. Pendekatan ini dipilih karena menitikberatkan pada pemahaman kebutuhan pengguna secara mendalam untuk menghasilkan solusi kreatif dan aplikatif yang berfokus pada manusia. Setiap tahapan dalam metode ini dijalankan secara sistematis dan iteratif, dengan langkah-langkah yang dijelaskan sebagai berikut:



Gambar 1. *Design Thinking* Model Stanford d.school *Design Thinking* Bootleg, 2018

3.1 Partisipan Penelitian

Partisipan dalam penelitian ini melibatkan tiga kelompok utama, yaitu Pengelola Media Sosial SMK Siswa Budhi, termasuk individu dengan keterbatasan fisik yang aktif dalam pembuatan konten promosi produk batik. Partisipan ini dipilih karena merupakan pengguna langsung dari panduan visual yang akan dikembangkan. Tim Desain, yang berperan sebagai kolaborator dalam pengembangan ide dan prototipe panduan visual. Validator Ahli Desain, yang memiliki kompetensi di bidang desain grafis untuk menilai kelayakan, estetika, dan efektivitas panduan yang dihasilkan.

3.2 Desain Penelitian

Penelitian ini dirancang dengan pendekatan kualitatif berbasis desain menggunakan metode *Design Thinking*. Fokus utama penelitian ini adalah merancang solusi berupa panduan visual digital (*e-guide book*) yang bertujuan membantu pengelola media sosial dalam menyusun *feed* Instagram secara konsisten, efisien, dan menarik. Proses penelitian dilakukan secara kolaboratif dan partisipatif, melibatkan pengelola media sosial sebagai pengguna utama dan ahli desain sebagai *evaluator* akhir.

3.3 Prosedur Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dalam lima tahapan utama berdasarkan metode *Design Thinking*. Tahapan pertama adalah *Empathize*, di mana peneliti mengumpulkan data untuk memahami kebutuhan dan tantangan yang dihadapi pengelola media sosial SMK Siswa Budhi. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pengelola, termasuk individu berkebutuhan khusus, untuk menggali pengalaman mereka dalam mengelola konten promosi. Selain itu, dilakukan observasi langsung terhadap aktivitas harian pengelolaan media sosial untuk mencatat keterbatasan teknis, tantangan, serta kesenjangan keterampilan yang ada.

Tahapan kedua adalah *define*, yang bertujuan merumuskan masalah berdasarkan data yang diperoleh. Peneliti mengidentifikasi kendala utama berupa kurangnya panduan visual yang memudahkan pengelola dalam merancang *feed* Instagram secara konsisten dan menarik. Rumusan masalah diformulasikan dalam bentuk *problem statement*: “*Bagaimana menciptakan panduan visual yang memudahkan pengelola media sosial dalam merancang konten promosi yang konsisten, efisien, dan menarik?*”

Tahap ketiga adalah *ideate*, yaitu proses pengembangan ide solusi melalui sesi *brainstorming* dengan tim desain. Berdasarkan *problem statement* yang telah dirumuskan pada tahap Define, yang mengidentifikasi kesulitan pengelola media sosial dalam merancang konten visual yang efektif, peneliti mengeksplorasi berbagai konsep panduan visual menggunakan teknik *mind mapping* untuk merumuskan elemen penting, seperti tata letak *grid*, skema warna, tipografi, dan contoh desain. Dari ide-ide yang dihasilkan, disaring konsep yang paling relevan dan aplikatif untuk pengelola media sosial.

Selanjutnya, pada tahap prototipe, peneliti merancang prototipe panduan visual dalam dua versi untuk tujuan yang berbeda. *Low-fidelity prototype* berupa rancangan awal yang berfokus pada pengujian struktur tata letak dan organisasi elemen visual dasar, memungkinkan identifikasi masalah navigasi dan alur penggunaan sejak dini. Sementara itu, *high-fidelity prototype* dikembangkan sebagai panduan digital lengkap dalam format *e-guide book* berukuran A4, yang bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas visual secara keseluruhan. Panduan digital ini mencakup tata letak *feed* Instagram, panduan pemilihan skema warna dan tipografi, serta contoh *grid* dan *template* desain. Tahap terakhir adalah Testing, di mana pengelola media sosial SMK Siswa Budhi diminta merancang konten promosi menggunakan panduan, sementara peneliti mengamati proses tersebut dan mencatat umpan balik. Evaluasi kelayakan, kemudahan penggunaan, dan efektivitas panduan juga dilakukan melalui wawancara dan kuesioner dengan validator ahli desain. Masukan dari pengguna dan validator ini kemudian digunakan sebagai dasar perbaikan iteratif sebelum panduan final diimplementasikan.

4 HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Berikut adalah hasil dari desain *guidebook* yang telah di desain Penelitian ini menghasilkan rancangan desain *feed* instagram untuk SMK Siswa Budhi yang meliputi logo, tipografi, warna, serta elemen grafis pendukung lainnya. Logo utama untuk identitas visual SMK Siswa Budhi dirancang dengan menggabungkan elemen-elemen lokal yang merepresentasikan keunikan semangat teman-teman SMK SLB Siswa Budhi dan ornamen batik yang terdapat dalam produk batiknya, seperti .bentuk geometris sederhana yang diadaptasi dari ornamen dan warna pada produk batik yang

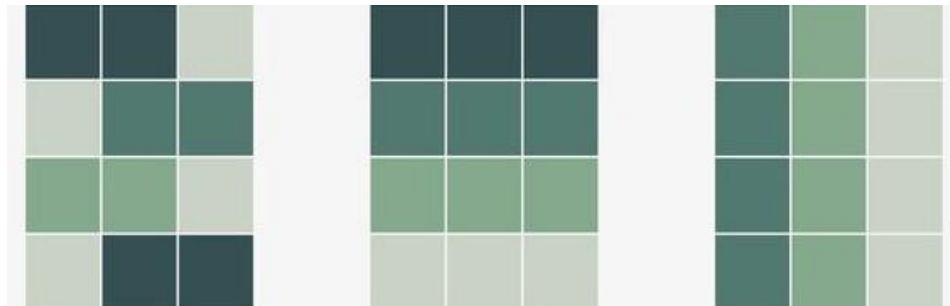
menjadi ikon SMK SLB Siswa Budhi. Bentuk dan warna dalam tersebut dipilih untuk mencerminkan nilai-nilai sejarah, keberlanjutan produk batik SMKSLB Siswa Budhi. Warna coklat latte dipilih untuk merepresentasikan identitas visual feed Instagram produk batik tulis karena memberikan kesan hangat, lembut, dan elegan, menciptakan tampilan yang menarik dan tidak terlalu mencolok. Secara budaya, warna coklat sering dikaitkan dengan bumi, kesederhanaan, dan kehangatan, nilai-nilai yang mungkin ingin disampaikan oleh produk batik tulis. Meskipun tidak ada keterkaitan filosofi yang kuat secara spesifik antara "latte" dengan batik, penggunaan warna coklat sebagai turunannya dapat diasosiasikan dengan kesan klasik dan tradisional yang sering melekat pada batik tulis.

Warna-warna yang digunakan dalam identitas visual ini terdiri dari biru gelap dan kombinasi komplementer namun dengan contrast warna yang berbeda. Warna tersebut adalah warna coklat latte yang merepresentasikan elemen identitas visual terhadap, serta biru laut yang menggambarkan koneksi antara makna bentuk keahlian dari siswa SLB Siswa Budhi. Warna sekunder yang lebih terang dan mencolok digunakan untuk menarik perhatian dalam aplikasi media promosi pada *feed* instagram. Selain itu, tipografi sans serif untuk judul utama teks dipilih untuk menciptakan keseimbangan antara tradisi dan modernitas dalam visual brand promosi produk Batik dari SMK SLB Siswa Budhi. Warna biru laut dalam feed Instagram produk batik tulis dapat menciptakan kesan tenang, elegan, dan dapat dipercaya, yang secara psikologis dapat meningkatkan daya tarik visual dan minat calon pembeli terhadap keahlian siswa dalam menghasilkan batik berkualitas. Secara budaya, biru seringkali diasosiasikan dengan laut yang luas dan dalam, melambangkan keluasan ilmu dan kedalaman proses kreatif siswa dalam membatik. Filosofisnya, penggunaan biru laut dapat merepresentasikan harapan akan keharmonisan, ketelitian, dan dedikasi siswa dalam menghasilkan karya batik tulis yang bernilai tinggi. Warna sekunder yang terang efektif menarik perhatian karena kontrasnya dengan warna dominan, menciptakan visual yang mencolok. Dalam desain feed Instagram produk batik tulis, penerapannya sebaiknya sebagai aksen pada elemen penting seperti tombol *call-to-action* atau sorotan informasi promo, tidak mendominasi keseluruhan tampilan agar fokus tetap pada keindahan motif batik. Penggunaan warna sekunder perlu mempertimbangkan keterkaitan budaya atau filosofi warna dalam tradisi batik, misalnya warna tertentu melambangkan kemakmuran atau keberanian, sehingga memperkuat pesan produk secara visual dan naratif. Teks sans-serif dipilih karena keterbacaannya yang baik, terutama pada layar digital dan ukuran kecil seperti feed Instagram. Selain itu, jenis huruf ini sering diasosiasikan dengan kesan modern, bersih, dan profesional. Beberapa jenis font sans-serif populer untuk tampilan produk antara lain Montserrat, Open Sans, atau Lato, namun pemilihan spesifiknya bergantung pada estetika merek batik tulis tersebut.



Gambar 2. Template Menu

Grid planner memiliki peran penting dalam mengatur tata letak *feed* Instagram, terutama untuk menciptakan keselarasan visual melalui kombinasi elemen grafis dan palet warna yang sesuai dengan target audiens.

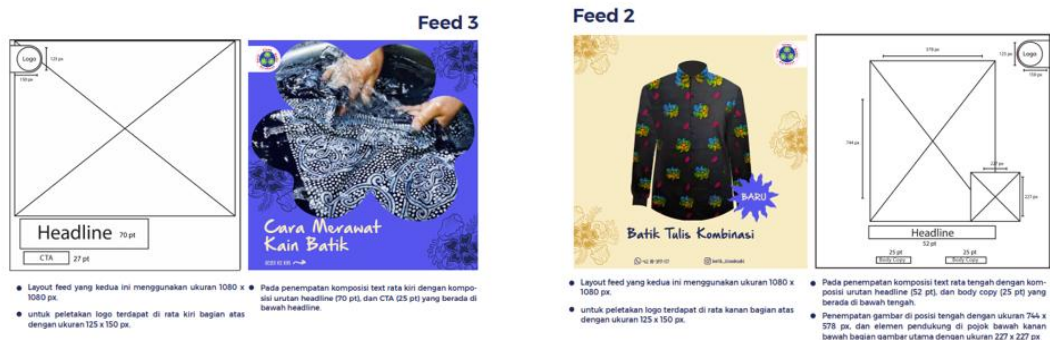


Gambar 3. Template Menus.

Hasil dari penelitian ini adalah sebuah *e-guide book* digital berukuran A4 Horizontal yang dirancang untuk memudahkan pengelola dalam menyusun *feed* Instagram. Ukuran A4 Horizontal dipilih karena memberikan ruang yang cukup luas untuk menampilkan elemen-elemen desain secara jelas dan detail, sekaligus mempermudah proses pencetakan jika dibutuhkan. *Guideline* ini mencakup, *brand profile*, *visual identity*, *Feed Instagram layout*, dan *size Guide*.



Gambar 4. Cover dan Ringkasan Identitas *Guideline*



Gambar 5. Guideline *feed* Instagram

Setiap elemen visual diatur secara konsisten dalam GSM untuk memastikan bahwa identitas Desa Sungsang terkomunikasikan secara efektif dan dapat dikenali oleh *audiens* sehingga tepat Pada target yang disasar.

4.2 Pembahasan Hasil Penelitian

Grid planner memiliki peran penting dalam mengatur tata letak feed Instagram, terutama untuk menciptakan keselarasan visual melalui kombinasi elemen grafis dan palet warna yang sesuai dengan target audiens. *Grid planner* pada desain buku panduan feed Instagram untuk promosi produk batik SMK Siswa Budhi membantu menciptakan tampilan yang lebih rapi dengan memastikan konsistensi visual antar unggahan, seperti warna, jenis *font*, dan tata letak elemen desain. Profesionalisme terbangun melalui struktur visual yang terorganisir dan terprediksi, memberikan kesan bahwa konten dikelola dengan baik dan serius. Kemudahan pengenalan oleh audiens tercapai karena pola visual yang berulang dan konsisten akan membangun identitas merek yang kuat dan mudah diingat untuk promosi produk batik siswa Budhi.

Penelitian ini menunjukkan bahwa perancangan buku panduan feed Instagram untuk implementasi kesesuaian visual pada Instagram Batik SMK SLB Siswa Budhi berhasil menyatukan elemen-elemen lokal yang autentik dengan prinsip-prinsip desain komunikasi visual yang efektif. Motif batik dalam desain feed Instagram diterapkan sebagai elemen visual yang memperkaya estetika promosi. Penerapannya bervariasi, mulai dari latar belakang yang memberikan nuansa tradisional, pola grafis yang menarik perhatian pada konten utama, hingga elemen dekoratif seperti overlay tekstur halus atau ikonografi pendukung judul penelitian. Contoh konkretnya adalah penggunaan motif parang sebagai overlay transparan pada foto produk, pola kawung yang diatur dalam grid untuk menampilkan koleksi, atau siluet motif mega mendung sebagai ikon kecil di samping judul penelitian "Pesona Batik dalam Promosi Digital".

Hal ini sejalan dengan teori Wheeler (2018) mengenai pentingnya brand identity dalam menciptakan hubungan emosional antara merek dan audiensnya. Logo, warna, dan tipografi yang dipilih secara visual menyampaikan semangat serta keunikan produk Siswa SMK Siswa Budhi kepada target *audience*, baik yang lama maupun baru. Hasil dari penelitian ini memperkuat pandangan Landa (2014) tentang pentingnya konsistensi dalam desain identitas visual untuk membangun kepercayaan dan pengakuan. Desain yang konsisten dan terstandarisasi, sebagaimana diterapkan dalam *Buku panduan* Instagram, memudahkan admin dalam mengidentifikasi dan mengingat layout dan tata Elemen visual yang kuat seperti warna dan logo da Tanggapan target audiens terhadap desain baru Buku Panduan Feed Instagram ini menunjukkan penerimaan positif, tercermin dari peningkatan *engagement* berupa kenaikan rata-rata *likes* dan komentar sebesar 15% pada postingan yang mengikuti panduan desain. Observasi juga menunjukkan admin merasa panduan ini lebih mudah dipahami dan diimplementasikan, mengurangi waktu yang dibutuhkan untuk membuat konten promosi. Data awal ini mengindikasikan desain panduan yang baru efektif dalam meningkatkan interaksi dan efisiensi pengelolaan konten promosi produk batik siswa SMK Budhi. pat meningkatkan brand Produk Batik SMK SLB Siswa Budhi, sebagaimana yang juga terlihat.

Secara teoritis, penelitian ini mengacu pada konsep *authenticity* (Matos & Barbosa, 2018), yang menekankan pentingnya menciptakan pengalaman otentik untuk membangun hubungan emosional, terutama dalam konteks promosi produk budaya seperti batik. Dalam penelitian ini, *authenticity* dalam desain promosi digital di Instagram diwujudkan melalui representasi visual motif

batik tradisional seperti *parang* dan *kawung* yang ditampilkan secara dominan dalam *feed*. Pemilihan warna-warna alami seperti indigo dan soja, yang khas pada batik klasik, juga digunakan untuk memperkuat kesan otentik. Selain itu, tipografi yang terinspirasi dari kaligrafi Jawa diterapkan pada *caption* atau elemen grafis tertentu untuk menonjolkan warisan budaya. Dengan demikian, elemen-elemen visual ini tidak hanya bertujuan untuk menarik perhatian, tetapi juga untuk menyampaikan narasi mendalam tentang nilai budaya yang melekat pada produk batik SMK SLB Siswa Budhi, sehingga diharapkan dapat menciptakan keterikatan emosional dengan audiens.

Identitas visual yang autentik terbukti meningkatkan keterlibatan audiens di Instagram yang mencari pengalaman baru (Wijaya & Putri, 2023). Penyajian produk batik yang menggugah rasa ingin tahu dan interaksi menciptakan pengalaman yang membekas, melampaui aspek visual dan membangun koneksi mendalam dengan budaya serta nilai produk, sehingga memperkuat pesan pemasaran. Namun, penelitian ini menghadapi tantangan dalam kolaborasi perancangan identitas visual Desa Sungsang. Meskipun wawancara dengan pemangku kepentingan lokal telah dilakukan, partisipasi aktif masyarakat dalam branding perlu ditingkatkan, padahal partisipasi ini krusial dalam teori branding partisipatif (Braun, 2008) untuk menghasilkan identitas yang representatif dan didukung oleh komunitas lokal.

5 SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini berhasil merancang buku panduan *feed* Instagram yang komprehensif untuk promosi produk batik SMK SLB Siswa Budhi, mencakup elemen logo, tipografi sans-serif untuk keseimbangan tradisional-modern, palet warna (coklat latte untuk kehangatan dan biru laut untuk merepresentasikan keahlian siswa), serta elemen grafis pendukung yang terinspirasi dari ornamen batik lokal. Penerapan *grid planner* dalam panduan ini bertujuan untuk menciptakan tampilan *feed* yang rapi, profesional, dan mudah dikenali, membangun identitas merek yang kuat di mata audiens. Implementasi panduan desain ini menunjukkan hasil positif dengan adanya peningkatan *engagement* (kenaikan rata-rata *likes* dan komentar sebesar 15%) pada postingan yang mengikutinya, serta memudahkan admin dalam pengelolaan konten promosi. Secara teoritis, penelitian ini mengacu pada konsep *authenticity* dalam promosi produk budaya, yang diwujudkan melalui representasi visual motif dan warna batik tradisional dalam desain *feed* Instagram, serta pemilihan tipografi yang terinspirasi dari kaligrafi Jawa, dengan tujuan membangun keterikatan emosional dengan audiens.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia, G. T. (2024). PENGARUH PENGGUNAAN E-BOOK SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN DIGITAL TERHADAP MINAT BACA MAHASISWA. *Sindoro: Cendikia Pendidikan*, 7(8), 81-90.
- Bhakti, F. K., Ahmad, I., & Adrian, Q. J. (2022). Perancangan User Experience Aplikasi Pesan Antar Dalam Kota Menggunakan Metode *Design Thinking* (Studi Kasus: Kota Bandar Lampung). *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi*, 3(2).
- Kurniawan, J., & Rahmawati, L. (2021). Pengaruh Promosi Digital terhadap Peningkatan Penjualan di Era Media Sosial. *Jurnal Pemasaran Digital*, 13(1), 78-89.
- Lestari, S., Samihardjo, R., & Sapanji, R. V. T. (2023). Pelatihan brand identity untuk UMKM: Meningkatkan kesadaran merek dan daya saing di era digital. *Abdimasku: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(2), 490-499.

- Mamis, S., Putra, I. N. A. S., Yusa, I. M. M., Aryanto, D., Yasa, N. P. D., Wahidiyat, M. P., & Carollina, D. (2023). DASAR-DASAR DESAIN KOMUNIKASI VISUAL (DKV): Panduan Lengkap Untuk Memasuki Dunia Kreatif Visual. *PT. Sonpedia Publishing Indonesia*
- Matos, R. & Barbosa, M. (2018). Authenticity in Tourism: A Study on Destination Branding. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 16(4), 445-462.
- Nugroho, A., & Wijayanto, S. (2023). Peran *Buku panduan* dalam Meningkatkan Konsistensi Brand di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Visual*, 8(1), 99-110.
- Rachmad, Y. E., Wardani, K. K., Andhini, G. K., & Basiroen, V. J. (2024). Buku Ajar Manajemen Desain Komunikasi Visual (DKV). *PT. Sonpedia Publishing Indonesia*.
- Rina, F. (2021). Efektivitas Desain *Feed* Instagram dalam Meningkatkan Engagement Brand di Media Sosial. *Jurnal Media dan Komunikasi*, 15(2), 142-157.
- Santosa, R., & Widodo, S. (2021). Strategi Promosi Digital untuk Produk Batik di Pasar Global. *Jurnal Ekonomi dan Budaya*, 11(3), 210-223.
- Setiawan, D., & Prasetyo, E. (2022). Pengaruh Desain Visual terhadap Daya Tarik Merek pada Media Sosial. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 10(2), 134-145.
- Wheeler, A. (2018). *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.

**Media Baru dan Fandom Lama:
Pengaruh Platform Digital terhadap Praktik Komunikasi Kolektor Gundam**

Dewi Christina Marbun¹, Nurizky Adhi Hutama²

¹Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Desain, Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia

²Desain Komunikasi Visual, Fakultas Teknik, Universitas Pertiwi

Email: dewichristina@unibi.ac.id; nurizkyhutama@gmail.com

Diterima:
19 April 2025

Diterima Setelah Revisi:
23 April 2025

Dipublikasikan:
25 April 2025

Abstrak

Penelitian ini secara kritis menganalisis transformasi praktik komunikasi di kalangan kolektor Gundam akibat ekosistem platform digital. Menggunakan teori media baru dan studi fandom, penelitian kualitatif ini menyelidiki peran forum daring, media sosial (Instagram, Facebook, Twitter), YouTube, dan pasar daring dalam memediasi interaksi, mempercepat diseminasi informasi, mentransformasi pameran koleksi, serta memengaruhi pembentukan dan pemeliharaan komunitas. Melalui studi kasus, wawancara mendalam, dan analisis konten daring, terungkap bahwa platform digital mendorong komunitas global, pertukaran informasi *real-time*, dan partisipasi inovatif. Namun, penelitian ini juga mengidentifikasi tantangan terhadap praktik komunikasi tradisional akibat dominasi media digital, menyajikan pemahaman mendalam tentang transformasi komunikasi dan negosiasi identitas budaya fandom dalam ranah digital yang dinamis.

Kata Kunci: Platform Digital, Praktik Komunikasi, Kolektor Gundam, Budaya Fandom, Transformasi Digital

Abstract

This research critically analyzes the transformation of communication practices among Gundam collectors due to the digital platform ecosystem. Employing new media theory and fandom studies, this qualitative study investigates the role of online forums, social media (Instagram, Facebook, Twitter), YouTube, and online marketplaces in mediating interaction, accelerating information dissemination, transforming collection displays, and influencing community formation and maintenance. Through in-depth case studies, interviews, and online content analysis, it is revealed that digital platforms foster global communities, real-time information exchange, and innovative participation. However, this research also identifies challenges to traditional fandom communication practices due to digital media dominance, providing a profound understanding of communication transformation and the negotiation of fandom cultural identity within the dynamic digital realm.

Keywords: Digital Platforms, Communication Practices, Gundam Collectors, Fandom Culture, Digital Transformation

1 PENDAHULUAN

Fenomena fandom telah menjadi bagian integral dari budaya populer modern, di mana kelompok – kelompok penggemar terbentuk di sekitar minat yang sama terhadap berbagai produk budaya, seperti film, musik, buku, dan mainan (Jenkins, 1992). Ini mencerminkan kecenderungan manusia untuk mencari afiliasi dan ekspresi diri melalui objek budaya yang memiliki makna khusus bagi mereka. Fandom bukan hanya sekadar mengagumi suatu produk budaya, tetapi juga melibatkan partisipasi aktif dalam budaya tersebut, seringkali menciptakan subkultur dengan norma dan nilai – nilai tersendiri.

Sebelum era digital, interaksi dan komunikasi dalam komunitas fandom seringkali terbatas pada pertemuan tatap muka, surat menyurat, atau publikasi cetak skala kecil (Bacon-Smith, 1992). Pertemuan tatap muka, seperti konvensi atau klub penggemar lokal, menjadi ruang utama untuk berbagi antusiasme dan informasi. Surat menyurat, meskipun lambat, memungkinkan penggemar yang terpisah jarak untuk terhubung. Publikasi cetak seperti majalah penggemar atau *fanzine* berfungsi sebagai media untuk menyebarkan berita, ulasan, dan karya kreatif penggemar. Namun, akses ke komunitas dan informasi seringkali terbatas oleh faktor geografis dan ketersediaan sumber daya. Namun, kemunculan dan perkembangan platform digital telah membawa perubahan signifikan dalam cara para penggemar berinteraksi, berbagi informasi, dan membangun komunitas (Baym, 2010).

Salah satu contoh komunitas fandom yang menarik untuk diteliti dalam konteks ini adalah para kolektor mainan Gundam. Gundam, sebagai waralaba media yang luas dan ikonik, telah memupuk komunitas penggemar yang besar dan aktif selama beberapa dekade (Napier, 2001). Waralaba Gundam tidak hanya mencakup serial *anime*, tetapi juga *manga*, film, *video game*, dan berbagai produk turunan lainnya, menciptakan alam semesta naratif yang kaya dan kompleks yang menarik bagi berbagai kelompok penggemar. Keberagaman media ini memungkinkan penggemar untuk terlibat dengan Gundam melalui cara yang berbeda – beda, memperkuat ikatan mereka dengan waralaba tersebut. Praktik koleksi mainan Gundam tidak hanya sekadar hobi, tetapi juga merupakan bentuk ekspresi identitas, pengetahuan, dan partisipasi dalam budaya fandom (Hills, 2002). Bagi banyak kolektor, mainan Gundam bukan sekadar benda fisik, tetapi juga simbol dari kecintaan mereka terhadap waralaba tersebut, pengetahuan mereka tentang berbagai model dan lini produk, serta keterlibatan mereka dalam komunitas penggemar. Koleksi ini menjadi cara untuk mengekspresikan diri, membangun hubungan dengan orang lain yang memiliki minat yang sama, dan berpartisipasi dalam budaya fandom Gundam yang dinamis.

Dengan munculnya berbagai platform digital seperti forum daring, media sosial (Instagram, Facebook, Twitter), platform berbagi video (YouTube), dan pasar daring (misalnya, eBay, platform komunitas jual beli), lanskap komunikasi dalam komunitas kolektor Gundam mengalami transformasi yang signifikan. Teori media baru menekankan bagaimana teknologi digital memungkinkan bentuk – bentuk interaksi yang baru, melampaui batasan geografis dan temporal (Manovich, 2001). Platform – platform ini memfasilitasi pembentukan komunitas daring (*online communities*) yang memungkinkan para penggemar untuk terhubung dengan individu lain yang memiliki minat serupa di seluruh dunia (Rheingold, 2000).

Studi fandom juga menyoroti bagaimana media digital memberdayakan para penggemar untuk menjadi produsen dan penyebar konten (prosumer), serta berpartisipasi aktif dalam membangun makna dan identitas kolektif (Fiske, 1992; Jenkins, 2006). Dalam konteks kolektor Gundam, platform digital memungkinkan mereka untuk memamerkan koleksi, berbagi pengetahuan tentang model kit, bertukar informasi tentang ketersediaan dan harga, serta berkolaborasi dalam proyek – proyek kreatif seperti diorama atau kustomisasi.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam bagaimana berbagai platform digital telah memengaruhi praktik komunikasi di kalangan kolektor mainan Gundam. Dengan mengadopsi perspektif teori media baru dan studi fandom, penelitian ini akan mengeksplorasi perubahan dalam cara para penggemar berinteraksi, berbagi informasi, memamerkan koleksi, dan

membangun komunitas di era digital. Selain itu, penelitian ini juga akan mengidentifikasi potensi tantangan dan perubahan dinamika dalam praktik komunikasi tradisional fandom akibat dominasi media digital, serta bagaimana identitas dan budaya fandom dipertahankan dan dinegosiasikan dalam lanskap digital yang terus berkembang.

2 KAJIAN PUSTAKA

Penelitian ini berakar pada pemahaman tentang fandom dan pengaruh media digital terhadap praktik komunikasinya. Untuk memahami fenomena ini, kajian pustaka ini akan menelusuri literatur mengenai studi fandom, teori media baru, dan penelitian terkait komunitas daring.

2.1 Studi Fandom

Gagasan Jenkins (1992) mengenai penggemar sebagai "*textual poachers*" menawarkan perspektif krusial dalam memahami peran aktif kolektor Gundam. Lebih dari sekadar konsumen pasif, para penggemar ini secara aktif "mencuri" elemen-elemen naratif, visual, dan tematik dari waralaba Gundam, kemudian mengolah dan mengintegrasikannya ke dalam praktik koleksi dan interaksi mereka. Utama (2024) menjelaskan dalam konteks Gundam, ini berarti kolektor tidak hanya mengonsumsi produk, tetapi juga menciptakan makna melalui koleksi, interaksi daring, dan ekspresi kreatif seperti kustomisasi model. Koleksi mainan Gundam bukan hanya sekadar deretan figur, tetapi juga representasi interpretasi pribadi dan pemahaman mendalam terhadap alam semesta Gundam. Interaksi daring melalui forum, media sosial, dan platform lainnya menjadi arena di mana makna ini dinegosiasikan dan dibagikan, memperkaya pemahaman kolektif tentang waralaba tersebut. Ekspresi kreatif seperti kustomisasi model, pembuatan diorama, atau penulisan cerita latar belakang untuk koleksi mereka adalah wujud nyata dari "perburuan tekstual" ini, di mana penggemar berkontribusi pada perluasan dan reinterpretasi narasi Gundam.



Gambar 1. Bentuk Interaksi Daring Kolektor Gundam

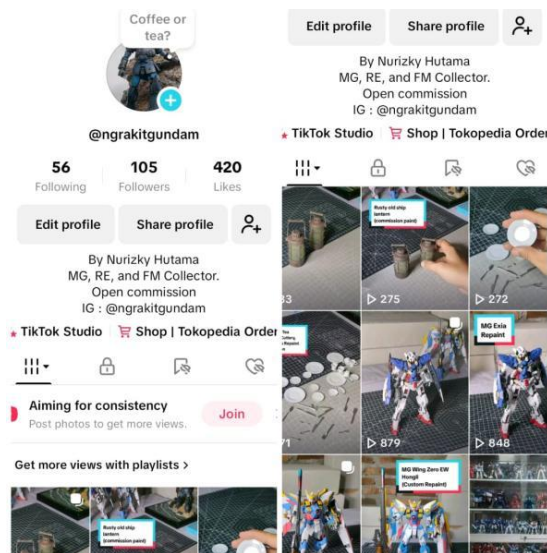
Karya Bacon-Smith (1992) memberikan landasan historis yang penting. Sebelum era digital, komunitas penggemar, termasuk mungkin para pendahulu kolektor Gundam, terikat oleh keterbatasan geografis. Interaksi dan pertukaran informasi mengandalkan pertemuan fisik atau media komunikasi yang lambat seperti surat – menyurat. Kemunculan platform digital secara fundamental mengubah lanskap ini. Batasan geografis menjadi kurang relevan, memungkinkan para kolektor Gundam dari berbagai penjuru dunia untuk terhubung, berbagi koleksi, pengetahuan, dan antusiasme mereka secara instan. Jaringan global ini memfasilitasi pembentukan komunitas yang lebih besar dan

lebih beragam, mempercepat penyebaran informasi tentang produk baru, teknik koleksi, dan acara-acara terkait Gundam.

Selanjutnya, konsep identitas fandom yang dikemukakan oleh Hills (2002) menjadi sangat relevan. Partisipasi daring dalam komunitas kolektor Gundam bukan hanya tentang berbagi minat, tetapi juga pembentukan dan negosiasi identitas individu serta kolektif. Melalui interaksi daring, kolektor membangun rasa memiliki, berbagi norma dan nilai, serta menegaskan identitas sebagai bagian dari fandom Gundam. Pameran koleksi daring, diskusi model, atau partisipasi proyek komunitas menjadi cara mengekspresikan dan mendapatkan pengakuan identitas dalam hobi ini. Penelitian ini akan menggali lebih dalam bagaimana dinamika daring berkontribusi pada pembentukan dan evolusi identitas fandom kolektor Gundam.

2.2 Teori Media Baru

Manovich (2001) menjelaskan bahwa kemunculan internet dan platform digital telah membawa perubahan mendasar dalam cara individu berkomunikasi dan berinteraksi. Teori media baru menyoroti karakteristik unik media digital seperti numerik representasi, modularitas, otomatisasi, variabilitas, dan transkoding. Karakteristik ini memungkinkan bentuk – bentuk interaksi dan produksi konten yang tidak mungkin dilakukan sebelumnya. Dalam konteks penelitian ini, pemahaman tentang bagaimana platform digital memediasi interaksi antara kolektor Gundam akan menjadi fokus utama.



Gambar 2. Konten Kreator Gundam di Tiktok

Baym (2010) dalam *Personal Connections in the Digital Age* meneliti bagaimana hubungan sosial dibentuk dan dipelihara dalam lingkungan digital. Karyanya menyoroti pentingnya komunitas daring sebagai ruang di mana individu dengan minat yang sama dapat terhubung, berbagi informasi, dan memberikan dukungan emosional. Penelitian ini akan menganalisis bagaimana komunitas daring kolektor Gundam berfungsi sebagai ruang sosial dan bagaimana norma serta nilai – nilai komunitas dibangun dan ditegakkan di dalamnya.

Rheingold (2000) dalam *The Virtual Community* menekankan potensi internet untuk memfasilitasi pembentukan komunitas yang didasarkan pada minat bersama, terlepas dari lokasi geografis. Konsep "kecerdasan kolektif" (*collective intelligence*) yang dikembangkan oleh Lévy (1997, dalam Jenkins, 2006) juga relevan, di mana pengetahuan dan keahlian didistribusikan di antara anggota komunitas, memungkinkan pemecahan masalah dan pembelajaran kolektif. Dalam

komunitas kolektor Gundam, platform digital memfasilitasi pertukaran pengetahuan tentang model kit, teknik perakitan, dan informasi pasar.

2.3 Fandom di Era Digital

Konsep "*prosumer*" yang dikemukakan oleh Jenkins (2006) memiliki relevansi yang signifikan dalam memahami dinamika komunitas kolektor Gundam di era digital. Istilah ini menggambarkan bagaimana batasan tradisional antara produsen dan konsumen media menjadi semakin kabur. Dalam konteks ini, kolektor Gundam tidak lagi hanya menjadi konsumen pasif yang membeli dan mengoleksi mainan. Sebaliknya, platform digital memberdayakan mereka untuk secara aktif memproduksi dan berbagi konten yang berkaitan dengan hobi mereka. Ini dapat berupa unggahan foto dan video koleksi di media sosial seperti Instagram dan Facebook, pembuatan ulasan mendalam tentang *model kit* di forum daring atau YouTube, penyusunan tutorial teknik perakitan atau pengecatan, hingga partisipasi dalam proyek-proyek kreatif seperti pembuatan diorama atau kustomisasi model yang kemudian didokumentasikan dan dibagikan secara luas. Fenomena "prosumer" ini memperkaya ekosistem fandom Gundam secara keseluruhan, menciptakan siklus umpan balik di mana konten yang dibuat oleh penggemar menjadi sumber informasi dan inspirasi bagi anggota komunitas lainnya.



Gambar 3. Salah Satu Grup Kolektor Gundam di Facebook

Lebih lanjut, gagasan Fiske (1992) tentang "ekonomi budaya" penggemar memberikan wawasan tentang bagaimana nilai dan makna diciptakan dan diperdagangkan dalam komunitas kolektor Gundam. Fiske berpendapat bahwa penggemar tidak hanya mengonsumsi produk budaya, tetapi juga aktif menginterpretasi, memanipulasi, dan menggunakan produk tersebut untuk menciptakan budaya mereka sendiri. Dalam konteks kolektor Gundam, ini terlihat jelas dalam berbagai praktik. Modifikasi dan kustomisasi model kit tidak hanya meningkatkan nilai estetika atau personal koleksi, tetapi juga menjadi bentuk ekspresi kreativitas dan pengetahuan teknis yang dihargai dalam komunitas. Selain itu, aktivitas jual beli *model kit* bekas atau langka di pasar daring menciptakan sirkulasi ekonomi di antara para penggemar, di mana nilai suatu *item* tidak hanya ditentukan oleh harga pasar tetapi juga oleh kelangkaan, kondisi, dan bahkan sejarah kepemilikan dalam komunitas. Dengan demikian, platform digital memfasilitasi dan memperkuat "ekonomi budaya" ini, memungkinkan pertukaran nilai dan makna yang lebih luas dan kompleks di antara para kolektor Gundam. Tren mainan baru seperti "*Blookees*" (Hutama, 2024) menunjukkan dinamika dan

evolusi yang berkelanjutan dalam budaya koleksi, yang dipengaruhi oleh media sosial dan interaksi daring.

Penelitian – penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa platform digital telah secara signifikan mengubah lanskap fandom. Namun, penelitian khusus mengenai bagaimana perubahan ini memengaruhi praktik komunikasi dalam komunitas kolektor mainan, khususnya fandom yang telah mapan seperti Gundam, masih terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan ini dengan menganalisis secara mendalam bagaimana platform digital memediasi interaksi, berbagi informasi, dan pembentukan komunitas di kalangan kolektor Gundam, serta bagaimana identitas dan budaya fandom dinegosiasikan dalam konteks digital.

3 METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus untuk menganalisis pengaruh platform digital terhadap praktik komunikasi di kalangan kolektor mainan Gundam (Creswell, 2013). Pendekatan kualitatif dipilih untuk memahami secara mendalam pengalaman, persepsi, dan makna yang dikonstruksi oleh para kolektor dalam konteks interaksi mereka melalui platform digital. Desain studi kasus memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi fenomena ini dalam konteks alaminya, dengan fokus pada komunitas kolektor Gundam sebagai unit analisis yang spesifik dan terikat konteks (Yin, 2014).

Pengumpulan data dilakukan melalui dua metode utama, yaitu wawancara mendalam dan analisis konten daring. Wawancara semi-terstruktur dilakukan dengan sejumlah kolektor mainan Gundam yang aktif berinteraksi melalui berbagai platform digital. Pemilihan partisipan dilakukan secara *purposive sampling* dengan kriteria: (1) memiliki koleksi mainan Gundam, (2) aktif menggunakan minimal satu platform digital (forum daring, media sosial, YouTube, pasar daring) untuk berinteraksi dengan kolektor lain, dan (3) bersedia berpartisipasi dalam penelitian. Jumlah partisipan akan ditentukan berdasarkan prinsip saturasi data, yaitu ketika informasi baru yang signifikan tidak lagi muncul dari wawancara yang dilakukan (Guest et al., 2006). Protokol wawancara akan mencakup pertanyaan-pertanyaan terbuka mengenai pengalaman partisipan dalam menggunakan platform digital untuk berinteraksi dengan kolektor lain, cara mereka berbagi informasi dan memamerkan koleksi, pembentukan dan pemeliharaan hubungan dalam komunitas daring, serta persepsi mereka terhadap perubahan praktik komunikasi dalam fandom Gundam akibat platform digital.

Seorang partisipan lain, B.S. (45 tahun), menekankan perubahan dalam pameran koleksi, "*Dulu paling banter foto di album atau pas kumpul - kumpul. Sekarang, dengan Instagram, kita bisa pamer detail kecil, dapat apresiasi dari banyak orang di seluruh dunia. Rasanya beda banget.*" Lebih lanjut, partisipan C.N. (28 tahun) menyoroti aspek komunitas, "*Forum dan grup itu kayak rumah kedua. Kita bisa tanya apa saja, dari cara ngerakit yang benar sampai cari info event terbaru. Bahkan, beberapa teman daring jadi teman kopi di dunia nyata.*" D.R. (35 tahun), yang membuka jasa *repaint* dan *custom* Gundam, berbagi pengalamannya, "*Dulu promosi jasa itu susah banget, dari mulut ke mulut saja. Sekarang, dengan Instagram dan Facebook, portofolio kita bisa dilihat ribuan orang. Pelanggan juga lebih mudah konsultasi, kirim referensi gambar, bahkan live update proses pengerjaan. Komunikasi jadi jauh lebih intens dan personal.*" Wawancara akan direkam dengan persetujuan partisipan dan ditranskripsi verbatim untuk analisis lebih lanjut. Selain itu, analisis konten dilakukan terhadap berbagai bentuk konten yang dihasilkan dan dibagikan oleh kolektor Gundam di platform digital. Platform yang akan dianalisis meliputi forum daring (misalnya, forum komunitas spesifik Gundam), media sosial (misalnya, grup Facebook dan akun Instagram yang fokus pada koleksi Gundam), kanal YouTube yang menampilkan ulasan, tutorial, atau pameran koleksi, serta postingan di pasar daring yang digunakan oleh kolektor untuk berinteraksi (misalnya, kolom komentar atau deskripsi produk yang memicu diskusi). Unit analisis dalam analisis konten dapat berupa postingan teks, gambar, video, komentar, dan interaksi lainnya. Analisis akan fokus pada

tema – tema yang relevan dengan praktik komunikasi, berbagi informasi, pembentukan komunitas, ekspresi identitas fandom, dan perubahan dinamika komunikasi tradisional. Pendekatan analisis konten yang digunakan bersifat kualitatif dan interpretatif, dengan tujuan untuk memahami makna dan pola yang muncul dari data daring (Krippendorff, 2018).

4 HASIL DAN DISKUSI

Hasil penelitian ini menunjukkan bagaimana platform digital telah secara signifikan memengaruhi praktik komunikasi di kalangan kolektor mainan Gundam. Analisis konten daring dan observasi (*netnography*) mengungkapkan beberapa tema utama yang menggambarkan transformasi ini. Pertama, platform digital, terutama forum daring dan grup media sosial, memfasilitasi pembentukan dan pemeliharaan komunitas kolektor Gundam yang melampaui batasan geografis. Anggota komunitas berinteraksi secara aktif, berbagi informasi tentang rilis terbaru, teknik perakitan, dan sumber daya koleksi. Observasi menunjukkan adanya pembentukan sub-kelompok berdasarkan minat spesifik, seperti kolektor lini tertentu atau penggemar kustomisasi, yang semakin memperkaya struktur komunitas. Fenomena ini sejalan dengan temuan Utama (2024) tentang pentingnya komunitas daring dalam mempertahankan eksistensi hobi mainan. Kedua, platform digital menjadi pusat pertukaran informasi dan pengetahuan yang cepat dan luas. Diskusi mengenai spesifikasi model, perbandingan harga, dan tips perawatan koleksi terjadi secara *real-time*. Kanal YouTube dan unggahan *blog* berfungsi sebagai sumber pengetahuan yang kaya, di mana kolektor berpengalaman berbagi ulasan, tutorial, dan panduan. Analisis konten menunjukkan bahwa informasi yang dibagikan tidak hanya bersifat faktual tetapi juga mencakup opini pribadi dan rekomendasi.

Selain itu, Jenkins (2006) menerangkan platform digital mendorong munculnya bentuk ekspresi fandom yang inovatif. Konten kreatif seperti diorama digital, animasi *stop-motion* menggunakan model Gundam, dan seni penggemar digital dibagikan dan diapresiasi secara luas. Pasar daring juga menjadi arena ekspresi, di mana kolektor dapat menjual hasil kustomisasi atau mencari model langka, seringkali disertai dengan narasi dan interaksi personal. Tren mainan baru seperti "*Blokees*" juga menunjukkan bagaimana kreativitas dan ekspresi diri menjadi bagian penting dari budaya koleksi, temuan Utama (2024). Dalam konteks ini, media sosial, terutama Instagram dan platform berbagi gambar lainnya, menjadi ruang utama bagi kolektor untuk melakukan visualisasi dan pameran koleksi sebagai bentuk komunikasi. Visualisasi koleksi bukan hanya sekadar dokumentasi, tetapi juga bentuk komunikasi non-verbal yang menyampaikan identitas, status, dan preferensi kolektor. Interaksi melalui *likes*, komentar, dan berbagi menunjukkan adanya apresiasi dan validasi sosial dalam komunitas.

Namun, Hils (2002) menjelaskan meskipun platform digital membawa banyak manfaat, analisis juga mengidentifikasi potensi tantangan. Dominasi komunikasi daring dapat mengurangi interaksi tatap muka dan pertemuan fisik antar kolektor. Selain itu, informasi yang berlebihan dan perbedaan pendapat daring terkadang dapat memicu konflik atau polarisasi dalam komunitas. Terakhir, partisipasi dalam komunitas daring memungkinkan kolektor untuk menegosiasikan dan memperkuat identitas fandom mereka. Penggunaan jargon khusus, referensi budaya Gundam, dan partisipasi dalam tren daring komunitas menjadi cara untuk menunjukkan keanggotaan dan afiliasi. Observasi menunjukkan bagaimana identitas individu seringkali terjalin dengan identitas kolektif dalam interaksi daring.

5 KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa platform digital telah secara fundamental mengubah praktik komunikasi di kalangan kolektor mainan Gundam. Platform – platform ini telah memfasilitasi pembentukan komunitas yang lebih luas dan terhubung secara global, memungkinkan pertukaran informasi dan pengetahuan yang lebih cepat dan komprehensif, serta menciptakan bentuk-bentuk

ekspresi dan partisipasi fandom yang baru dan beragam. Visualisasi koleksi menjadi bentuk komunikasi yang penting, dan identitas fandom aktif dinegosiasikan dalam ruang digital.

Meskipun demikian, penelitian ini juga menyoroti adanya potensi tantangan dan perubahan dinamika dalam praktik komunikasi tradisional fandom akibat dominasi media digital. Pergeseran ke interaksi daring dapat membawa konsekuensi terhadap bentuk – bentuk interaksi yang lebih konvensional.

Implikasi dari penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana media baru mentransformasi praktik komunikasi dalam komunitas fandom yang mapan. Temuan ini juga berkontribusi pada studi fandom dan teori media baru dengan menunjukkan bagaimana identitas dan budaya fandom dipertahankan, dinegosiasikan, dan bahkan dievolusikan dalam lanskap digital yang terus berkembang. Penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi lebih lanjut dampak perubahan ini terhadap aspek – aspek lain dari pengalaman fandom, seperti hubungan dengan industri atau perkembangan budaya koleksi secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bacon-Smith, C. (1992). *Enterprising women: Television fandom and the creation of popular myth*. University of Pennsylvania Press.
- Baym, N. K. (2010). *Personal connections in the digital age*. Polity Press.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). *Using thematic analysis in psychology*. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative inquiry & research design: Choosing among five approaches*. Sage publications.
- Fiske, J. (1992). *Cultural economy of fandom*. Dalam L. A. Lewis (Ed.), *The adoring audience: Fan culture and popular media* (hlm. 30-49). Routledge.
- Guest, G., Bunce, A., & Johnson, L. (2006). *How many interviews are enough?: An experiment with data saturation and variability*. *Field Methods*, 18(1), 3-22.
- Hills, M. (2002). *Fan cultures*. Routledge.
- Hutama, NA (2024). Eksistensi Komunitas *Hobby Toys* di Yogyakarta: Studi Tentang Latar Belakang Terbentuk dan Berkembangnya Komunitas ME J-Com / *Mecha Jogja Community*. *Jurnal STARS (Sains, Teknologi dan Arts)*. Vol. 3 No. 1
- Hutama, NA (2024). Pengaruh Trend “Blokees” di Kalangan Pecinta Mainan Kota Yogyakarta. *Jurnal STARS (Sains, Teknologi dan Arts)*. Vol. 3 No. 2
- Jenkins, H. (1992). *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*. Routledge.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York University Press.
- Krippendorff, K. (2018). *Content Analysis: An introduction to Its Methodology*. Sage Publications.
- Manovich, L. (2001). *The Language of New Media*. MIT Press.
- Napier, S. J. (2001). *Anime from Akira to Princess Mononoke: Experiencing Contemporary Japanese Animation*. Palgrave Macmillan.
- Rheingold, H. (2000). *The Virtual Community: Homesteading on The Electronic Frontier*. MIT Press.
- Yin, R. K. (2014). *Case Study Research and Applications: Design and Methods*. Sage Publications.

Karakter Game Visual Novel Semi RPG Berkonsep Pixel Art 2D Bertemakan Sejarah Indonesia Pada Masa Revolusi Untuk Pelajar SMA

Mega Glorysti Payona Tarigan, Anung Rachman

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas FSRD, Institut Seni Indonesia Surakarta

Email: megayonatarigan@gmail.com; anung@isi-ska.ac.id.

Diterima:
16 November 2024

Diterima Setelah Revisi:
24 April 2025

Dipublikasikan:
25 April 2025

Abstrak

Sejarah merupakan dasar, pondasi, ataupun tiang dari berbagai hal yang menunjang segala penjuruan pengetahuan. Pendidikan Sejarah di Indonesia mulai diperkenalkan sejak dini untuk mempersiapkan generasi muda bangsa Indonesia menjadi warganegara yang aktif dan produktif dalam mengembangkan rasa cinta akan tanah air. Keberhasilan peserta didik dalam belajar dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya ialah minat belajar. Demi meningkatkan efektivitas penerimaan materi, minat belajar siswa menjadi hal utama yang perlu diperhatikan. Oleh karena itu, sebagai bentuk upaya meningkatkan minat belajar sejarah siswa, dirancangkanlah media aset game edukatif dipilih sebagai alternatif pembelajaran Sejarah dalam Pendidikan. Perancangan karakter game sebagai aset media edukasi ini dilakukan untuk mendukung Pendidikan Sejarah Indonesia, yang dimana penelitian ini difokuskan pada pengenalan Sejarah Indonesia pada masa revolusi 1945-1950. Perancangan ini menggunakan metode perancangan PDDIE, yaitu tahap perencanaan, perancangan, pengembangan, penerapan, dan evaluasi. Dengan menggunakan metode tersebut, perancangan aset karakter yang berupa karakter *sprite* & karakter *potrait* merupakan aset yang akan menjadi fokus perancangan, serta aset lainnya (*Background & dialog box*) sebagai aset pembantu. Setelah aset selesai dirancang, dilakukanlah tahap penerapan berupa kuisioner kepada pelajar SMA, untuk mengukur tingkat ketertarikan mereka untuk mempelajari Sejarah Indonesia pada masa revolusi setelah melihat aset yang telah dirancang.

Kata Kunci: Pendidikan Sejarah, Sejarah Indonesia Masa Revolusi, Game Edukatif, Pixel Art, Aset Karakter.

Abstract

History is the basis, foundation, or pillar of various things that support all corners of knowledge. History education in Indonesia began to be introduced from an early age to prepare the young generation of the Indonesian nation to become active and productive citizens in developing a sense of love for their homeland. Students' success in learning is influenced by several factors, one of which is interest in learning. In order to increase the effectiveness of receiving material, students' learning interest is the main thing that needs to be considered. Therefore, to increase students' interest in learning History, educational game media assets were chosen as an alternative for learning History in Education. The design of game characters as educational media assets was carried out to support Indonesian History Education, where this research focused on introducing Indonesian History during the 1945-1950 revolution. This design uses the PDDIE design method, namely the planning,

design, development, implementation and evaluation stages. By using this method, designing character assets in the form of character sprites & character portraits are the assets that will be the focus of the design, as well as other assets (Background & dialogue boxes) as supporting assets. After the assets have been designed, an implementation stage is carried out in the form of a questionnaire to high school students, to measure their level of interest in studying Indonesian history during the revolutionary period after seeing the assets that have been designed.

Keywords: *History Education, History of Indonesia during the Revolution, Educational Games, Pixel Art, Character Assets.*

1 PENDAHULUAN

Sejarah merupakan landasan atau pilar dari berbagai hal yang menunjang segala penjuruan ilmu pengetahuan. Sejarah juga menjadi bukti nyata proses perjuangan manusia untuk mewujudkan kehidupan manusia yang sempurna. Menurut (Ali, 2005) bahwa sejarah itu berarti jumlah perubahan-perubahan, kejadian-kejadian dan peristiwa-peristiwa dalam kenyataan sekitar kita, cerita tentang perubahan-perubahan dan sebagainya, serta ilmu yang bertugas menyelidiki perubahan-perubahan tersebut.

Kelahiran bangsa Indonesia terjadi pada masa penjajahan. Sebab Indonesia terkenal dengan sumber daya alamnya yang melimpah. Eksploitasi kolonial berlanjut hingga tahun 1619 ketika pendudukan Belanda di Jawa menjadi babak paling kelam dalam sejarah Indonesia. Hal inilah yang menjadi pemicu munculnya 'gerakan perlawanan menuju kemerdekaan', dimana bangsa Indonesia memperjuangkan kemerdekaannya. Padahal, setelah Proklamasi dibacakan oleh Soekarno pada 17 Agustus 1945, hal tersebut bukanlah akhir dari perjuangan Indonesia. Pasca Proklamasi Indonesia masih labil, dan masih banyak hal yang harus dilalui oleh Indonesia yang merupakan negara baru, di sinilah masa Revolusi (1945-1949) dimulai.

Perjuangan rakyat Indonesia pada tahun 1945- 1949, atau yang saat ini sering disebut dengan masa revolusi. Revolusi merupakan istilah yang pada kala itu digunakan untuk menggambarkan usaha perubahan zaman serupa yang lebih baik, penataan ulang kehidupan oleh masyarakat itu sendiri ke arah yang secara umum dipandang lebih baik dari sebelumnya (Limah, Utomo, & Suryadi, 2018). Konsep revolusi ini merupakan penggambaran peristiwa yang terjadi di Indonesia pada tahun 1945-1949, dimana pada saat itu rakyat Indonesia bergerak bersama melawan kolonialisme untuk mewujudkan kemerdekaan bangsa, demi menuju kehidupan bangsa ke arah yang lebih baik.

Untuk mengingat peristiwa perjuangan tersebut, hingga saat ini sejarah tetap menjadi sesuatu yang perlu kita ketahui dan kita pelajari. Dalam pembinaan karakter bangsa, sejarah memiliki banyak peranan, hal ini disebabkan oleh adanya fungsi-fungsi yang terkandung dalam sebuah karya sejarah yang bersifat mendidik bagi martabat kemanusiaan. Sejarah berguna bagi kehidupan manusia, juga dalam proses perkembangan ilmu pengetahuan terutama pada pembinaan karakter bangsa, dikarenakan terkandungnya nilai-nilai logis dan etis dalam sejarah tersebut, sebagai hasil pengerjaan dari tiap fase kehidupan masa kemasa, sehingga sejarah menghidupkan dan mengembangkan cara berpikir (Amirullah, 2016).

Di Indonesia, pelajaran sejarah mulai dikenalkan sejak dini. yaitu jenjang Sekolah Dasar. Karena pada dasarnya Pendidikan Sejarah di Indonesia mulai di perkenalkan sejak dini untuk mempersiapkan generasi muda bangsa Indonesia menjadi warganegara yang aktif dan produktif dalam mengembangkan rasa cinta akan tanah air. Hal ini selaras dengan pendapat I Gde Wijaya (Susanto, 2014). "Mempelajari sejarah adalah mempelajari bagaimana menghargai waktu, menghargai peristiwa-peristiwa yang telah terjadi dan dijadikan sebagai pembelajaran untuk kehidupan yang di jalani saat ini dan yang akan datang". Dan pelajaran sejarah memiliki peran sebagai media pembentuk karakter yang menumbuhkan sikap kebangsaan dan rasa cinta tanah air.

Pada jenjang menengah atas (SMA), Pendidikan Sejarah telah berdiri sendiri. Dimana pada kurikulum 2013, mata pelajaran Sejarah menjadi salah satu mata pelajaran yang wajib dipelajari di kelas jurusan IPS. Materi Sejarah yang diajarkan di jenjang SMA hampir sama dengan materi Sejarah SMP, akan tetapi yang diajarkan lebih mendetail, karena di SMP Pendidikan sejarah tidak berdiri sendiri, maka materi yang berfokus di sejarah tidaklah banyak.

Keberhasilan peserta didik dalam belajar dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya ialah minat belajar. Demi meningkatkan efektivitas penerimaan materi, minat belajar siswa menjadi hal utama yang perlu diperhatikan. Menurut Slameto dalam bukunya (Slameto, 2003), minat adalah kecenderungan tetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa kegiatan.

Di sekolah minat memiliki peranan penting dalam pembelajaran, karena minat merupakan unsur yang memicu motivasi belajar siswa sehingga dapat meningkatkan efektivitas penerimaan materi pembelajaran. Dengan adanya unsur minat belajar pada siswa, maka siswa akan mulai memusatkan perhatiannya pada kegiatan belajar tersebut. Maka dari itu, minat merupakan salah satu faktor yang sangat penting untuk menunjang kegiatan belajar siswa. Dengan demikian, faktor minat merupakan faktor yang akan berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan belajar (Susanto, 2014).

Salah satu permasalahan utama dalam Pendidikan Sejarah ialah rendahnya minat belajar Sejarah siswa. Dalam Pendidikan Sejarah, sudah tidak asing lagi dengan pola pikir siswa yang menganggap Sejarah merupakan pelajaran yang membosankan dan menyebalkan, yang membuat pelajaran Sejarah kurang diminati. Dengan tertanamnya pola pikir yang seperti inilah yang mempengaruhi kurangnya daya tarik pelajaran Sejarah di kalangan pelajar. Menurut Degeng dalam (Sugiyanto, 2009), daya tarik mata pelajaran ditentukan oleh dua hal, (1) mata pelajaran itu sendiri, dan (2) cara mengajar guru.

Pada tulisannya (Suharso, 1992) mengatakan bahwa kebanyakan cara yang digunakan oleh guru Sejarah saat mengajar terlalu mengulang-ulang cerita, membosankan, menyebalkan, dan guru sejarah dianggap siswa sebagai guru yang memberikan pelajaran yang tidak berguna. Geoffrey Peartington menyebutkan bahwa praktik pengajaran yang berlaku selama ini sering dicap sebagai pelajaran hapalan yang didominasi oleh situasi “*too much chalk and talk and by a lack of involvement of children in their own learning*”, yaitu terlalu banyak catatan dan omongan tetapi tanpa melibatkan siswa dalam pembelajarannya secara aktif (I Gde Widja, 1989: 103). Dari beberapa pernyataan para ahli Pendidikan Sejarah diatas, dapat diperhatikan bahwa Pendidikan Sejarah mengalami kekurangan metode belajar yang tepat, serta media penyampaian yang menarik.

Dalam proses pengajaran sejarah, sebagian tenaga pengajar hanya berfokus dengan hafalan dan menerapkan metode ceramah, tanpa membuat siswa ikut serta dalam proses pembelajaran secara langsung, sehingga siswa mengalami kejenuhan dalam proses pembelajaran dan berpandangan Sejarah itu pelajaran yang membosankan. Ditambah lagi dengan lemahnya kemampuan para pendidik Sejarah dalam menjelaskan materi dan menciptakan lingkungan belajar yang menarik bagi siswa. Hamid Hasan dalam (Hamid, 2003) kembali menuliskan, “Jalannya peristiwa digambarkan sangat kering sehingga peserta didik mengalami kesulitan untuk mengambil teladan dan makna dari apa yang terjadi. Kesediaan para pemimpin untuk berkorban tidak pernah diungkapkan sehingga seolah-olah mereka berjuang dalam suatu situasi yang tanpa nilai, tanpa masyarakat, tanpa ideologi”. Dari pernyataan tersebut dijelaskan bahwa penyampaian materi dalam Pendidikan sejarah masih belum sanggup menceritakan nilai moral dalam peristiwa sejarah secara maksimal.

Game bisa menjadi media belajar untuk mengenal huruf dan angka, bentuk, warna, dan bahkan untuk mengetahui sejarah. Menurut Jurnal yang ditulis oleh (Rachman, Suhartono, & Purwanto, 2010), mengatakan bahwa, Game memiliki banyak potensi besar, salah satunya adalah kemampuan dalam memproses data untuk membantu menjelaskan hasil belajar, menyesuaikan kemampuan siswa dalam memahami sesuatu, miskonsepsi, atau kendala dalam lingkup pengetahuan. Beberapa game dapat meningkatkan kemampuan persepsi. Game-game yang dikembangkan juga membuat prinsip-prinsip pembelajaran efektif dan variatif yang dapat membuat pembelajaran

menjadi bermutu. Dan pula, ketika bermain, anak akan sering berimajinasi dan mengeluarkan ide-ide yang tersimpan dalam dirinya (Sutedjo & Prilosadoso, 2016). Inilah yang menandakan bahwa game juga memiliki dampak positif bagi penggunanya.

Video game menghadirkan banyak genre bagi peminatnya. Genre sendiri ialah pengkategorian spesifikasi permainan yang memiliki karakteristik serupa. Salah satu genre game yang populer ialah, Visual novel. Visual novel adalah tulisan cerita yang disajikan dalam bentuk visual sehingga membuat pembaca lebih bisa merasakan kejadian atau adegan di dalamnya. Bukan cuma itu, pembaca memiliki kebebasan untuk menentukan sendiri alur dari cerita tersebut.

Desain Game yang menarik, dapat membuat pemain tertarik untuk memainkannya, terutama di kalangan anak-anak hingga remaja. Hal ini berkaitan dengan pentingnya desain seni digital sebagai pendukung game berbasis media pembelajaran. Pixel Art pada game pun bisa terlihat menarik meskipun sederhana. Bahkan Pixel Art bisa menjadi karakteristik Game yang popularitasnya meningkat di publik, maka dari itu game dengan Pixel Art style yang dibuat oleh developer game, merupakan pengalaman yang ditawarkan oleh developer game modern kepada para gamers/pemainnya.

Desain karakter merupakan salah satu dari banyaknya elemen penting dalam sebuah game, terutama game dengan genre Visual Novel. Melalui visual karakter-karakter inilah cerita dan gameplay permainan menjadi hidup dan dapat dirasakan oleh pemain, karena game yang menggunakan genre Visual Novel, selain berfokus pada alur cerita, interaksi yang kuat antara pemain dengan karakter yang ada sangat berperan penting dalam alur berjalannya cerita. Itulah yang membuat karakter game menjadi objek pandangan utama para pemain, maka dari itu desain karakter diharapkan mampu menarik minat para pemain. Dengan tujuan inilah yang membuat perancangan aset karakter game visual novel semi-RPG dengan konsep *pixel art* sebagai media penyampaian sejarah pada masa revolusi untuk pelajar dilakukan.

2 KAJIAN PUSTAKA

2.1 Sejarah Indonesia masa Revolusi

Perjuangan rakyat Indonesia pada tahun 1945- 1949, atau yang saat ini sering disebut dengan masa revolusi. Revolusi merupakan istilah yang pada kala itu digunakan untuk menggambarkan usaha perubahan zaman serupa yang lebih baik, penataan ulang kehidupan oleh masyarakat itu sendiri ke arah yang secara umum dipandang lebih baik dari sebelumnya (Limah, Utomo, & Suryadi, 2018). Konsep revolusi ini merupakan penggambaran peristiwa yang terjadi di Indonesia pada tahun 1945-1949, dimana pada saat itu rakyat Indonesia bergerak bersama melawan kolonialisme untuk mewujudkan kemerdekaan bangsa, demi menuju kehidupan bangsa ke arah yang lebih baik.

2.2 Game Edukasi

Evolusi perkembangan zaman berjalan sangat panjang, melalui transformasi dari masyarakat yang bertata agraris menuju industrial, informasi, hingga industri kreatif (Rachman, Gunarti, Akbar, 2010). Perkembangan teknologi juga mendorong apapun media yang dipilih dapat dijadikan sebagai media riil yang akan digunakan untuk menyampaikan pesan. Salah satunya ialah *Video Game* yang lahir di dunia hiburan. Dengan menyediakan genre serta platform yang beragam, dengan mudah video game menarik perhatian seluruh kalangan, baik anak kecil, remaja, hingga orang dewasa sekalipun. Perkembangan game yang dahulu hanya dapat dimainkan secara *offline*, dengan adanya game internet dapat dimainkan secara online dengan tidak ada lagi keterbatasan waktu. Game online saat ini telah berkembang sedemikian rupa seiring dengan perkembangan dan kemajuan teknologi itu sendiri (Choirul, 2012). Bahkan saat ini melalui smartphone, Game bisa dengan mudah ditemukan.

Game bisa menjadi media belajar untuk mengenal huruf dan angka, bentuk, warna, dan bahkan untuk mengetahui sejarah. Game yang dikembangkan juga membuat prinsip-prinsip pembelajaran efektif dan variatif yang dapat membuat pembelajaran menjadi bermutu. Dan pula, ketika bermain, anak akan sering berimajinasi dan mengeluarkan ide-ide yang tersimpan dalam dirinya (Sutedjo & Prilosadoso, 2016). Inilah mengapa saat ini game tidak bisa lagi dipandang sebelah mata, karena asalkan digunakan dengan baik, maka akan banyak pula dampak positif yang dapat dituai.

2.3 Genre Visual Novel

Genre Visual Novel merupakan genre yang lahir dan memulai debut popularitasnya di negara Jepang. Hingga saat ini, popularitas genre Visual Novel terbilang sangat tinggi, hal ini dibuktikan dengan banyaknya game dengan genre ini yang muncul di pasaran dunia game. Banyak alasan mengapa genre ini sangat populer di kalangan developer game dan pemainnya, salah satu alasannya ialah Visual Novel merupakan genre game yang berfokus di bagian *storytelling* yang biasanya menampilkan gambar beserta teks dan suara.

Storytelling dalam game memiliki peran sebagai pengatur alur sebuah cerita dan dialog yang terjadi di dalam game sedemikian rupa, sehingga mampu membuat pemain dapat mendalami kisah didalam game tersebut. Hingga saat ini game Visual Novel di Jepang sangat populer karena keunggulannya di *storytelling* dan dinilai sebagai genre game dengan dengan *storytelling* terbaik sehingga kemampuannya dalam mengkomunikasikan kronologis sejarah dan fakta budaya pun tinggi (Lebowitz & Klug, 2011).

2.4 Genre RPG (Role Playing Game)

Role Playing Game merupakan salah satu genre game dimana pemainnya memerankan tokoh tertentu dalam game tersebut. Nilai jual utama game dengan genre RPG ialah kebebasan dalam bermain. Genre RPG memberikan pemain kebebasan untuk menikmati fitur game yang telah disediakan, seperti *Building Character*, yang artinya pemain diberi kebebasan untuk membuat karakter yang dimainkan menjadi berkembang dengan berbagai macam cara, adapula fitur *Quest*, dimana pemain diberi kebebasan untuk memilih tugas yang ingin dilakukan, biasanya kebebasan ini akan membuat alur cerita menjadi variatif.

Dengan seiring berkembangnya industri game, genre RPG tidak hanya dipadukan dengan genre Action/Adventure lagi, tetapi sudah banyak developer game yang memadukan RPG dengan genre lainnya, seperti genre *Farming, Indie, Story Rich, Hack & Slash*, dan juga FPS.

2.5 Desain Karakter

Desain karakter merupakan salah satu elemen penting dalam sebuah game, terutama game dengan genre Visual Novel. Melalui karakter-karakter inilah cerita dan gameplay menjadi hidup dan dapat dirasakan oleh pemain, karena game dengan genre Visual Novel selain mengutamakan alur cerita, interaksi yang kuat antara pemain dengan karakter yang ada sangat berperan penting dalam alur berjalannya cerita. Itulah yang membuat karakter game menjadi objek pandangan utama para pemain, maka dari itu desain karakter diharapkan mampu menarik minat para pemain.

Menurut Christ Solarski, dalam bukunya *Drawing basics Video Game Art* bahwa dalam perancangan karakter biasa dikelompokkan ke dalam tema-tema tertentu yang nantinya akan mempengaruhi eksekusi desain karakter tersebut. Di antara pengelompokan tersebut adalah: fauna, flora, tema sejarah seperti baju zirah hingga kostum zaman peperangan, berdasarkan tempat (seperti rawa, kota, desa), pakaian, arsitek, budaya, dan manusia. Karakter menurut pengertiannya dibagi ke dalam dua jenis yaitu karakter dalam arti bentuk, dan karakter dalam arti fungsi. Karakter dalam bentuk fungsi dibedakan dalam dua fungsi yaitu fungsi Stationery dan fungsi Story.

3 METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam perancangan ini adalah metode PDDIE (*Planning, Design, Development, Implementing, Evaluation*) yang terdiri dari tahapan perencanaan, perancangan, pengembangan, penerapan & evaluasi. Metode PDDIE merupakan metode yang didasari oleh penelitian yang pernah dilakukan oleh (Tianean, 2020) dalam merancang digital character 2D pada penelitiannya. Metode ini merupakan perkembangan dari metode ADDIE (*Analyze, Design, Development, Implementing, Evaluation*). Berikut tahap-tahap yang akan dilakukan dalam perancangan karakter game visual novel dari awal hingga pada proses finalisasi dijabarkan dengan tahap sebagai berikut, yakni:

- a. Tahap Perencanaan (*Planning*), Pada tahap ini akan dilakukan pengumpulan data mengenai Sejarah Indonesia pada masa revolusi, dan memilih Sejarah mana yang akan digunakan sebagai dasar perancangan, dengan melakukan studi dan pengumpulan data berupa data primer dan data sekunder. Untuk memaksimalkan hasil perencanaan, dilakukan pengumpulan data berupa data primer dan data sekunder yang dilakukan dengan kuisisioner dan observasi data. Kuisisioner dilakukan kepada beberapa siswa SMA untuk mendapatkan data mengenai tingkat ketertarikan mereka terhadap pelajaran Sejarah dan juga game. Setelah data yang diperlukan didapat diidentifikasi, dianalisis, dievaluasi kemudian dipilih, sehingga hasilnya digunakan sebagai acuan dalam perancangan karakter dan akhirnya terpilih desain final untuk diaplikasikan.
- b. Tahap Perancangan (*Design*), pada tahap ini akan dilakukan eksekusi dari data yang telah dikumpulkan pada tahap perencanaan. Perancangan karakter serta aset lainnya akan didasari dengan menggunakan ide dari konsep perancangan yang berupa, tujuan kreatif, strategi kreatif, konsep kreatif. Terdapat juga alur perancangan dalam pembuatan karakter game dengan konsep Pixel Art yaitu dengan menggunakan tahapan kerja Sketching, Illustrating, dan Coloring. Dengan adanya kerangka kerja tersebut tentu dapat membantu proses perancangan karakter menjadi lebih terarah dan terstruktur.
- c. Tahap Pengembangan (*Development*), tahap ini merupakan tahap dimana sketsa & desain prototype dari tahap perancangan akan diselesaikan menjadi desain akhir. Dan pada tahap ini juga akan dilakukan tes uji coba kecocokan hasil desain dengan platform yang digunakan pada tahap penerapan.
- d. Tahap Penerapan (*Implementing*), yaitu tahapan dimana penulis akan meletakkan desain aset yang telah dirancang ke platform yang sesuai, supaya aset yang telah dirancang dapat digunakan oleh para pengembang game yang ingin menggunakannya. Pada perancangan ini, penulis menggunakan platform 'itch.io', yang dimana *itch.io* merupakan market terbuka untuk para desainer digital independen dengan focus seputar dunia game, dan juga merupakan platform yang memungkinkan siapa saja menjual konten yang mereka buat. Pada tahap ini juga akan dilakukan tes sampling kepada 26 pelajar SMA tentang seberapa ketertarikan mereka terhadap ide mengenai game sebagai media belajar Sejarah, menggunakan aset yang telah dirancang. Tes sampling dilakukan dengan cara membuat kuisisioner dengan menyertakan *mockup scene* game yang merupakan perpaduan dari aset yang telah dirancang. Kuisisioner ini terdiri dari 6 pertanyaan yang akan menentukan tingkat ketertarikan responden terhadap aset yang telah dibuat. Berdasarkan hasil dari kuisisioner ini, lebih dari 60% menyatakan bahwa mereka tertarik dengan aset yang telah dirancang.

- e. Tahap Evaluasi (Evaluation), yaitu tahapan dimana penulis melakukan uji coba terhadap hasil final dari desain yang telah dirancang. Dalam hal ini, uji coba dilakukan kepada dosen yang ahli dalam ilustrasi visual. Setelah perancangan tersebut di review oleh dosen yang ahli dalam ilustrasi visual, akan dilakukan proses akhir dalam pengembangan model PDDIE yakni tahap evaluasi. Hal ini penting untuk dilakukan agar penulis dapat mengetahui layak atau tidak perancangan ini diimplementasikan.

4 HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Desain Karakter

Pada perancangan ini terdapat 2 jenis desain yang telah dirancang, yaitu desain Karakter *Sprite* & Karakter *Potrait*. Desain yang dirancang telah didasari dengan berbagai referensi, baik itu dari data Sejarah, maupun data visual lainnya yang telah ada dari berbagai platform:

a.) Karakter *Sprite*

Desain karakter *Sprite* merupakan visualisasi yang akan menunjukkan bagaimana karakter itu akan bergerak. Tiap desain karakter baik itu versi muda maupun versi tua memiliki gaya pakaian yang berbeda, dikarenakan pada konsep cerita gaya berpakaian pada masa 1945 dengan masa modern sangat berbeda. Pengecualian untuk karakter utama, karena karakter utama merupakan karakter yang mewakili pemain, dan tidak ada sangkut pautnya dengan Sejarah yang akan dibahas, mereka hanya memiliki 1 desain.



Gambar 1. Desain akhir karakter *Sprite*
Sumber: Mega Glorysti Payona Tarigan (2023)

b.) Karakter *Potrait*

Desain karakter *potrait* akan digunakan untuk menampilkan eksperesi dari karakter secara lebih detil dari karakter *spritnya*. Sama dengan desain *spritnya*, selain karakter utama, tiap NPC memiliki 2 desain, yaitu versi tua & versi mudanya.



Gambar 2. Desain akhir karakter *Potrait*
Sumber: Mega Glorysti Payona Tarigan (2023)

4.2 Desain Background

Pada perancangan ini terdapat 8 *background* yang telah dirancang untuk menjadi aset yang berperan sebagai aset pembantu untuk menceritakan 5 peristiwa Sejarah yang telah dipilih. Berikut hasil dari perancangan desain *background* serta *mock up* kejadian cerita yang telah dibuat:



Gambar 3. Desain Akhir *Background* Peristiwa 'Insiden' Bendera di Surabaya
Sumber: Mega Glorysti Payona Tarigan (2023)

Desain *background* ini digunakan saat penceritaan peristiwa ‘Insiden Bendera’ di Surabaya. Lokasi peristiwa tersebut terjadi di atas atap hotel Yamato, maka dari itu desain ilustrasi menggunakan Hotel Yamato sebagai referensi. Dan pada *background* yang kedua menggambarkan aksi pemuda Surabaya yang merobek bendera Belanda.



Gambar 4. Desain Akhir *Bacground* Peristiwa Pertempuran Kotabaru di Yogyakarta
Sumber: Mega Glorysti Payona Tarigan (2023)

Desain *background* ini digunakan saat penceritaan peristiwa pertempuran Kotabaru Yogyakarta yang dibagi menjadi 2 adegan, yaitu adegan negosiasi antara pemuda Yogyakarta dengan Jepang, dengan adegan sudut pandang perawat yang merupakan NPC ibu Marini ketika muda.



Gambar 5. Desain Akhir *Bacground* Peristiwa Pertempuran Medan Area
Sumber: Mega Glorysti Payona Tarigan (2023)

Desain *background* ini digunakan saat penceritaan peristiwa pertempuran Medan Area. *Background* ini dipakai pada saat NPC pak Jaka menceritakan dari sudut pandangnya mengenai Belanda yang datang dengan diboncengi oleh pasukan Sekutu, berakhir dengan pertempuran antara 3 pihak, rakyat Medan, pasukan Belanda, dan pasukan Sekutu.



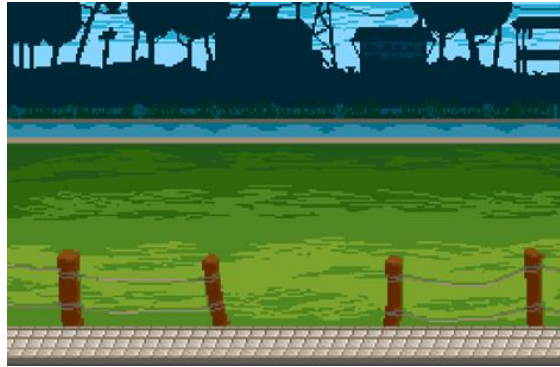
Gambar 6. Desain Akhir *Bacground* Peristiwa Bandung Lautan Api
Sumber: Mega Glorysti Payona Tarigan (2023)

Desain *background* ini digunakan saat penceritaan peristiwa Bandung Lautan Api. *Background* ini dipakai pada saat NPC pak Hendra dan bu Esih menceritakan sudut pandang mereka saat melihat kota Bandung di bumihanguskan untuk mencegah Belanda menguasai Bandung.



Gambar 7. Desain Akhir *Bacground* Peristiwa ‘Ladang’ Pembantaian di Makassar
Sumber: Mega Glorysti Payona Tarigan (2023)

Desain *background* ini digunakan saat penceritaan peristiwa ‘Ladang’ Pembantaian di Makassar. Dimana ilustrasi *background* ini sedang menggambarkan masyarakat Makassar yang sedang di arak menuju lahan kosong dimana mereka akan diintrogasi secara paksa oleh Westerling dan pasukannya.



Gambar 8. Desain Akhir *Background* Lahan Kosong
Sumber: Mega Glorysti Payona Tarigan (2023)

Desain *background* ini merupakan desain fiksi yang tidak berhubungan dengan Sejarah, karena lokasi ini merupakan lokasi dimana karakter utama bertemu dengan para-NPC. Dalam perancangan ini desain ini berperan sebagai *mockup* adegan pembuka menuju adegan utama.

4.3 Pengembangan Hasil Desain

Dari semua hasil rancangan aset yang telah selesai, maka aset tersebut akan dirangkai menjadi media penyampaian Sejarah Indonesia pada masa Revolusi dalam bentuk *mock up* gameplay game visual novel semi RPG. Sesuai dengan peristiwa Sejarah yang telah dipilih untuk digunakan sebagai latar game, maka telah dibuat 5 *scene* yang akan menjelaskan tentang peristiwa Sejarah itu. Berikut *scene* peristiwa Sejarah menggunakan desain aset yang sudah dirancang:



Gambar 9. Mockup Scene Interaksi Antar MC dan NPC
Sumber: Mega Glorysti Payona Tarigan (2023)



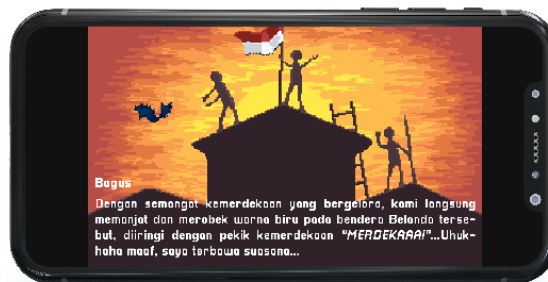
Gambar 10. Mockup Scene Interaksi Antar MC dan NPC
Sumber: Mega Glorysti Payona Tarigan (2023)



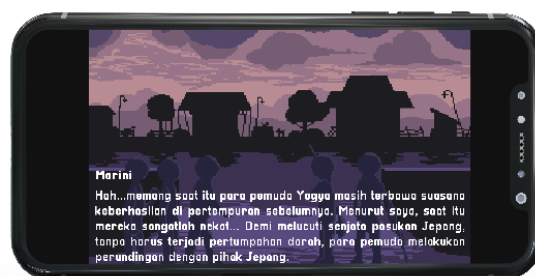
Gambar 11. Mockup Scene Interaksi Antar MC dan NPC
Sumber: Mega Glorysti Payona Tarigan (2023)



Gambar 12. Mockup Scene Interaksi Antar MC dan NPC
Sumber: Mega Glorysti Payona Tarigan (2023)



Gambar 13. Mockup Scene Cerita Sejarah
Sumber: Mega Glorysti Payona Tarigan (2023)



Gambar 14. Mockup Scene Cerita Sejarah
Sumber: Mega Glorysti Payona Tarigan (2023)



Gambar 15. Mockup Scene Cerita Sejarah
Sumber: Mega Glorysti Payona Tarigan (2023)



Gambar 16. Mockup Scene Cerita Sejarah
Sumber: Mega Glorysti Payona Tarigan (2023)



Gambar 17. Mockup Scene Cerita Sejarah
Sumber: Mega Glorysti Payona Tarigan (2023)

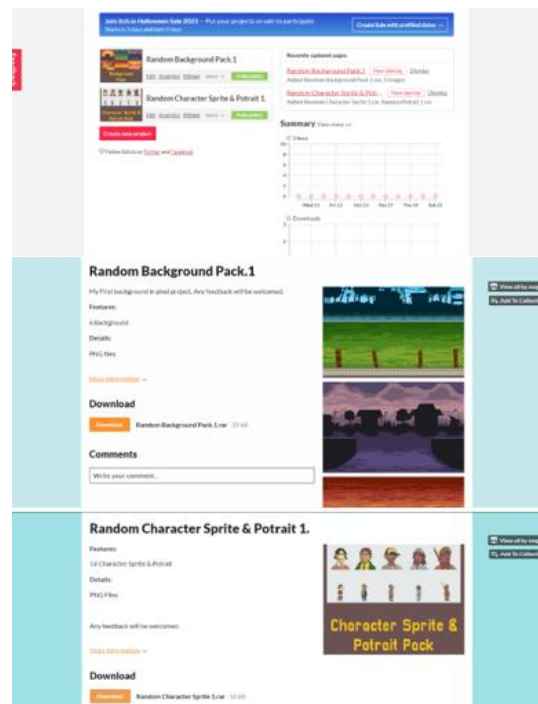
4.4 Penerapan Hasil Desain

Sesuai dengan manfaat perancangan ini yaitu selain menjadi menjadi aset yang dapat digunakan pada Pendidikan Sejarah, diharapkan aset yang dirancang dapat menjadi alternatif media aset game untuk para developer game. Untuk menjangkau para pengembang game, perlunya platform yang sesuai. Maka dari itu perancang memilih *itch.io* sebagai media penghubung antara aset yang telah dirancang dengan para developer game.

Hasil desain yang akan dimuat di platform *itch.io* akan dibagi menjadi dua, yaitu aset karakter (*Sprite & Potrait*) pack dan *Background* pack. Hal dimaksud untuk mempermudah pemilahan aset yang akan dimuat.



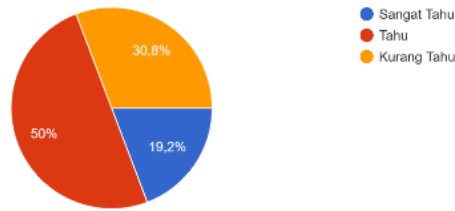
Gambar 18. Cover Aset yang Akan Di-Upload
Sumber: Mega Glorysti Payona Tarigan (2023)



Gambar 19. Tampilan File yang telah dimuat dan siap untuk di *download*
Sumber: Mega Glorysti Payona Tarigan (2023)

Kemudian demi memenuhi tujuan kedua dari perancangan ini yaitu, sukses dalam mengukur tingkat ketertarikan pelajar SMA untuk mempelajari Sejarah Indonesia pada masa revolusi setelah melihat aset karakter game visual novel semi RPG dengan konsep *pixel art* yang telah dirancang. Dilakukanlah tes sampling berupa survei yang dilakukan dengan cara memperlihatkan hasil karya berupa mockup game kepada para pelajar SMA, kemudian mereka akan menjawab beberapa pertanyaan yang akan mempertanyakan seberapa tingkat ketertarikan mereka untuk belajar Sejarah Indonesia pada masa revolusi 1945-1950 setelah melihat mockup karya yang telah diperlihatkan. Berikut hasil hasil survei yang telah diambil.

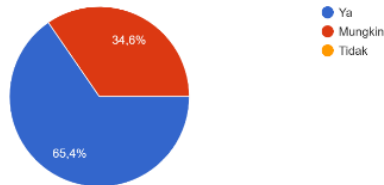
1. Seberapa tahukah anda mengenai Sejarah Indonesia pada masa revolusi 1945-1950?
 26 jawaban



Gambar 20. Hasil Survei 1
 Sumber: Mega Glorysti Payona Tarigan (2023)

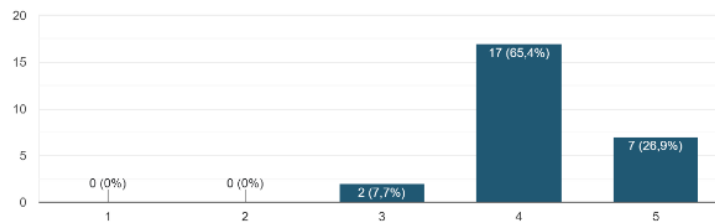
Pertanyaan pertama pada survei ini ialah bertujuan untuk mengukur seberapa tahupara responden pelajar tentang Sejarah Indonesia pada masa revolusi 1945-1950. Dari 26 pelajar yang mengisi survei, terdata 8 orang menjawab kurang tahu, 13 orang menjawab tahu, dan 5 orang menjawab sangat tahu.

2. Setelah melihat mockup game diatas, apakah anda menjadi tertarik untuk mempelajari Sejarah Indonesia pada masa revolusi?
 26 jawaban



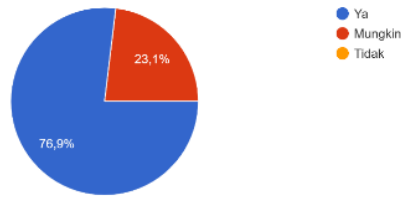
Gambar 21. Hasil Survei 2
 Sumber: Mega Glorysti Payona Tarigan (2023)

3. Menurut anda, seberapa menarik karya mockup tersebut
 26 jawaban



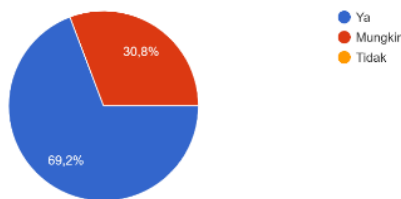
Gambar 22. Hasil Survei 2
 Sumber: Mega Glorysti Payona Tarigan (2023)

4. Menurut anda, apakah aset (ilustrasi karakter, background, tulisan) yang terdapat dalam mockup tersebut sudah menggambarkan situasi Sejarah yang diceritakan?
 26 jawaban



Gambar 23. Hasil Survei 2
 Sumber: Mega Glorysti Payona Tarigan (2023)

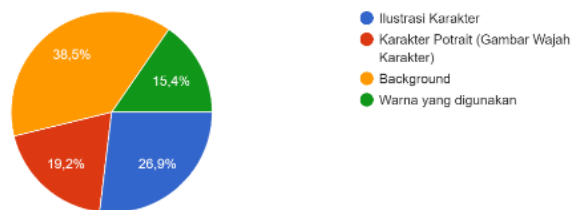
5. Jika ada game yang akan dirilis dan bertemakan tentang Sejarah Indonesia pada masa revolusi seperti mockup yang telah anda lihat, akankah anda tertarik untuk memainkannya?
 26 jawaban



Gambar 24. Hasil Survei 2
 Sumber: Mega Glorysti Payona Tarigan (2023)

Pertanyaan selanjutnya ialah untuk mengukur seberapa tertarik para responden pelajar SMA yang mengisi survei untuk mempelajari Sejarah Indonesia pada masa revolusi setelah melihat mockup karya yang telah diperlihatkan. Dan hasilnya ialah hampir 85% responden merasa tertarik & berpendapat bahwa karya yang telah dirancang menarik.

6. Dari semua mockup yang anda lihat, aset apa yang paling menarik bagi anda?
 26 jawaban



Gambar 25. Hasil Survei 3
 Sumber: Mega Glorysti Payona Tarigan (2023)

Pertanyaan terakhir ialah untuk menguji aset apakah yang paling membuat responden tertarik. Dan hasilnya ialah, dari 26 responden, 7 orang memilih ilustrasi karakter, 5 orang memilih karakter portrait, 10 orang memilih background, dan 4 orang memilih warna.

5 SIMPULAN DAN SARAN

Perancangan karakter game Visual Novel semi RPG dengan konsep Pixel Art 2d sebagai aset pengenalan Sejarah Indonesia pada masa revolusi untuk pelajar SMA menggunakan proses yang dijelaskan secara singkat sesuai dengan metode yang digunakan, yaitu PDDIE. Pada tahap awal yang dilakukan ialah tahap perencanaan, dimana pada tahap ini dilakukan pengumpulan data yang berupa data primer & sekunder, lalu dilanjutkan dengan tahap perencanaan perancangan karakter yang berupa, tujuan kreatif, strategi kreatif, dan konsep kreatif. Setelah tahap perencanaan, tahap selanjutnya ialah tahap perancangan yang terdiri dari, perancangan desain karakter (*sprite & potrait*), *background*, *dialogue box*, aset *environment*. Setelah tahap perancangan telah selesai, maka karya yang telah dirancang divisualisasikan dan dikembangkan menjadi suatu *scene game*, dan juga aset telah dirancang juga diterapkan menjadi aset yang bisa dipakai siapa saja yang ingin menggunakan aset tersebut.

Fokus dari perancangan karakter game visual novel semi RPG dengan konsep Pixel Art 2d ini adalah memberikan alternatif media Pendidikan Sejarah Indonesia pada masa revolusi untuk remaja SMA yang dengan harapan dapat membuat peningkatan pada minat belajar mereka pada pelajaran Sejarah. Karena Sejarah memiliki peran untuk meningkatkan rasa cinta tanah air dan juga pembinaan karakter bangsa. Selain sebagai alternatif media Pendidikan Sejarah, aset yang telah dirancang juga dibuat dengan harapan dapat digunakan oleh para pengembang game yang membutuhkan desain aset ini.

Pentingnya pengetahuan tentang Sejarah Indonesia pada masa Revolusi dengan aset game edukasi yang menarik, harapan kedepannya muncul perancangan aset game lainnya yang menarik untuk mempelajari Sejarah Indonesia yang berbeda dengan yang telah dibahas didalam perancangan ini. Hasil dari perancangan Karakter Game Visual Novel Semi RPG Dengan Konsep Pixel Art 2D Sebagai Aset pengenalan Sejarah Indonesia Pada Masa Revolusi Untuk Pelajar SMA ini mendapat tanggapan positif oleh masyarakat luas terutama para pelajar SMA dan para pengembang game.

Bagi para peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian yang serupa, perancangan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap karya mengenai Sejarah Indonesia serta bertambahnya ide-ide kreatif lainnya untuk mempelajarinya melalui media edukatif. Memaksimalkan berbagai media untuk menjangkau target audiens yang dituju, sehingga pesan yang dibuat tersampaikan.

Perancangan aset karakter ini masih memiliki kekurangan dan kedepannya diharapkan para peneliti lainnya memperdalam riset perancangan aset game, mulai dari tahap pembuatan, desain yang ditampilkan dan juga uji coba karya. Sangat dianjurkan untuk konsultasi dengan pihak terkait yang paham betul dengan aset game untuk menyempurnakan aset yang diciptakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah. (2016). Pentingnya Sejarah Dalam Pembinaan Karakter Bangsa Dan Pembangunan Nasional.
- Choirul, F. (2012). Tantangan Industri Kreatif-Game Online di Indonesia. Komunikasi, Volume 1.
- Hamid Hasan, S. (2003). Problematika Pendidikan Sejarah.
- Josiah Lebowitz, & Chris Klug. (2011). Interactive Storytelling for Video Games. Focal Press/Elsevier.
- Limah Hutri, Utomo Cahyo Budi, & Suryadi Andi. (2018). Poster Dan Upaya Mempertahankan Kemerdekaan Indonesia Di Yogyakarta Tahun 1945-1949. Journal of Indonesian History.
- R. Moh. Ali. (2005). Pengantar Ilmu Sejarah Indonesia (R. Widada, Ed.). LKiS Pelangi Aksara.
- Rachman, A., Suhartono, V., & Purwanto, Y. (2010). Agen Cerdas Animasi Wajah Untuk Game Tebak Kata. In Jurnal Teknologi Informasi (Vol. 6, Issue 1). <http://pps.dinus.ac.id>
- Slameto. (2003). Belajar dan Faktor- Faktor yang Mempengaruhinya. Rineka Cipta.

- Sugiyanto. (2009). Model-Model Pembelajaran Inovatif. Panitia Sertifikasi Guru (PSG) Rayon 13.
- Suharso, R. (1992). Persepsi Siswa terhadap Pengajaran Sejarah: Vol. No 3 Tahun 1992. Paramita.
- Susanto, H. (2014). Seputar pembelajaran sejarah : isu, gagasan, dan strategi pembelajaran. Aswaja Pressindo.
- Sutedjo, A., & Prilosadoso, B. H. (2016). Perancangan Desain Permainan Materi Pendidikan Anak Usia Dini Berbasis Wayang Beber. Volume 8 No.1.
- Tianean, J., Jimenez, B., & Levey, S. (2020). Implementing Character Design Fundamentals through Digital Illustration. *Journal of Culture and Arts*, 1, 24.
- Widja, I. G. (1989). Sejarah Lokal Suatu Perspektif dalam Pengajaran Sejarah. In Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.

Makna Ilustrasi Sampul Buku Taring Padi "Seni Membongkar Tirani"

Pirie Mare Tramontane¹⁾, Nichi Hana Karlina²⁾, Anggit Tasya Lillah³⁾

¹⁾ Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Multimedia Nusantara

^{2,3)} Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Komunikasi dan Desain, Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia

Email: pirie.mare@lecturer.umn.ac.id; nichihana@unibi.ac.id

Diterima:
21 April 2025

Diterima Setelah Revisi:
23 April 2025

Dipublikasikan:
25 April 2025

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis makna ilustrasi sampul buku Taring Padi: Seni Membongkar Tirani (2011) dengan menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes. Kolektif seni Taring Padi dikenal sebagai gerakan seni progresif yang menggunakan karya visual untuk menyuarakan kritik sosial-politik di Indonesia. Metode yang digunakan adalah analisis semiotik kualitatif dengan menelaah elemen visual secara denotatif, konotatif, dan mitologis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ilustrasi memuat lima elemen tanda signifikan: bintang merah, massa rakyat, kepalan tangan, garis radial, dan judul buku sebagai manifesto. Setiap elemen memiliki makna ideologis yang memperkuat pesan politik kolektif. Teknik cukil kayu yang digunakan juga memuat signifikansi semiotik yang merepresentasikan perlawanan dan aksesibilitas. Ilustrasi ini membuktikan bahwa seni visual memiliki peran strategis dalam membangkitkan kesadaran kritis dan membongkar struktur kekuasaan. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam memahami seni sebagai media perlawanan sosial di konteks Indonesia kontemporer.

Kata Kunci: Semiotika, Taring Padi, Cukil Kayu, Seni Progresif, Kritik Sosial-Politik

Abstract

This study aims to analyze the meaning of the cover illustration of the book Taring Padi: The Art of Dismantling Tyranny (2011) using Roland Barthes' semiotic approach. The Taring Padi art collective is known as a progressive art movement that uses visual works to voice socio-political criticism in Indonesia. The method used is qualitative semiotic analysis by examining visual elements denotatively, connotatively, and mythologically. The results showed that the illustrations contained five significant sign elements: the red star, the masses of the people, the fist, the radial line, and the title of the book as a manifesto. Each element has an ideological significance that reinforces the collective political message. The woodcarving technique used also contains semiotic significance that represents resistance and accessibility. This illustration proves that visual art has a strategic role in awakening critical awareness and dismantling power structures. This research contributes to understanding art as a medium of social resistance in the context of contemporary Indonesia.

Keywords: semiotics, Taring Padi, woodcut, progressive art, socio-political critique

1 PENDAHULUAN

Perjalanan seni rupa Indonesia memiliki keterkaitan yang erat dengan dinamika sosial-politik yang terjadi dalam berbagai periode sejarah bangsa. Khususnya pada masa transisi dari Orde Baru menuju era Reformasi, seni rupa tidak lagi sekadar menjadi medium ekspresi estetis, tetapi bertransformasi menjadi instrumen perlawanan dan kritik sosial yang efektif. Periode ini menandai kelahiran berbagai kolektif seni yang menggunakan karya visual sebagai manifestasi dari kegelisahan sosial dan aspirasi perubahan politik. Salah satu yang paling menonjol adalah Lembaga Budaya Kerakyatan Taring Padi, yang didirikan pada akhir tahun 1998 sebagai respons terhadap kondisi sosial-politik pasca tumbangannya rezim Soeharto (Heron & Kim, 2023). Kolektif seni ini mengedepankan pendekatan kerakyatan dalam berkesenian, menggunakan seni sebagai alat untuk membangkitkan kesadaran kritis masyarakat terhadap berbagai bentuk ketidakadilan struktural yang masih berlangsung bahkan setelah era reformasi dimulai. Dalam tradisi visual yang dikembangkan oleh Taring Padi, teknik cukil kayu (woodcut) menjadi pilihan utama yang menandai identitas estetika mereka. Pemilihan medium ini tidak semata-mata didasarkan pada pertimbangan teknis atau estetis, tetapi juga memiliki dimensi ideologis yang kuat. Teknik cukil kayu memiliki akar historis dalam gerakan seni progresif di berbagai belahan dunia, termasuk gerakan seni proletarian di Eropa dan Asia pada awal abad ke-20 (Miklouho-Maklai, 1997). Di Indonesia sendiri, teknik ini telah digunakan oleh seniman-seniman seperti Hendra Gunawan dan Sudjojono pada masa revolusi kemerdekaan sebagai medium untuk menyebarkan semangat perjuangan. Taring Padi mengadopsi dan mengembangkan tradisi ini, menjadikan cukil kayu sebagai teknik yang tidak hanya menghasilkan karakter visual yang khas, tetapi juga mencerminkan komitmen ideologis mereka terhadap demokratisasi seni dan penyebaran pesan-pesan politik melalui karya yang dapat direproduksi secara massal (Isvara & Ismoyo, 2025).

Setelah berkarya selama lebih dari satu dekade, pada tahun 2011 Taring Padi menerbitkan buku retrospektif berjudul "Taring Padi: Seni Membongkar Tirani" yang mendokumentasikan karya-karya mereka selama periode 1998-2011. Buku ini tidak hanya berfungsi sebagai arsip visual, tetapi juga merepresentasikan kontinuitas perjuangan Taring Padi dalam menggunakan seni sebagai alat pembebasan. Sampul buku tersebut, yang menjadi fokus penelitian ini, merupakan karya cukil kayu yang menampilkan simbolisme politik yang kental, mencerminkan identitas kolektif dan visi sosial-politik Taring Padi. Ilustrasi sampul ini menjadi pintu masuk untuk memahami bagaimana kolektif seni progresif di Indonesia menggunakan bahasa visual untuk mengkomunikasikan kritik terhadap sistem politik dan ekonomi yang dianggap menindas rakyat kecil. Dalam ranah seni rupa kontemporer Indonesia, karya-karya Taring Padi menduduki posisi penting sebagai representasi dari seni yang memiliki kesadaran sosial-politik yang tinggi. Sebagaimana dicatat oleh (Heron & Kim, 2023), kolektif seni semacam Taring Padi menawarkan model alternatif dalam berkesenian yang berbeda dari kecenderungan seni rupa Indonesia yang semakin terintegrasi dengan logika pasar dan komodifikasi. Melalui pendekatan kolektif dan kerakyatan, Taring Padi mengembangkan praktik berkesenian yang berakar pada komunitas dan memiliki komitmen untuk mengangkat isu-isu sosial yang dialami oleh kelompok masyarakat yang terpinggirkan. Hal ini tercermin dalam filosofi "seni membongkar tirani" yang menjadi judul buku retrospektif mereka, menekankan fungsi seni sebagai alat untuk membuka tabir dan menantang struktur kekuasaan yang opresif. Ilustrasi sampul buku "Taring Padi: Seni Membongkar Tirani" menampilkan komposisi visual yang kaya akan simbolisme politik. Bintang merah bersudut lima yang menjadi fokus utama ilustrasi ini memiliki sejarah panjang sebagai simbol perjuangan kelas pekerja dan gerakan sosialis di berbagai belahan dunia. Di Indonesia sendiri, simbol ini memiliki resonansi historis dengan gerakan kiri yang pernah menjadi bagian penting dari lanskap politik Indonesia sebelum peristiwa 1965 (Jazuli, 2016). Kehadiran massa rakyat dengan kepalan tangan terangkat di sekeliling bintang merah memperkuat narasi tentang kekuatan kolektif dan solidaritas dalam menghadapi ketidakadilan. Visualisasi ini merefleksikan posisi Taring Padi sebagai kolektif seni yang memperjuangkan kepentingan rakyat banyak dan melawan berbagai bentuk penindasan.

Untuk menganalisis makna yang terkandung dalam ilustrasi sampul buku Taring Padi, pendekatan semiotika Roland Barthes menawarkan kerangka teoretis yang komprehensif. (Nofia & Bustam, 2022) mengembangkan teori semiotika yang membedakan tiga level signifikasi dalam proses pemaknaan tanda: denotasi (makna harfiah), konotasi (makna kultural), dan mitos (ideologi). Dalam konteks analisis visual, pendekatan ini memungkinkan untuk mengidentifikasi tidak hanya elemen-elemen formal dari ilustrasi, tetapi juga makna kultural dan ideologis yang terkandung di dalamnya. Sebagaimana dijelaskan oleh (Hermawan, 2007), semiotika Barthesian memungkinkan pembongkaran struktur makna yang tersirat dalam representasi visual, mengungkap bagaimana kekuasaan dan ideologi bekerja melalui sistem tanda. Kerangka analisis semiotika Barthes sangat relevan untuk mengkaji ilustrasi sampul buku Taring Padi karena beberapa alasan. Pertama, karya tersebut kaya akan simbol politik yang memiliki lapisan makna yang kompleks, mulai dari makna denotatif hingga dimensi mitologis yang berkaitan dengan narasi besar tentang perjuangan rakyat. Kedua, ilustrasi tersebut dibuat dalam konteks sosial-politik yang spesifik—masa konsolidasi demokrasi pasca-Reformasi—yang memberikan latar belakang kultural bagi pembacaan konotatif terhadap simbol-simbol visual yang digunakan. Ketiga, sebagai kolektif seni yang secara eksplisit menyatakan posisi politiknya, karya-karya Taring Padi, termasuk ilustrasi sampul buku ini, sarat dengan muatan ideologis yang dapat dianalisis melalui konsep mitos Barthesian.

Penggunaan teknik cukil kayu dalam ilustrasi sampul buku "Taring Padi: Seni Membongkar Tirani" juga memiliki signifikansi semiotik tersendiri. Menurut (Zulfa, 2023), teknik cukil kayu di Indonesia memiliki sejarah panjang sebagai medium seni yang digunakan untuk tujuan propaganda politik, mulai dari masa perjuangan kemerdekaan hingga gerakan mahasiswa 1998. Karakteristik visual dari teknik cukil kayu—kontras hitam-putih yang kuat, garis-garis ekspresif, dan potensinya untuk direproduksi—menjadikannya medium yang ideal untuk menyebarkan pesan-pesan politik kepada publik yang lebih luas. Dalam konteks karya Taring Padi, penggunaan teknik ini tidak hanya merupakan pilihan estetis, tetapi juga menempatkan karya mereka dalam kontinuitas historis dengan tradisi seni perlawanan di Indonesia dan dunia. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis semiotik terhadap ilustrasi sampul buku "Taring Padi: Seni Membongkar Tirani" menggunakan kerangka teoretis Roland Barthes, untuk mengungkap bagaimana elemen-elemen visual dikonstruksi untuk mengkomunikasikan kritik sosial-politik dan visi alternatif tentang masyarakat. Melalui pembongkaran lapisan makna dalam ilustrasi tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang peran seni sebagai medium ekspresi politik dalam konteks Indonesia kontemporer, khususnya bagaimana kolektif seni seperti Taring Padi menggunakan bahasa visual untuk "membongkar tirani" dan memperjuangkan keadilan sosial.

Perjalanan seni rupa Indonesia memiliki keterkaitan erat dengan dinamika sosial-politik yang terjadi di berbagai periode sejarah bangsa. Pada masa transisi dari Orde Baru menuju era Reformasi, seni tidak lagi sekadar menjadi medium ekspresi estetis, tetapi juga bertransformasi menjadi instrumen perlawanan dan kritik sosial-politik. Salah satu bentuk respons kolektif terhadap situasi ini adalah kemunculan kelompok seni seperti Lembaga Budaya Kerakyatan Taring Padi, yang didirikan pada tahun 1998 sebagai bagian dari perlawanan terhadap struktur kekuasaan Orde Baru (Heron & Kim, 2023). Taring Padi menggunakan pendekatan visual berbasis nilai-nilai kerakyatan dan kolektivitas untuk menyuarakan isu ketidakadilan sosial melalui karya grafis, terutama teknik cukil kayu. Salah satu ekspresi visual yang menonjol adalah ilustrasi sampul buku Seni Membongkar Tirani, yang sarat dengan pesan ideologis dan simbol perlawanan. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: bagaimana makna semiotik dari elemen-elemen visual dalam ilustrasi sampul buku Seni Membongkar Tirani karya kolektif Taring Padi, ditinjau dari perspektif semiotika Roland Barthes?

Dengan pertanyaan ini, tujuan dari penelitian adalah untuk menganalisis tanda dan makna ideologis yang terkandung dalam elemen visual ilustrasi tersebut, serta menjelaskan bagaimana karya ini berfungsi sebagai alat kritik sosial dan media pembebasan politik.

2 KAJIAN PUSTAKA

2.1 Seni Cukil Kayu sebagai Medium Perlawanan

Teknik cukil kayu (woodcut) merupakan medium visual yang historis dalam menyuarakan perlawanan politik dan kritik sosial. Di Indonesia, medium ini telah lama digunakan oleh seniman progresif karena kemampuannya dalam menghasilkan reproduksi massal dengan biaya rendah dan karakter visual yang kuat serta kontras. Menurut Febrianti (2018), teknik ini efektif sebagai alat propaganda visual karena mudah diproduksi dan disebarluaskan kepada masyarakat. Secara global, cukil kayu telah menjadi bagian dari gerakan sosial-politik, seperti Expressionism Jerman, serta berbagai perlawanan di Amerika Latin dan Asia. Konteks ini menjadikan cukil kayu tidak hanya sebagai pilihan artistik, tetapi juga sebagai strategi komunikasi politik. Dalam konteks lokal, kolektif seni Taring Padi memanfaatkan teknik cukil kayu sebagai bagian dari perlawanan simbolik terhadap ketidakadilan struktural pasca-Orde Baru. Asparayuda (2021) menyatakan bahwa pemilihan medium oleh Taring Padi bukan sekadar keputusan teknis, tetapi merupakan representasi ideologis dan manifestasi nilai-nilai kerakyatan. Teknik ini memperkuat posisi mereka sebagai seniman yang berkomitmen pada demokratisasi seni dan suara rakyat tertindas.

2.2 Semiotika Roland Barthes dalam Analisis Visual

Pendekatan semiotika Roland Barthes menawarkan kerangka teoretis yang komprehensif untuk menganalisis karya seni visual, khususnya yang memiliki muatan politik. (Basri & Sari, 2019) menjelaskan bahwa model semiotika Barthes dengan tiga level signifikasi—denotasi, konotasi, dan mitos—memungkinkan pembacaan berlapis terhadap elemen-elemen visual dalam karya seni. Pada level denotasi, fokus analisis adalah pada aspek formal dan literal dari gambar. Level konotasi berkaitan dengan makna kultural yang melekat pada elemen-elemen visual tersebut, sementara level mitos mengungkap bagaimana tanda-tanda visual berkontribusi pada naturalisasi ideologi tertentu. Dalam konteks seni politik seperti karya Taring Padi, pemahaman tentang mitos menjadi krusial karena memungkinkan identifikasi struktur ideologis yang mendasari representasi visual. (Umami et al., 2024) mengaplikasikan kerangka Barthesian ini dalam menganalisis poster-poster politik kontemporer Indonesia, menunjukkan bagaimana elemen-elemen visual seperti warna, komposisi, dan simbolisme bekerja tidak hanya pada level estetis, tetapi juga pada level ideologis yang merefleksikan pertarungan wacana politik yang lebih luas.

2.3 Taring Padi dan Aktivisme Seni di Indonesia Kontemporer

Lembaga Budaya Kerakyatan Taring Padi telah memainkan peran penting dalam lanskap seni aktivis Indonesia selama lebih dari dua dekade. (Azzuhri et al., 2024) menyoroti bagaimana kolektif ini mengembangkan model berkesenian yang berbasis komunitas dan memiliki komitmen pada perubahan sosial. Berbeda dengan kecenderungan individualis dalam praktik seni rupa mainstream, Taring Padi menekankan proses kolaboratif dan pendekatan kerakyatan dalam produksi dan diseminasi karya. Hal ini tercermin dalam tema-tema yang diangkat, yang seringkali berkaitan dengan isu-isu agraria, lingkungan, hak-hak buruh, dan kritik terhadap kapitalisme global. (Setyaka, 2024) menganalisis bagaimana karya-karya Taring Padi, termasuk buku "Seni Membongkar Tirani," merepresentasikan perkembangan wacana kritis dalam seni rupa Indonesia pascareformasi. Menurutnya, ilustrasi-ilustrasi yang diproduksi oleh Taring Padi tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi visual dari gerakan sosial, tetapi juga sebagai intervensi aktif dalam dinamika sosial-politik kontemporer Indonesia.

3 METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis semiotika Roland Barthes untuk mengkaji makna ilustrasi sampul buku Taring Padi: Seni Membongkar Tirani (2011). Metode ini dipilih karena memungkinkan peneliti menafsirkan makna mendalam dari tanda visual berdasarkan konteks ideologis, sejarah, dan budaya.

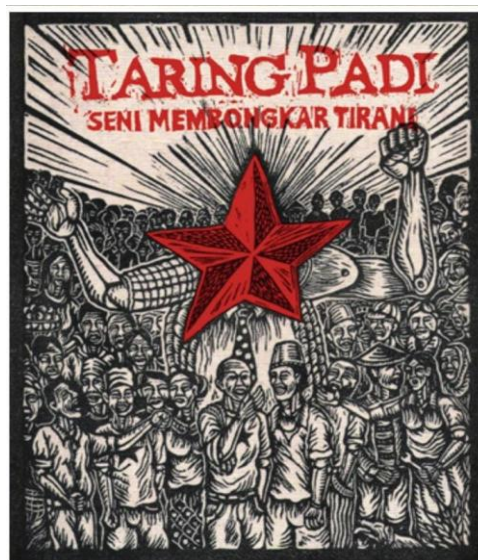
Unit analisis dalam penelitian ini adalah elemen-elemen visual pada ilustrasi utama sampul buku berjudul Taring Padi: Seni Membongkar Tirani, yang berukuran 20 x 28 cm dan dicetak ulang dalam pameran “Bara Lapar Jadhilan Padi” tahun 2023. Data utama diperoleh dari observasi visual dan dokumentasi karya tersebut, dilengkapi dengan wawancara semi-terstruktur terhadap 2 anggota Taring Padi dan 1 kurator yang memahami konteks produksi visual kolektif. Analisis dilakukan menggunakan tahapan semiotika Barthes yang terdiri dari tiga level:

1. Denotasi – Mengidentifikasi deskripsi elemen visual seperti garis, warna, objek, dan simbol utama.
2. Konotasi – Menafsirkan makna ideologis atau pesan simbolik yang dibawa oleh elemen-elemen tersebut.
3. Mitologi – Menghubungkan visual dengan narasi besar tentang perjuangan, kolektivitas, dan pembebasan dari tirani.

Untuk memperkuat interpretasi visual, pendekatan ikonografi juga digunakan sebagai teknik pembacaan elemen visual berdasarkan simbol dan referensi budaya. Validasi dilakukan dengan triangulasi sumber melalui diskusi dengan subjek (anggota kolektif) dan rujukan pustaka seperti dokumentasi, katalog pameran, serta publikasi akademik tentang Taring Padi.

4 HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Makna Denotatif



Gambar 1. Sampul Buku Taring Padi “Seni Membongkar Tirani”

Gambar 1 menampilkan ilustrasi sampul buku Taring Padi: Seni Membongkar Tirani yang digarap dengan teknik cukil kayu berwarna hitam-putih dengan aksen merah menyala pada bintang lima di bagian tengah. Ilustrasi ini menunjukkan sekelompok massa rakyat yang mengepalkan tangan, dikelilingi oleh sinar radial dan simbol perlawanan visual lainnya. Bintang merah yang besar

menjadi titik fokus utama, menyiratkan semangat kolektivitas dan perjuangan. Pada level denotatif, elemen-elemen seperti garis keras, tekstur kontras, dan simbol kepalan tangan tampil nyata sebagai penanda gerakan perlawanan. Di bagian atas, tulisan "TARING PADI" dan subjudul "SENI MEMBONGKAR TIRANI" muncul dalam tipografi stensil tegas yang memperkuat kesan militansi visual. Gaya gambar kasar dan repetitif ini khas dari teknik cukil kayu, yang memungkinkan produksi massal serta penyebaran cepat melalui poster-poster kolektif. Desain ini memiliki kemiripan visual dengan gaya poster propaganda revolusioner, seperti pada era Soviet dan gerakan anti-imperialis Amerika Latin. Perbandingan ini menunjukkan bahwa estetika Taring Padi bukan hanya lokal, tapi juga menyerap strategi visual global dalam menyampaikan kritik terhadap kekuasaan. (Rahmadian et al., 2019).

4.2 Makna Konotatif



Gambar 2. Logo Bintang Merah Pada Sampul Buku Taring Padi "Seni Membongkar Tirani"

Pada level konotatif, bintang merah bersudut lima yang menjadi pusat komposisi memiliki signifikansi politik yang kuat. Bintang merah secara historis telah menjadi simbol gerakan sosialis dan komunis di seluruh dunia, merepresentasikan lima jari tangan pekerja atau lima benua yang bersatu dalam perjuangan (Andre Rachmad Habibie, 2020). Dalam konteks Indonesia, simbol ini memiliki resonansi dengan gerakan kiri yang pernah menjadi bagian dari sejarah politik Indonesia sebelum peristiwa 1965. Penggunaan warna merah pada bintang dan judul buku memperkuat konotasi politik dari ilustrasi ini, mengingat warna merah sering diasosiasikan dengan revolusi, perjuangan, dan solidaritas kelas pekerja.



Gambar 3. Kerumunan Masa dan Kepalan Tangan Pada Sampul Buku Taring Padi "Seni Membongkar Tirani"

Kerumunan massa yang digambarkan dengan berbagai atribut sosial merepresentasikan konsep "rakyat" atau "wong cilik" dalam konteks Indonesia. Keragaman figur dalam ilustrasi—termasuk petani, pekerja, dan warga biasa—menekankan ide tentang persatuan lintas kelas dalam menghadapi "tirani" sebagaimana disebutkan dalam judul buku. Gestur kepalan tangan yang terangkat merupakan simbol universal dari perlawanan dan solidaritas, menunjukkan kekuatan kolektif yang muncul dari persatuan massa rakyat. Garis-garis radial yang memancar dari bintang menciptakan kesan visual tentang pancaran energi atau cahaya, yang secara konotatif dapat dimaknai sebagai penyebaran ide-ide progresif atau kesadaran politik ke segala arah. Teknik cukil kayu itu sendiri membawa konotasi tersendiri, mengingat sejarah penggunaannya dalam propaganda politik dan seni perlawanan di berbagai konteks, termasuk selama revolusi kemerdekaan Indonesia dan gerakan mahasiswa 1998 (Barung, 2023).

4.3 Identifikasi Elemen Tanda

Berdasarkan analisis semiotika Barthes, ilustrasi sampul buku Taring Padi dapat dibedah menjadi beberapa elemen tanda yang signifikan:

1. **Bintang Merah:** Sebagai penanda (signifier), bintang merah adalah bentuk geometris dengan lima sudut berwarna merah. Sebagai petanda (signified), bintang ini merepresentasikan ideologi sosialis, gerakan kiri, dan solidaritas internasional. Kombinasi penanda dan petanda ini membentuk tanda yang kuat tentang posisi ideologis kolektif Taring Padi dan visi sosial politiknya.



2. **Massa Rakyat:** Sebagai penanda, kerumunan figur manusia dengan berbagai atribut sosial digambarkan melalui garis-garis ekspresif khas cukil kayu. Sebagai petanda, kerumunan ini merepresentasikan kekuatan kolektif rakyat dan konsep "dari rakyat, oleh rakyat, untuk rakyat" yang menjadi inti dari pendekatan kerakyatan Taring Padi.



3. **Kepalan Tangan:** Sebagai penanda, gestur tangan tertutup yang terangkat. Sebagai petanda, simbol perlawanan, solidaritas, dan tekad politik yang kuat. Dalam konteks

ilustrasi ini, kepala tangan memperkuat narasi tentang perjuangan melawan struktur kekuasaan yang opresif.



4. Garis-garis Radial: Sebagai penanda, garis-garis yang memancar dari pusat bintang. Sebagai petanda, penyebaran energi, ide, atau kesadaran. Garis-garis ini menciptakan dinamisme visual yang memperkuat pesan tentang transformasi sosial yang diusung oleh Taring Padi.



5. Judul "SENI MEMBONGKAR TIRANI": Sebagai penanda, rangkaian kata yang tertulis dengan huruf kapital berwarna merah. Sebagai petanda, manifesto artistik dan politik yang menekankan fungsi seni sebagai alat untuk mengkritisi dan menantang struktur kekuasaan yang menindas.

4.4 Analisa Tingkatan Tanda

Dalam kerangka semiotika Barthes, tanda beroperasi pada tiga tingkatan: denotasi, konotasi, dan mitos. Pada ilustrasi sampul buku Taring Padi, ketiga tingkatan ini dapat dianalisis sebagai berikut:

1. Pada tingkat denotasi, ilustrasi ini menampilkan bintang merah dan kerumunan massa dengan teknik cukil kayu, sebagaimana telah dijelaskan pada subbab 4.1. Ini merupakan tingkat pemahaman literal dan deskriptif dari tanda visual yang disajikan.
2. Pada tingkat konotasi, elemen-elemen visual dalam ilustrasi mengaktifkan rangkaian makna kultural yang berkaitan dengan sejarah gerakan sosial dan politik di Indonesia. Bintang merah tidak lagi sekadar bentuk geometris, tetapi mengandung lapisan makna yang berkaitan dengan ideologi tertentu. Demikian pula, teknik cukil kayu tidak sekadar pilihan estetis, tetapi membawa konotasi tentang demokratisasi seni dan aksesibilitas medium yang sejalan dengan nilai-nilai kerakyatan Taring Padi.

Pada tingkat mitos, ilustrasi ini berkontribusi pada konstruksi narasi yang lebih besar tentang perjuangan rakyat melawan ketidakadilan. Menurut Barthes, mitos berfungsi untuk menaturalisasi konstruksi ideologis tertentu. Dalam konteks ilustrasi Taring Padi, mitos yang dibangun adalah tentang kekuatan transformatif seni dalam perubahan sosial dan politik. Ilustrasi ini memperkuat narasi bahwa seni bukan sekadar ekspresi estetis, tetapi juga instrumen politik yang dapat "membongkar tirani". Mitos ini bekerja melalui visualisasi massa rakyat yang bersatu di sekitar simbol revolusioner (bintang merah), menaturalisasi gagasan bahwa perjuangan kolektif adalah jalan menuju keadilan sosial. Relasi antara elemen-elemen tanda dalam ilustrasi ini juga menciptakan paradoks semiotik yang menarik. Di satu sisi, penggunaan simbol seperti bintang merah mengacu pada tradisi politik tertentu, namun di sisi lain, kontekstualisasinya dalam era Reformasi Indonesia menciptakan dimensi makna baru yang berkaitan dengan aspirasi demokratisasi dan kritik terhadap rezim otoritarian. Sebagaimana dijelaskan oleh (Wiratno, 2024), apropriasi simbol-simbol politik dalam seni kontemporer Indonesia sering kali melibatkan proses rekontekstualisasi yang menciptakan lapisan makna baru tanpa sepenuhnya melepaskan resonansi historisnya.

Secara keseluruhan, analisis semiotik terhadap ilustrasi sampul buku "Taring Padi: Seni Membongkar Tirani" mengungkapkan bagaimana karya visual ini berfungsi tidak hanya sebagai representasi estetis, tetapi juga sebagai artikulasi dari posisi politik dan visi sosial kolektif Taring Padi. Melalui penggunaan simbol-simbol yang kaya akan konotasi historis dan pemilihan teknik cukil kayu yang memiliki akar dalam tradisi seni progresif, ilustrasi ini mengkomunikasikan pesan tentang perlawanan terhadap ketidakadilan dan peran seni dalam membangkitkan kesadaran kritis masyarakat. Sebagaimana ditekankan oleh Taring Padi sendiri dalam filosofi mereka, seni bukan sekadar komoditas estetis, tetapi alat untuk "membongkar tirani" dan memperjuangkan transformasi sosial yang lebih luas.

5 SIMPULAN

Analisis semiotika terhadap ilustrasi sampul buku Taring Padi: Seni Membongkar Tirani menunjukkan bahwa karya visual ini tidak hanya berfungsi sebagai ekspresi artistik, tetapi juga sebagai manifestasi kompleks dari ideologi dan kritik sosial-politik kolektif Taring Padi. Pada level denotatif, teknik cukil kayu dan komposisi visual menampilkan simbol utama seperti bintang merah, kerumunan massa, kepalan tangan, dan garis radial yang mencerminkan semangat perjuangan rakyat. Secara konotatif, elemen-elemen visual tersebut membangun narasi solidaritas, perlawanan, dan kolektivitas. Melalui pembacaan mitologis, simbol-simbol ini merekonstruksi ulang citra tradisional seperti bintang menjadi simbol demokratis yang membongkar dominasi narasi kekuasaan. Dalam konteks semiotika Barthes, ilustrasi ini mencerminkan konstruksi makna ideologis yang lahir dari realitas sosial pasca-Orde Baru.

Secara teoritis, penelitian ini memperkaya kajian semiotika visual dengan mengaitkan metode Barthes dalam konteks seni perlawanan kontemporer Indonesia. Temuan ini menegaskan bahwa visual seni progresif bukan sekadar ekspresi estetis, tetapi juga alat politik yang membentuk kesadaran kolektif dan menentang represi struktural. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi kurator, pengajar seni, serta aktivis visual dalam memahami peran estetika dalam advokasi sosial. Penelitian ini juga dapat memperkuat strategi visualisasi dalam pameran seni yang bertema keadilan sosial dan hak-hak rakyat. Rekomendasi: Penelitian lanjutan disarankan untuk mengkaji karya visual Taring Padi lainnya dengan menggunakan pendekatan intertekstual atau membandingkan pengaruh semiotika visual antar konteks negara, seperti gerakan seni Latin Amerika atau Asia Tenggara lainnya, guna memperluas pemetaan wacana visual pembebasan global.

DAFTAR PUSTAKA

Andre Rachmad Habibie. (2020). Makna konotasi bulan, bintang dan matahari dalam puisi-puisi

- karya hermann hesse. *Jurnal Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 1–11.
- Azzuhri, F., Nikmah, F., Hasan, H., Sidanti, H., Pribadi, J., Sultoni, M., Iqbal, M., Palupi, R., Utami, R., Wilujeng, S., & Realita, T. (2024). *PERSPEKTIF GENERASI Z TERHADAP PENDIDIKAN KARAKTER, DINAMIKA ORGANISASI, KONDISI EKONOMI, SOSIAL DAN BUDAYA DI INDONESIA*.
- Barung, A. A. Y. (2023). Gerakan Mahasiswa di Indonesia dan Tantangannya terhadap Hegemoni Negara. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 10(2), 1. <https://doi.org/10.22146/jps.v10i2.82612>
- Basri, S., & Sari, E. (2019). Tari Remo (Ngremong): Sebuah Analisis Teori Semiotika Roland Barthes Tentang Makna Denotasi Dan Konotasi Dalam Tari Remo (Ngremong). *GETER: Jurnal Seni Drama, Tari Dan Musik*, 2(1), 55–69. <https://doi.org/10.26740/geter.v2n1.p55-69>
- Febrianti, P. (2018). *Kemampuan Calon Mahasiswa Baru Program Studi Pendidikan Seni Rupa Fakultas Seni Dan Desain Universitas Negeri Makassar 7*. <http://eprints.unm.ac.id/17143/%0Ahttp://eprints.unm.ac.id/17143/1/Putri%28JURNAL%29.pdf>
- Harjanto, S. (2024). Metode Riset Kualitatif Yang Dapat Diandalkan untuk mendukung Pengembangan Pelayanan Gereja Dan Misinya. *Teologi Kontekstual Indonesia*, 5 No. 1(1), 59–72.
- Hermawan, A. (2007). “Membaca” Iklan Televisi :Sebuah Perspektif Semiotika. In *Jurnal Komunikasi* (Vol. 2, Issue 1, pp. 267–286).
- Heron, H., & Kim, M. S. (2023). Wawancara dengan Taring Padi: Kepeloporan, Kreativitas, Simbol, dan Peristiwa Documenta Fifteen. *Retorik: Jurnal Ilmu Humaniora*, 11, 220–235. <https://doi.org/10.24071/ret.v11i2.7131>
- Isvara, A. L., & Ismoyo, S. L. (2025). *Seni dan Demokrasi : Pemanfaatan Ruang Publik sebagai Sarana Ekspresi , Perlawanan , dan Advokasi oleh Komunitas Taring Padi*. 7(1), 8–24. <https://doi.org/10.17509/irama.v7i1.80314>
- Jazuli, M. (2016). *Sosiologi Seni (Edisi 2)*.
- Nofia, V. S. S., & Bustam, M. R. (2022). Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Sampul Buku Five Little Pigs Karya Agatha Christie. *MAHADAYA: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Budaya*, 2(2), 143–156. <https://doi.org/10.34010/mhd.v2i2.7795>
- Rahmadian, N., Mulyono, & Isnarto. (2019). Kemampuan Representasi Matematis dalam Model Pembelajaran Somatic, Auditory, Visualization, Intellectually (SAVI). *PRISMA, Prosiding Seminar Nasional Matematika*, 2, 287–292. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/prisma/article/view/28940>
- Setyaka, V. (2024). *Model Platform Coop Indonesia untuk Demokrasi Ekonomi yang Deliberatif, Emansipatoris, Ideologis dan Teknologis* (pp. 401–427).
- Umami, S., Efendi, E., & Mawwaddah, H. D. (2024). Semiotika Roland Barthes Dalam Poster Film The Space Between. *Visual Heritage: Jurnal Kreasi Seni Dan Budaya*, 6(3), 463–471. <https://doi.org/10.30998/vh.v6i3.11147>
- Wiratno, T. A. (2024). Postmodernis Mengkonstruksi Seni Kontemporer di Pusaran Urban. *Jurnal Senirupa Warna*, 12(2), 186–197.
- Zulfa. (2023). *Menyelisik Pendidikan Karakter Melalui Karya Seni*.

REPRESENTASI KESETIAAN DALAM HUBUNGAN ROMANTIS
(Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure Pada Lirik Lagu ‘I Wanna Be YourSlave’ Milik Maneskin)

Zulfanida Nurul Sadiyyah, Rachma Meidisar Dwikinanti, Eriyanti Nurmala Dewi, Hanafi, Nisa Lathifah, Shinta Hartini Putri

Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Desain, Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia
Email: zulfanidanurul@unibi.ac.id; rachmameidisar@gmail.com; eriyantinurmaladewi@unibi.ac.id;
hanafi@unibi.ac.id; nisalathifah@unibi.ac.id; shintahartiniputri@unibi.ac.id.

Diterima:
21 April 2025

Diterima Setelah Revisi:
22 April 2025

Dipublikasikan:
25 April 2025

Abstrak

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, bertujuan untuk menganalisis representasi kesetiaan dalam lagu “*I Wanna Be YourSlave*” milik Maneskin. Penelitian ini menggunakan pendekatan semiotika dari Ferdinand de Saussure. Konsep Saussure memaparkan bahwa penanda (*signifier*) memiliki unsur yang berhubungan dengan petanda (*signified*). Konsep ini mengaitkan antara lirik lagu dengan pengertian yang diasosiasikan dari penanda. Sumber data pada penelitian ini adalah teks media berupa lirik lagu “*I Wanna Be Your Slave*”, teknik analisis data yang digunakan yaitu dengan teori semiotika Ferdinand de Saussure, terdiri atas penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*). Peneliti melakukan penafsiran makna dengan membagi lirik lagu secara keseluruhan ke dalam beberapa bagian, kemudian setiap bagian dianalisis menggunakan pendekatan teori yang telah ditentukan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lirik lagu ini mengungkapkan kesetiaan yang tidak hanya kesetiaan yang penuh komitmen dan pengabdian tanpa syarat, lagu ini menggambarkan hubungan yang dibangun atas dasar kekuasaan dan dominasi yang saling bergantian antara pasangan. Representasi ini mencerminkan sikap menerima sisi gelap dan terang dalam hubungan, serta menggambarkan kesetiaan yang lebih subjektif dan personal.

Kata Kunci: Semiotika, Ferdinand de Saussure, lirik lagu, kesetiaan, hubungan romantis

Abstract

This study uses a qualitative method and aims to analyze the representation of loyalty in the song “I Wanna Be YourSlave” by Maneskin. The research applies Ferdinand de Saussure’s semiotic approach. According to Saussure, a sign consists of two related parts: the signifier and the signified. This concept connects the words in the song lyrics (signifier) to the meanings they represent (signified). The data source in this study is the media text of the song lyrics “I Wanna Be YourSlave.” The analysis is carried out using Saussure’s semiotic theory, focusing on identifying signifiers and their corresponding signifieds. The researcher interprets the meaning by dividing the lyrics into several parts and analyzing each part using the chosen theoretical approach. The findings show that the lyrics portray loyalty not only as deep commitment and unconditional devotion, but also as a relationship shaped by shifting power and dominance between partners. This representation reflects an acceptance of both the light and dark sides of a relationship and presents a more personal and subjective view of loyalty.

Keywords: *semiotics, Ferdinand de Saussure, song lyrics, loyalty, romantic relationships.*

1 PENDAHULUAN

Budaya populer berkembang sangat pesat dan menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari, terutama di kalangan anak muda. Salah satu bentuk budaya populer yang paling dekat dengan masyarakat adalah musik. Musik tidak hanya menjadi hiburan, tetapi juga menyampaikan pesan, perasaan, dan gagasan (Oktaviani & Sukardi, 2024). Lewat lirik lagu, seorang musisi dapat mengungkapkan pandangannya terhadap berbagai hal, termasuk tentang hubungan, cinta, dan kesetiaan. Karena itu, musik sering kali menjadi cerminan realitas sosial dan budaya yang ada di masyarakat (Nazifa, 2024). Terlebih di era digital, lagu bisa dengan mudah diakses dan didengar kapan saja melalui berbagai *platform*, membuat pesan-pesan dalam lirik lagu menyebar luas dan cepat.

Salah satu tema yang sering muncul dalam lagu adalah kesetiaan dalam hubungan romantis. Saat ini, makna kesetiaan tidak lagi dipahami secara sederhana sebagai sikap setia pada satu pasangan saja. Kesetiaan kini juga bisa diartikan sebagai keterikatan emosional, pengorbanan, atau bahkan keberanian untuk menerima segala sisi pasangan, baik yang baik maupun yang buruk (Amana et al., 2020). Kesetiaan dalam hubungan romantis sering digambarkan sebagai komitmen seumur hidup kepada satu pasangan (Rahmadewi, 2023). Saat ini banyak lagu yang menggambarkan cinta dan kesetiaan dengan cara yang berbeda, lebih rumit, bahkan terkadang bertentangan dengan pengertian umum. Artinya, makna kesetiaan menjadi lebih kompleks dan beragam.

Lagu “*I Wanna Be YourSlave*” dari Maneskin menjadi contoh menarik untuk dikaji dalam konteks ini. Lagu ini menampilkan lirik-lirik yang penuh dengan pernyataan yang saling bertolak belakang, menggambarkan keinginan untuk tunduk sekaligus menguasai, mencintai sekaligus menantang. Lirik-lirik tersebut menunjukkan adanya dinamika peran dan keinginan dalam suatu hubungan yang tidak biasa. Namun, di balik kontradiksinya terdapat makna yang lebih dalam tentang bentuk kesetiaan yang ingin ditunjukkan, yakni kesiapan untuk menerima dan menjalani peran apa pun demi mempertahankan hubungan.

Permasalahan yang melatarbelakangi penelitian ini yaitu lirik lagu “*I Wanna Be YourSlave*” yang mengandung banyak simbol dan kontradiksi makna yang belum banyak dikaji secara mendalam dalam konteks representasi kesetiaan. Makna kesetiaan yang muncul dalam lagu ini tampak tidak konvensional dan berbeda dari pemahaman umum masyarakat, sehingga menarik untuk dianalisis melalui pendekatan semiotika. Belum banyak penelitian sebelumnya yang menggunakan pendekatan semiotika Ferdinand de Saussure secara spesifik untuk membahas lirik lagu dalam konteks hubungan romantis mengenai kesetiaan. Selain itu masih dibutuhkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang bagaimana hubungan antara penanda dan petanda dalam lirik lagu mampu membentuk makna kesetiaan yang kompleks.

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tanda-tanda yang terdapat dalam lirik lagu “*I Wanna Be YourSlave*” dengan menggunakan pendekatan semiotika Ferdinand de Saussure. Penelitian bertujuan untuk mengungkap representasi kesetiaan dalam hubungan romantis. Lebih lanjut, penelitian ini ingin menjelaskan bagaimana relasi antara penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*) dalam bait lirik lagu. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian komunikasi, dengan mengungkap makna kesetiaan yang terkandung dalam lirik lagu menggunakan teori semiotika Saussure.

Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas bagaimana lirik lagu menyimpan makna yang dalam dan bisa dianalisis dengan pendekatan semiotika atau ilmu tentang tanda dan makna. Gunadi (2023) meneliti bagaimana perpisahan dimaknai pada lagu karya *girl group* (Gunadi, 2023). Selain itu, Riswari (2023) mengkaji bagaimana romantisme direpresentasikan dalam lagu *Jatuh Suka* (Riswari, 2023). Penelitian ini memiliki perbedaan dan kebaruan dibandingkan penelitian sebelumnya karena berfokus pada representasi kesetiaan dalam hubungan romantis melalui analisis semiotika Ferdinand de Saussure. Sementara penelitian sebelumnya oleh Gunadi (2023) lebih menitikberatkan pada tema perpisahan dalam lagu-lagu *girl group*, dan Riswari (2023)

mengeksplorasi representasi romantisme dalam lagu Jatuh Suka, penelitian ini menawarkan sudut pandang baru dengan menggali kontradiksi dan dinamika kesetiaan dalam konteks hubungan yang kompleks, serta menggunakan pendekatan semiotik Saussure untuk mengungkap relasi antara penanda dan petanda. Meskipun demikian, belum banyak penelitian yang secara khusus membahas bagaimana kesetiaan dalam hubungan romantis digambarkan melalui lirik lagu yang kompleks seperti “*I Wanna Be YourSlave*”, khususnya dengan menggunakan teori semiotika dari Ferdinand de Saussure. Hal ini menunjukkan terdapat keterbaruan untuk diteliti dan dipahami lebih lanjut.

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan semiotika dari Ferdinand de Saussure yang memandang bahwa tanda terdiri dari dua bagian, yaitu penanda (*signified*) dan petanda (*signifier*) (Dayu & Syadli, 2023). Dengan teori ini, penelitian akan melihat bagaimana lirik lagu membentuk makna tentang kesetiaan melalui pilihan kata, gaya bahasa, dan susunan kalimat. Saussure percaya bahwa makna dari sebuah tanda sangat tergantung pada konteks sosial dan sistem bahasa yang berlaku, sehingga bisa saja satu kata memiliki makna yang berbeda tergantung bagaimana dan kapan kata itu digunakan.

Urgensi penelitian ini terletak pada perlunya pemahaman yang lebih mendalam terhadap bagaimana makna kesetiaan dalam hubungan romantis direpresentasikan melalui media populer, khususnya lagu. Dalam perkembangan budaya populer yang pesat, lirik lagu menjadi sarana yang tidak hanya menyampaikan pesan emosional, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai sosial yang kompleks dan berubah. Lagu “*I Wanna Be YourSlave*” dari Måneskin menunjukkan dinamika makna yang tidak konvensional melalui kontradiksi peran dan keinginan dalam hubungan, yang membuka ruang interpretasi baru tentang bentuk kesetiaan. Oleh karena itu, penting untuk menganalisis bagaimana tanda-tanda dalam lirik lagu ini membentuk representasi makna kesetiaan melalui pendekatan semiotika Ferdinand de Saussure.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana representasi makna kesetiaan dalam hubungan romantis dibentuk melalui tanda-tanda dalam lirik lagu “*I Wanna Be YourSlave*” menggunakan pendekatan semiotika Ferdinand de Saussure. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis, yaitu memperkaya kajian ilmu komunikasi dan semiotika dalam ranah budaya populer, serta secara praktis dapat menjadi referensi bagi peneliti, akademisi, maupun masyarakat umum dalam memahami kompleksitas makna kesetiaan yang ditampilkan dalam media musik, khususnya melalui simbol-simbol dalam lirik lagu.

2 KAJIAN PUSTAKA

2.1 Kesetiaan

Kesetiaan adalah ketulusan, tidak melanggar janji atau berkhianat. Kesetiaan merupakan suatu bentuk keahlian lain dalam hubungan seperti empati, komunikasi ataupun kompromi (Septiani et al., 2019). Kesetiaan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah keteguhan hati, ketaatan baik dalam suatu hubungan persahabatan, ataupun kepatuhan. Kesetiaan berbicara tentang bagaimana individu dapat menjaga hubungan dengan pasangan (Rahmadewi, 2023). Lebih jauh Rahmadewi menjelaskan kesetiaan juga berasal dari kata setia yang artinya berpegang teguh, baik pada janji, pendirian, taat, dan patuh.

Berdasarkan pengertian tersebut dapat dipahami bahwa kesetiaan merupakan sikap teguh dan tulus dalam memegang janji serta menjaga hubungan. Kesetiaan mencerminkan ketaatan, empati, komunikasi, dan kompromi dalam relasi, baik dalam konteks persahabatan maupun hubungan romantis.

2.2 Hubungan Romantis

Hubungan romantis merupakan hasil dari perkembangan hubungan antarpribadi. Altman dan Taylor (Lestari, 2019) menjelaskan menggambarkan bagaimana hubungan umum dapat berkembang

menjadi lebih intim. Proses ini dimulai dari tahap orientasi, di mana individu saling berbagi informasi yang bersifat umum. Jika kedua pihak merasa nyaman dan memperoleh manfaat dari interaksi tersebut, hubungan berlanjut ke tahap eksplorasi afektif, di mana informasi yang lebih pribadi mulai diungkapkan. Ketika masing-masing pihak mulai merasa bebas untuk memberikan kritik dan evaluasi, mereka telah memasuki tahap pertukaran afeksi. Tahap tertinggi dalam perkembangan hubungan ini adalah pertukaran yang seimbang, yaitu ketika kedekatan yang terjalin memungkinkan kedua belah pihak memahami satu sama lain dan merespons dengan tepat. Dalam hubungan yang melibatkan perasaan, tahap akhir inilah yang menandai terbentuknya hubungan romantis.

Hubungan romantis ditandai dengan adanya nuansa keromantisan yang menjadi bagian dari interaksi berkelanjutan antara dua individu yang sama-sama menyadari adanya keterikatan dalam hubungan tersebut. Kedua, hubungan ini bersifat sukarela, di mana kedua belah pihak memiliki keinginan untuk mempertahankannya. Ketiga, hubungan romantis juga merupakan wujud dari adanya ketertarikan satu sama lain (Lestari, 2019).

Mengacu pada penjelasan di atas, dapat diketahui bahwa hubungan romantis adalah bentuk hubungan antar dua orang yang tumbuh dari perkenalan biasa menjadi kedekatan yang lebih dalam. Hubungan ini ditandai dengan sikap terbuka, saling memahami, dan berbagi perasaan secara seimbang. Selain itu, hubungan romantis juga melibatkan rasa sayang, kesadaran akan keterikatan satu sama lain, keinginan bersama untuk menjaga hubungan, serta adanya ketertarikan, baik secara emosional maupun fisik.

3 METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan semiotika Ferdinand de Saussure untuk menganalisis representasi makna dalam lirik lagu "*I Wanna Be YourSlave*" karya Maneskin. Sebagai pendekatan kualitatif, fokus penelitian ini terletak pada pemahaman mendalam terhadap makna yang terkandung dalam teks lirik sebagai wujud tanda. Saussure membagi tanda menjadi dua elemen utama, yaitu penanda (*signifier*) sebagai bentuk atau kata dalam lirik, dan petanda (*signified*) sebagai konsep atau makna yang muncul dari kata tersebut (Wulansari et al., 2020). Penelitian ini menggunakan studi kepustakaan dengan teknik analisis data kualitatif deskriptif. Data primer yang digunakan adalah lirik lagu "*I Wanna Be YourSlave*" milik Maneskin. Dalam penelitian ini, lirik lagu dianalisis secara sistematis dengan membaginya ke dalam beberapa bait, lalu setiap bait diinterpretasikan untuk mengidentifikasi penanda dan petanda. Dengan demikian, pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengungkap petanda yang direpresentasikan melalui struktur bahasa dan simbol dalam lirik lagu tersebut.

4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Lagu yang diteliti adalah lirik lagu yang berjudul "*I Wanna Be YourSlave*" karya Maneskin. Seperti yang telah tertulis di atas bahwa setiap lagu memiliki makna yang ingin disampaikan dengan tujuan memengaruhi pendengar. Peneliti menggunakan teori semiotika Ferdinand De Saussure dalam menganalisis lagu tersebut. Berikut merupakan analisis dari lirik lagu "*I Wanna Be YourSlave*" karya Maneskin.

Tabel 1. Bait Pertama

| Aspek Penanda | Aspek Petanda |
|-----------------------------|---|
| <i>I Wanna Be YourSlave</i> | Bait ini mengandung kata " <i>slave</i> " yang secara harfiah merujuk pada budak, menggambarkan konsep ketundukan dan ketergantungan. Dalam hal ini, " <i>slave</i> " mengimplikasikan seseorang yang sepenuhnya tunduk pada kehendak orang |

| | |
|--|--|
| | lain. Dalam konteks hubungan romantis, kata ini mengandung arti pengorbanan dan penyerahan diri sepenuhnya kepada pasangan. Kesetiaan yang digambarkan dalam kalimat ini adalah bentuk ketundukan yang mendalam, yang mana individu ingin menyerahkan dirinya sepenuhnya untuk pasangan. |
|--|--|

Berdasarkan pada Tabel 1, dijelaskan bahwa kesetiaan dalam hal ini diartikan sebagai pengorbanan yang ekstrem. Salah satu pihak rela kehilangan kontrol atas dirinya demi memenuhi keinginan pasangannya. Hal ini menunjukkan bentuk kesetiaan yang penuh pengorbanan, meskipun mungkin tidak mengarah pada kesetaraan dalam hubungan.

Tabel 2. Bait Kedua

| Aspek Penanda | Aspek Petanda |
|-------------------------------|---|
| <i>I wanna be your master</i> | Kata " <i>master</i> " pada bait ini secara langsung berlawanan dengan " <i>slave</i> ", yang berarti penguasa atau orang yang memiliki kontrol atas sesuatu atau seseorang. Menggunakan kata ini dalam konteks hubungan romantis menunjukkan adanya relasi kekuasaan di mana satu pihak ingin memegang kendali sepenuhnya. Dalam hal ini, penanda ini mencerminkan dinamika ketidakseimbangan kekuasaan dalam hubungan tersebut. |

Berdasarkan pada Tabel 2, kalimat ini mengindikasikan bahwa kesetiaan dalam hubungan ini juga melibatkan keinginan untuk menguasai pasangan. Menggambarkan bentuk kesetiaan yang tidak hanya didasarkan pada penyerahan, tetapi juga pada penguasaan. Ini menambah dimensi kontradiktif dalam hubungan, di mana kedua pihak dalam satu kalimat menginginkan posisi yang berlawanan: satu pihak ingin tunduk sementara yang lain ingin menguasai.

Tabel 3. Bait Ketiga

| Aspek Penanda | Aspek Petanda |
|-----------------------------|---|
| <i>I wanna make you beg</i> | Pada bait ini, kata " <i>beg</i> " mengandung arti memohon dengan sangat, yang menggambarkan ketergantungan dan kerendahan hati. Memaksa seseorang untuk memohon adalah simbol dominasi dalam hubungan tersebut. Kalimat ini memperlihatkan kekuasaan yang lebih besar yang diinginkan oleh pihak yang berbicara, serta kesetiaan yang terkait dengan penguasaan dan penundukan pasangan. |

Berdasarkan pada Tabel 3, penanda ini memperlihatkan bahwa dalam hubungan ini, kesetiaan tidak hanya diwujudkan dalam pengorbanan atau penyerahan, tetapi juga dalam kebutuhan untuk mendapatkan pengakuan atau bahkan pengendalian atas pasangan. Hal ini menunjukkan hubungan yang tidak setara, di mana satu pihak mungkin merasa perlu untuk terus memperlihatkan kekuasaan atau kontrol terhadap yang lain.

Tabel 4. Bait Keempat

| Aspek Penanda | Aspek Petanda |
|----------------------------|--|
| <i>I wanna be your sin</i> | Kata " <i>sin</i> " di bait ini merujuk pada perbuatan yang dianggap melanggar norma moral atau agama. Dalam konteks hubungan romantis ini, frase ini mengimplikasikan bahwa hubungan tersebut mungkin melibatkan elemen yang tidak diterima secara sosial atau bertentangan dengan nilai-nilai moral yang ada. Kata " <i>sin</i> " menyiratkan bahwa kesetiaan dalam hubungan ini melibatkan pengorbanan atau tindakan yang bisa dianggap sebagai hal yang "salah" oleh masyarakat. |

Berdasarkan pada Tabel 4, dapat diketahui bahwa dalam hubungan tersebut, kesetiaan dapat mencakup elemen-elemen yang bertentangan dengan norma-norma sosial atau moral, menggambarkan bentuk kesetiaan yang tidak terikat pada konvensi moral yang biasa diterima. Ini bisa menunjukkan bahwa kesetiaan dalam hubungan ini melibatkan tantangan terhadap nilai-nilai yang lebih luas atau pandangan masyarakat umum.

Tabel 5. Bait Kelima

| Aspek Penanda | Aspek Petanda |
|---------------------------------|---|
| <i>I wanna be your pleasure</i> | Terdapat kata " <i>pleasure</i> " pada bait tersebut, yang berarti kenikmatan atau kepuasan. Dalam hubungan romantis, kata ini merujuk pada keinginan untuk memberikan kebahagiaan atau kepuasan fisik atau emosional kepada pasangan. Kalimat ini menyiratkan bahwa kesetiaan dalam hubungan ini adalah tentang memberikan kepuasan total kepada pasangan, yang mungkin mengindikasikan ketergantungan pada perasaan pasangan dan kebutuhan untuk memenuhi keinginan mereka. |

Berdasarkan pada Tabel 5, dengan menggunakan kata "*pleasure*", lirik ini mengisyaratkan bahwa kesetiaan dalam hubungan ini lebih mengarah pada pencarian kebahagiaan pasangan, dengan mengorbankan kebahagiaan atau kepuasan pribadi. Hal ini menunjukkan dinamika kesetiaan yang terkait dengan saling memenuhi kebutuhan emosional atau fisik, meskipun mungkin menekankan ketergantungan satu pihak terhadap yang lain.

Melalui analisis setiap kalimat dalam lirik lagu "*I Wanna Be YourSlave*" dengan pendekatan semiotika Ferdinand de Saussure, dapat diketahui bahwa representasi kesetiaan dalam hubungan romantis yang digambarkan dalam lagu ini sangat kompleks dan penuh kontradiksi. Lirik-lirik tersebut menggambarkan hubungan yang tidak setara, di mana kesetiaan dipahami bukan hanya sebagai bentuk penyerahan diri atau pengorbanan, tetapi juga sebagai relasi kekuasaan dan kontrol. Setiap kalimat dalam lagu ini menciptakan dinamika yang saling bertentangan, mengungkapkan bahwa kesetiaan dalam hubungan ini bisa melibatkan penguasaan, ketundukan, bahkan pengorbanan moral.

Secara keseluruhan, lirik lagu "*I Wanna Be YourSlave*" menggambarkan kesetiaan dalam hubungan romantis yang jauh dari norma tradisional. Bukan hanya kesetiaan yang penuh komitmen

dan pengabdian tanpa syarat, lagu ini menggambarkan hubungan yang dibangun atas dasar kekuasaan dan dominasi yang saling bergantian antara pasangan. Penanda dalam lirik, seperti "slave" dan "master," menciptakan gambaran hubungan yang tidak setara, namun juga menunjukkan ketertarikan untuk saling menguasai dan tergantung satu sama lain. Petanda dari lirik-lirik ini adalah sebuah kesetiaan yang bersifat cair dan fleksibel, di mana kekuasaan dan pengaruh dalam hubungan ini dapat berubah-ubah, menciptakan kesetiaan yang lebih dinamis dan penuh ambiguitas.

Dalam konteks ini, kesetiaan tidak lagi dianggap sebagai nilai yang tidak tergoyahkan, melainkan sebagai bentuk hubungan yang dapat dipertanyakan dan dinamis, penuh dengan ketegangan antara saling menguasai dan saling bergantung. Pendekatan semiotika Ferdinand de Saussure memperlihatkan bagaimana tanda-tanda dalam lirik lagu ini berfungsi untuk membangun makna kesetiaan yang lebih kompleks.

5 SIMPULAN

Berdasarkan analisis semiotika Ferdinand de Saussure terhadap lirik lagu "I Wanna Be YourSlave" dari Maneskin, bisa disimpulkan bahwa lagu ini menampilkan gambaran kesetiaan dalam hubungan cinta yang tidak biasa dan penuh kontradiksi. Melalui pendekatan tanda (penanda) dan makna (petanda), lagu ini menunjukkan bahwa kesetiaan tidak selalu berarti patuh dan setia dalam arti umum, tetapi bisa berubah-ubah dan bersifat dinamis. Lirik-lirik seperti ingin menjadi "budak" atau "tuan" secara bergantian menggambarkan bahwa dalam hubungan romantis, kesetiaan bisa muncul lewat keinginan untuk saling memiliki, menguasai, bahkan tunduk satu sama lain. Kesetiaan di sini bukan hanya soal setia pada pasangan, tapi juga tentang permainan emosi dan hasrat yang rumit dalam suatu hubungan cinta.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam mengkaji representasi hubungan personal dalam karya musik populer dengan pendekatan semiotika. Penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi representasi emosi atau nilai-nilai dalam lirik lagu dengan menggunakan pendekatan teori semiotika lainnya seperti pendekatan Charles Sanders Peirce maupun Roland Barthes guna memperkaya perspektif kajian makna dalam media.

DAFTAR PUSTAKA

- Amana, L. N., Suryanto, S., & Arifiana, I. Y. (2020). Manajemen kesetiaan istri yang menjalani long distance marriage pada istri pelaut. *Psisula: Prosiding Berkala Psikologi*, 1(104–115).
- Dayu, B. S. A., & Syadli, M. R. (2023). Memahami konsep semiotika Ferdinand de Saussure dalam komunikasi. *LANTERA: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 1(2), 152–164.
- Gunadi, D. F. (2023). Representasi makna perpisahan pada lirik lagu "Give Me Five" karya JKT48: Analisis semiotika Ferdinand de Saussure. *Jurnal Pendidikan Non Formal*, 1(2), 11.
- Nazifa, K. (2024). Kritik Sastra Pendekatan Mimetik Pada Lagu Aneuk Yatim Karya Rafly Kande. *Journal of Language and Literature Education*, 1(4), 207–214.
- Oktaviani, D., & Sukardi, S. (2024). Gaya Bahasa Perbandingan dalam Lirik Lagu Album Tutur Batin Karya Yura Yunita. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, Dan Sastra*, 10(2), 2190–2200.
- Rahmadewi, N. (2023). *Kesetiaan dengan Pasangan*. Penerbit Andi.
- Riswari, A. A. (2023). Representasi romantisme dalam lirik lagu Jatuh Suka karya Tulus: Kajian semiotika Peirce. *Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 2(3), 101–105.
- Wulansari, R., Setiana, R. A., & Aziza, S. H. (2020). Pemikiran tokoh semiotika modern. *Textura Journal*, 1(1), 48–62.

Perancangan Identitas Visual dan *Sign System* Objek Wisata Situ Cileunca untuk Usia 26-45 Tahun di Kota Bandung

Luthfi Fakhrian Riswaya, Sophia Purbasari, Meti Agni Rizkiani

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Komunikasi dan Desain, Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia

Email: luthfifakhrianr@gmail.com; sophia041@unibi.ac.id; metyagni@unibi.ac.id.

Diterima:
21 April 2025

Diterima Setelah Revisi:
22 April 2025

Dipublikasikan:
25 April 2025

Abstrak

Situ Cileunca merupakan objek wisata yang memiliki fasilitas memadai, namun belum dilengkapi dengan identitas visual yang kuat serta sistem penunjuk arah (*sign system*) yang efektif. Hal ini menyebabkan kurangnya ciri khas kawasan dan kendala dalam navigasi pengunjung. Penelitian ini bertujuan merancang identitas visual dan *sign system* yang fungsional dan estetis, dengan mempertimbangkan jarak pandang, kebutuhan informasi, dan karakteristik lingkungan. Metode yang digunakan adalah kualitatif, melalui observasi lapangan dan studi pustaka terhadap sistem eksisting. Media utama berupa identitas visual dan *sign system* didukung oleh media promosi seperti brosur, kartu identitas karyawan, konten Instagram, dan stiker. Diharapkan, hasil perancangan ini dapat meningkatkan citra destinasi serta kenyamanan dan orientasi pengunjung dalam menjelajahi kawasan wisata.

Kata Kunci: Identitas Visual, Sistem Penunjuk Arah, Pariwisata, Situ Cileunca

Abstract

Situ Cileunca is a tourist destination with adequate facilities but lacks a strong visual identity and an effective sign system. This results in the absence of distinctive characteristics and standardized signage for visitor guidance. To address this issue, a visual identity and sign system were designed to meet the site's needs, considering visibility and ease of navigation for visitors. This study uses a qualitative method to evaluate user needs and the existing system. The main outputs include a visual identity and sign system, supported by promotional materials such as brochures, employee ID cards, Instagram feed designs, and stickers. The design aims to enhance the image of the destination while improving visitor comfort and orientation throughout the area.

Keywords: Visual Identity, Sign System, Tourism Destination, Situ Cileunca

1 PENDAHULUAN

Kota Bandung dan Kabupaten Bandung dikenal sebagai destinasi wisata alam unggulan di Indonesia, menawarkan keindahan alam seperti pegunungan, kawah, dan hutan lindung. Kabupaten Bandung secara khusus memiliki udara sejuk, tingkat polusi rendah, serta ragam objek wisata alam yang menjadikannya tempat ideal untuk melepas penat dari hiruk-pikuk perkotaan. Salah satu destinasi wisata alam yang cukup dikenal di wilayah ini adalah Situ Cileunca, sebuah danau buatan seluas 1.400 hektar yang terletak di Pulosari, Pangalengan, dilengkapi dengan berbagai wahana seperti perahu danau, arung jeram, serta taman bermain anak.

Meskipun memiliki potensi yang besar, Situ Cileunca masih belum memiliki identitas visual yang kuat. Hal ini terlihat dari tidak adanya logo atau elemen visual yang konsisten pada gerbang, bangunan, maupun media informasinya. Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak pengelola, Situ Cileunca memang belum memiliki identitas visual resmi. Padahal, identitas visual penting untuk menciptakan ciri khas sebuah destinasi wisata dan membedakannya dari tempat lain (Levanier, 2020; Yoselinus, 2022).

Selain itu, sign system yang ada di Situ Cileunca belum optimal dari segi desain, penempatan, dan keterbacaan. Beberapa tanda seperti penunjuk arah ke toilet atau musala dipasang terlalu tinggi, dengan visual yang kurang jelas dan tidak seragam. Belum terdapat pula penunjuk arah menuju pusat informasi atau bantuan, yang menyebabkan kebingungan bagi pengunjung. Hal ini tidak sesuai dengan kriteria sign system yang baik, yaitu mudah dikenali, dibaca, dipahami, dan dipercaya (Sumbo Tinarbuko, 2012; Halim dkk., 2018).

Identitas visual dan sign system yang efektif perlu dirancang agar saling mendukung dalam menyampaikan informasi dengan jelas dan konsisten. Keduanya berperan penting dalam membentuk citra positif objek wisata dan meningkatkan kenyamanan pengunjung. Oleh karena itu, diperlukan perancangan identitas visual dan sign system yang memenuhi prinsip desain dan standar keterbacaan, agar Situ Cileunca dapat memberikan pengalaman wisata yang lebih baik dan berkesan bagi para pengunjungnya.

2 KAJIAN PUSTAKA

2.1 Teori Media Informasi

Menurut Widya Kusuma (2021), media informasi merupakan alat untuk mengumpulkan dan menyusun kembali informasi sehingga dapat diorganisasi menjadi konten bernilai bagi konsumen. Media ini berperan penting dalam memfasilitasi akses terhadap informasi yang dibutuhkan masyarakat secara efisien dan cepat. Ramdhani (2022, hlm. 5) menambahkan bahwa pengetahuan kini tidak hanya diperoleh melalui media cetak berbayar seperti surat kabar, tetapi juga dari media visual seperti televisi yang secara rutin menyajikan berita dari dalam dan luar negeri.

Berdasarkan pandangan tersebut, dapat disimpulkan bahwa media informasi memiliki peran sentral dalam menyebarkan pengetahuan secara luas dan efisien. Perkembangannya dari media cetak ke media visual menunjukkan bahwa akses terhadap informasi kini semakin terbuka, membantu masyarakat memperoleh informasi secara cepat, mudah, dan berkelanjutan.

2.2 Teori Logo

Menurut Anggoro (dalam Januariansyah, 2017), logo adalah elemen identitas perusahaan yang berfungsi sebagai penanda visual untuk memudahkan identifikasi serta sebagai medium komunikasi yang mencerminkan nilai-nilai perusahaan. Logo juga memiliki peran penting dalam membentuk persepsi publik terhadap suatu merek atau organisasi, sekaligus menjadi pengingat akan eksistensi entitas tersebut. Sementara itu, menurut Bluesodapromo (dalam Aldo, Natadjaja, & Febriani, 2018), identitas visual atau logo merepresentasikan karakteristik khas dari suatu perusahaan atau institusi (Kurniansyah & Oemar, 2021, hlm. 99). Berdasarkan pendapat-pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa logo tidak hanya berfungsi sebagai tanda pengenal, tetapi juga memainkan peran strategis dalam membangun citra dan komunikasi visual yang merepresentasikan nilai-nilai organisasi kepada publik.

2.3 Teori Sign System

Menurut Mila Darmayati (2018, hlm. 6), *sign system* merupakan representasi simbolis yang memfasilitasi interpretasi terhadap suatu tanda atau elemen tertentu. Sementara itu, Akhmad dan Asidigisianti (2017, hlm. 96) mendefinisikan *sign system* sebagai alat bantu bagi pengunjung di

tempat wisata, yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan meningkatkan kenyamanan selama beraktivitas.

Berdasarkan kedua pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa *sign system* memiliki dua fungsi utama. Pertama, sebagai representasi simbolik untuk memudahkan interpretasi pengunjung terhadap elemen visual. Kedua, sebagai fasilitas penunjang kenyamanan yang berkontribusi terhadap kualitas pengalaman wisata. Dengan demikian, *sign system* tidak hanya berperan sebagai media komunikasi visual, tetapi juga sebagai sarana penting dalam mendukung aksesibilitas dan penyampaian informasi yang efektif di lingkungan wisata.

Penempatan *sign system* perlu dirancang secara strategis agar dapat terbaca dengan jelas oleh pengunjung dari berbagai arah dan jarak. Berikut ini adalah beberapa jenis pemasangan *sign system* berdasarkan posisinya:

1. *Freestanding atau Ground-Mounted*

Jenis ini dipasang langsung di atas permukaan tanah atau lantai, dengan posisi horizontal. Umumnya digunakan di area terbuka seperti taman atau jalur pedestrian.

2. *Suspended atau Ceiling-Hung*

Papan tanda digantung pada langit-langit dan diposisikan secara horizontal. Cocok digunakan di area indoor seperti lobi, bandara, atau pusat perbelanjaan yang memiliki langit-langit tinggi.

3. *Projecting atau Flag-Mounted*

Dipasang secara vertikal menonjol dari sisi dinding, sehingga dapat terbaca dari dua arah. Umumnya digunakan di koridor atau trotoar sempit. (Calori, 2007, hlm. 153)

4. *Flush atau Flat Wall-Mounted*

Jenis ini dipasang menempel pada permukaan dinding secara vertikal. Biasanya digunakan di area sempit dengan lalu lintas pejalan kaki yang padat. (Agni, 2015, hlm. 17)

Dalam perancangannya, ukuran dari *sign system* dan *wayfinding* juga harus memperhatikan ketentuan desain atau standarisasi mengenai ukuran dan tinggi huruf, yaitu sebagai berikut:

1. Standar pengukuran besar kecil ukuran simbol menurut jarak pandang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Ukuran Simbol.

| Ukuran Simbol Jarak Pandang | Ukuran Simbol (mm) |
|-----------------------------|-----------------------|
| Dibawah 7 m | 60 x 60 |
| 7-18 m | 100 x 100 |
| Diatas 18 m | 200 x 200 – 450 x 450 |

Sumber: *Public Works Department, 1995*

2. Sedangkan untuk standar pengukuran tinggi huruf dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2. Ukuran Tinggi Huruf

| Ukuran Tinggi Huruf Jarak Pandang | Tinggi Huruf Minimum |
|-----------------------------------|----------------------|
| 2 m | 6 mm |
| 3 m | 12 mm |
| 6 m | 20 mm |
| 8 m | 25 mm |
| 12 m | 40 mm |
| 15 m | 50 mm |
| 25 m | 80 mm |
| 35 m | 100 mm |
| 40 m | 130 mm |
| 50 m | 150 mm |

Sumber: *Public Works Department, 1995*

3 METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan oleh peneliti dalam merancang tugas akhir ini adalah metode kualitatif. Penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena manusia atau sosial dengan menghasilkan gambaran yang mendalam dan kompleks dalam bentuk narasi, yang melaporkan perspektif terperinci yang diperoleh dari sumber informan dan dilakukan dalam lingkungan alami (Walidin, Saifullah, & Tabrani, 2015, hlm. 77). Dalam konteks penelitian ini, metode kualitatif digunakan untuk mengeksplorasi dan menganalisis pengalaman pengunjung serta kebutuhan mereka terkait identitas visual dan sign system di *Situ Cileunca*. Dengan wawancara, observasi, dan studi dokumentasi, peneliti dapat memperoleh informasi yang mendalam tentang bagaimana pengunjung berinteraksi dengan elemen-elemen tersebut di tempat wisata dan apa yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan untuk meningkatkan kenyamanan serta navigasi pengunjung.

3.1 Teknik Penumpulan Data

Berdasarkan sumber pengambilannya, data dibedakan menjadi dua jenis, yaitu:

1. Data primer adalah sumber data yang secara langsung memberikan informasi kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini, penulis memperoleh data melalui wawancara dengan informan, yaitu pelaku usaha/pemilik usaha dan konsumen, serta didukung oleh dokumentasi berupa pengambilan gambar atau foto sebagai bukti pelaksanaan penelitian. Berikut ini merupakan data primer yang akan digunakan oleh penulis (Parhusip, 2023):
 - a. Observasi: Mengunjungi langsung objek wisata Situ Cileunca yang beralamat di Jalan Situ Cileunca, Desa Pulosari, Kecamatan Pangalengan, Kabupaten Bandung, Jawa Barat.
 - b. Wawancara: Melakukan wawancara langsung dengan pengelola objek wisata Situ Cileunca dan pengunjung objek wisata Situ Cileunca.
2. Data sekunder adalah informasi yang sudah ada dan dijadikan sebagai data pelengkap untuk kebutuhan penelitian. Menurut Sugiyono (2018:456), "Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen." Berikut ini merupakan data sekunder yang akan digunakan oleh penulis:
 - a. Dokumentasi: Dokumentasi yang didapat oleh penulis dan arsip dari sumber lainnya.
 - b. Kuesioner: Menyebarkan beberapa pertanyaan kepada target audiens terkait media informasi objek wisata Situ Cileunca melalui Google Form.
 - c. Studi Pustaka: Penulis menggunakan studi pustaka berupa jurnal yang berisikan teori yang berkaitan dengan perancangan.
 - d. Internet: Untuk mendapatkan data tambahan, penulis menggunakan media internet berupa website yang berkaitan dengan teori perancangan.

4 HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Wisata Situ Cileunca

Kawasan Situ Cileunca merupakan lahan milik PT. PLN Persero yang dikelola oleh anak perusahaannya, PT. Indonesia Power. Untuk pengelolaan wisata Situ Cileunca, Disparbud Kabupaten Bandung menjalin kerjasama dengan PT. Indonesia Power. Situ Cileunca dibangun selama tujuh tahun, yakni antara tahun 1919 hingga 1926, dan berlokasi di Desa Warnasari, Kecamatan Pangalengan, Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat, Indonesia. Danau ini berada pada ketinggian 1550 mdpl, dengan luas sekitar 1.400 Ha dan kedalaman mencapai 17 meter.

Sebelum dibangun sebagai pembangkit listrik tenaga air, Situ Cileunca adalah hutan belantara yang dimiliki oleh seorang warga Belanda bernama Willem Hermanus Hooghland, pemilik Borderij N.V. Almanak. Tempat wisata di Pangalengan ini dibangun dengan membendung aliran Sungai Cileunca, yang juga menjadi alasan penamaan danau buatan tersebut. Sementara itu, bendungan yang dibangun kini dikenal dengan nama Dam Pulo.

Pembangunan Situ Cileunca dipimpin oleh dua tokoh terkemuka, yaitu Arya dan Mahesti. Meskipun tidak diketahui secara pasti alasannya, warga setempat lebih memilih menggunakan alat tradisional berupa alu daripada alat berat atau cangkul untuk menyelesaikan pembangunan danau buatan tersebut. Inilah yang membuat legenda Situ Cileunca selalu menarik dan terasa misterius bagi penikmat alam dan budaya. Setelah pembangunannya selesai, kawasan ini dijadikan tempat wisata oleh pemerintah kolonial Belanda pada masa itu. Wisatawan biasanya datang ke danau untuk berenang atau sekadar menaiki perahu untuk berkeliling (Arture Indonesia, 2024). Seiring dengan perkembangan zaman, danau ini kini dialihfungsikan sebagai kawasan wisata alam. Objek wisata Situ Cileunca sendiri kini dikelola penuh oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bandung, dengan luas area yang dijadikan objek wisata sekitar 2 Ha.

4.2 Objek Penelitian

Berdasarkan hasil observasi di lapangan, sign system di objek wisata Situ Cileunca belum optimal dan penempatannya kurang strategis. Hal ini terlihat dari tanda penunjuk arah menuju toilet dan musala yang dipasang terlalu tinggi serta memiliki visualisasi yang kurang jelas. Identitas visual pada sign system juga belum terkonsep dengan baik, sehingga belum mampu memberikan ciri pembeda dari objek wisata sejenis lainnya. Sign system yang ada hanya terbuat dari bahan kayu dan spanduk dengan desain yang berbeda-beda di setiap titik.

Selain itu, belum tersedia penanda yang mengarahkan wisatawan ke pusat informasi atau bantuan apabila terjadi situasi darurat. Berdasarkan hasil wawancara, pengunjung mengaku kebingungan saat mencari musala maupun pusat bantuan. Pihak pengelola pun membenarkan bahwa sign system di kawasan wisata ini belum memadai, bahkan beberapa sudah dalam kondisi yang tidak layak digunakan.



Gambar 1. Objek Wisata Situ Cileunca

Sumber: <https://www.fluiradventure.com/sejarah-situ-cileunca-dan-mitosnya>

4.3 Strategi Perancangan

Strategi perancangan dalam penelitian ini menitikberatkan pada pengembangan media utama berupa identitas visual dan sistem penanda (*sign system*), yang bertujuan untuk mempermudah pengunjung dalam beraktivitas di kawasan objek wisata Situ Cileunca. Media pendukung, seperti desain brosur, desain *feed* Instagram, kartu identitas (ID card) karyawan, dan stiker, dirancang dengan mengacu pada konsep visual yang seragam dengan media utama. Keselarasan antara media utama dan media pendukung diharapkan dapat menciptakan sistem komunikasi visual yang terpadu, konsisten, dan mampu mengoptimalkan fungsi informatif serta estetis dari keseluruhan rancangan.

4.4 Strategi Pesan

Strategi pesan dalam perancangan identitas visual dan sistem penanda (*sign system*) ini diarahkan pada upaya penyampaian informasi yang komunikatif, estetis, dan mudah diakses, selaras dengan karakteristik objek wisata Situ Cileunca. Identitas visual dirancang untuk merepresentasikan keunikan serta potensi daya tarik alam kawasan tersebut, sedangkan sistem penanda difokuskan pada pemberian arahan secara efektif dan intuitif kepada pengunjung. Melalui pendekatan desain yang konsisten dan terintegrasi, strategi pesan ini diharapkan dapat mendukung terciptanya pengalaman wisata yang informatif, memperkuat kesan profesionalisme pengelolaan, serta meningkatkan citra Situ Cileunca sebagai destinasi wisata yang tertata dan responsif terhadap kebutuhan pengunjung.

4.5 Strategi Media

Strategi media dalam perancangan ini mencakup tahapan sistematis dalam pengembangan media utama berupa identitas visual dan sistem penanda (*sign system*), serta media pendukung seperti brosur, desain media sosial, kartu identitas, dan stiker. Seluruh proses perancangan dilakukan dengan mempertimbangkan prinsip-prinsip desain komunikasi visual, guna menghasilkan keluaran desain yang informatif, komunikatif, serta selaras dengan karakteristik objek wisata Situ Cileunca. Pendekatan desain yang integratif ini bertujuan untuk memperkuat pesan visual yang disampaikan kepada pengunjung, serta mendukung efektivitas komunikasi di lingkungan wisata.

4.6 Konsep Kreatif

Konsep kreatif adalah ide atau gagasan utama yang menentukan seluruh proses desain. Langkah awal ini sangat penting karena menentukan jalan dan tujuan proyek. Berikut adalah beberapa konsep kreatif yang digunakan pada perancangan ini:

1. Tipografi

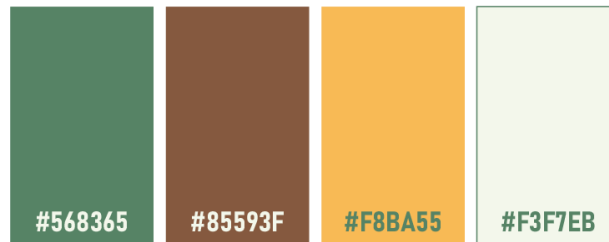
Terdapat dua jenis tipografi dalam perancangan ini, yaitu tipografi yang digunakan adalah tipografi *rostary regular* dan *bahnschrift*. Tipografi *rostary regular* memiliki karakteristik *vintage* modern, memberikan sentuhan klasik pada desain. Tipografi ini digunakan untuk pembuatan logo objek wisata Situ Cileunca. Sedangkan untuk tipografi *bahnschrift* digunakan untuk keterangan desain *sign system* dari objek wisata Situ Cileunca.



Gambar 2. Tipografi Perancangan Identitas Visual Dan Sign System
Sumber: Data Penulis

2. Warna

Warna yang digunakan dalam perancangan identitas visual dan *sign system* objek wisata Situ Cileunca ini yaitu menggunakan warna dengan tema alam, petualangan, dan keceriaan, karena mengingat objek wisata Situ Cileunca ini adalah objek wisata alam yang didalamnya terdapat wahana-wahana petualangan dan juga terdapat wahana yang untuk anak-anak bermain.



Gambar 3. Palet Warna Perancangan Identitas Visual Dan Sign System
Sumber: Data Penulis

4.7 Tahap Perancangan Media Utama

Berikut ini adalah penjelasan mengenai proses pembuatan logo dan *sign system* objek wisata Situ Cileunca, mulai dari pra produksi, produksi, dan pasca produksi.

1. Logo

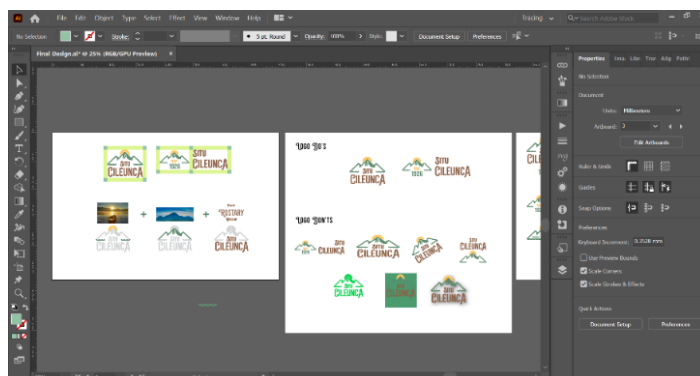
Proses pembuatan logo ini melalui beberapa tahapan terstruktur dengan konsep yang telah ditentukan sebelumnya, berikut merupakan tahapan-tahapan pembuatan logo:

a) Pra Produksi

Tahap ini diawali dengan menentukan elemen utama yang akan menjadi elemen utama dari logo, lalu mencari referensi gaya visual, referensi warna, dan referensi tipografi. Setelah pencarian referensi selesai dan elemen utama telah ditentukan, penulis mulai membuat sketsa logo. Untuk elemen utamanya yaitu Gunung Tilu, danau atau situ dan suasana *sunrise*.

b) Produksi

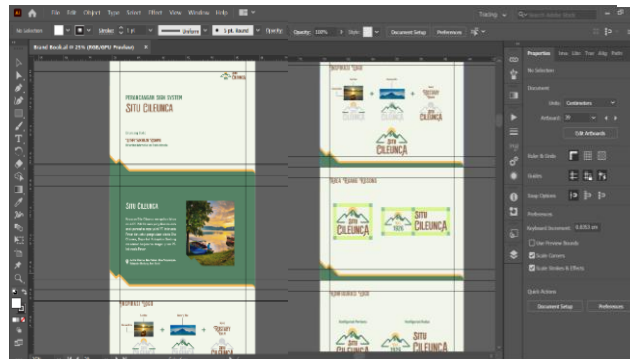
Pada tahap produksi ini, penulis masuk ke dalam proses pemindahan sketsa kasar ke tahap digital, mulai dari *tracing* hingga tahap pewarnaan. Pada tahap ini penulis menggunakan *software* Adobe Illustrator. Setelah proses digitalisasi selesai, penulis membuat *do's and don'ts* serta pembuatan *gridding* logo, agar logo tersebut memiliki keselarasan geometris dan keteraturan dari segi visualnya.



Gambar 4. Proses Pembuatan *Gridding* dan *Do's and Don'ts* Logo
Sumber: Data Penulis

c) Pasca Produksi

Selanjutnya masuk ke tahap pasca produksi dimana tahap ini adalah tahap pembuatan *brand book* dari logo nya, untuk pembuatan *brand book* penulis menggunakan *software* Adobe Illustrator.



Gambar 5. Proses Pembuatan *Brand Book* Logo
Sumber: Data Penulis

Setelah proses pembuatan logo dan *brand book* selesai, selanjutnya masuk ke tahap *export* desain, berikut ini adalah hasil jadi dari desain logo dan *brand book* yang telah dibuat.

a) *Final* Desain Logo

Final desain logo ini merupakan gabungan dari beberapa bentuk visual diantaranya yaitu:



Gambar 6. *Final* Desain Logo 1 & Logo 2
Sumber: Data Penulis

b) Varian Warna Logo

Penerapan varian warna logo ini bertujuan agar logo yang dibuat dapat digunakan sesuai dan tepat dalam penggunaan warna nya. Adapun beberapa varian warna dari logonya sebagai berikut:



Gambar 7. Varian Logo Berwarna
Sumber: Data Penulis



Gambar 8. Logo Varian Warna Hitam
Sumber: Data Penulis

c) *Brand Book* Logo

Tujuan dibuatnya *brand book* untuk logo adalah untuk memastikan konsistensi dalam penggunaan identitas visual merek diberbagai media. *Brand book* menyediakan

pedoman yang jelas tentang cara penggunaan logo, termasuk warna, ukuran, ruang kosong di sekelilingnya, dan berbagai aturan lain. Berikut adalah hasil akhir dari *brand book* yang telah dibuat.



Gambar 9. Beberapa halaman isi dari *Brand Book Logo*
Sumber: Data Penulis

2. Sign System dan Wayfinding

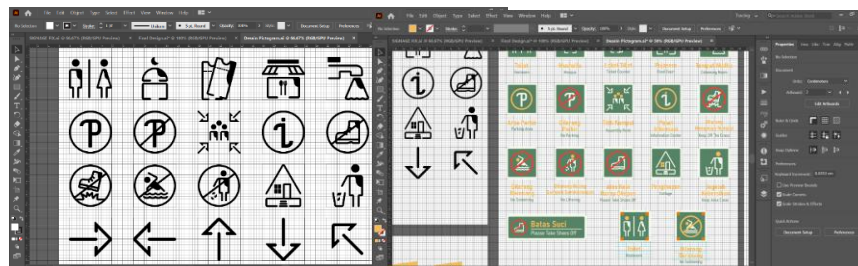
Untuk proses pembuatan *sign system* dan *wayfinding* ini terdapat beberapa tahapan terstruktur dengan konsep yang telah ditentukan sebelumnya, berikut merupakan tahapan-tahapan pembuatan *sign system* dan *wayfinding* mulai dari pra produksi, produksi, dan pasca produksi:

a) Pra Produksi

Tahap ini diawali dengan mencari referensi gaya visual dari bentuk *pictogram*, *sign system* dan *wayfinding* yang akan dibuat, referensi warna, dan referensi *layout*. Setelah pencarian referensi selesai dan telah gaya visual telah ditentukan, penulis mulai membuat sketsa *pictogram*. Beberapa gaya visual ini mencakup elemen-elemen logo seperti bentuk *line art* dan siluet lekukan gunung yang ada dalam logo.

b) Produksi

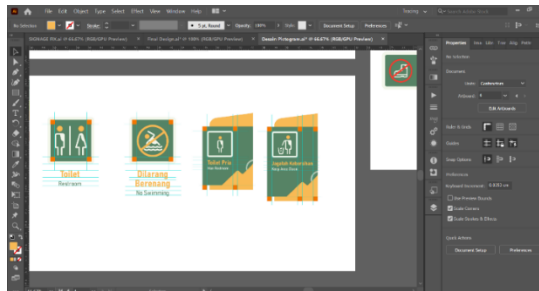
Ditahap produksi penulis masuk ke dalam proses pemindahan sketsa kasar *pictogram* ke tahap digital, mulai dari *tracing* hingga tahap pewarnaan. Pada tahap ini penulis menggunakan *software* Adobe Illustrator.



Gambar 10. Proses Digitalisasi *Pictogram* dan Proses Pewarnaan
Sumber: Data Penulis

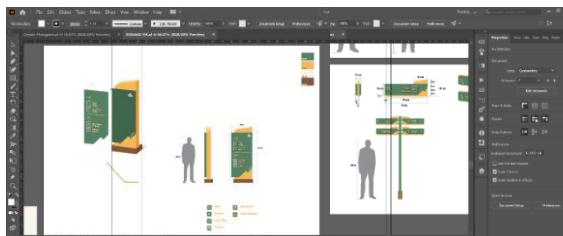
Setelah proses digitalisasi selesai, selanjutnya penulis masuk ke dalam tahap proses *layouting* untuk *pictogram* dan proses pembuatan bentuk dari *sign system*, dalam tahap ini

penulis mengembangkan bentuk yang dari *sign system* dari alternatif karya ke tiga. Berikut adalah proses pembuatannya menggunakan *software* Adobe Illustrator.



Gambar 11. Proses *Layouting Pictogram* dan Pembuatan Bentuk *Sign System*
 Sumber: Data Penulis

Proses *layouting pictogram* dan pembuatan bentuk *sign system* telah selesai dibuat, lalu masuk ke tahap pembuatan bentuk dari *wayfinding*. Pembuatan bentuk *wayfinding* ini merupakan pengembangan dari alternatif karya ke tiga yang telah dipilih sebelumnya. Berikut adalah proses pembuatan bentuk dari *wayfinding* menggunakan *software* Adobe Illustrator.



Gambar 12. Proses Pembuatan Bentuk *Wayfinding*
 Sumber: Data Penulis

c) Pasca Produksi

Selanjutnya masuk ke tahap pasca produksi dimana tahap ini adalah tahap pembuatan *brand book* dari *pictogram*, *sign system* dan *wayfinding* nya, untuk pembuatan *brand book* penulis menggunakan *software* Adobe Illustrator. Setelah proses pembuatan *pictogram*, *sign system*, *wayfinding* dan *brand book* selesai, selanjutnya masuk ke tahap *export* desain, berikut ini adalah hasil jadi dari desain *pictogram*, *sign system*, *wayfinding* dan *brand book* yang telah dibuat.

- *Final Desain Pictogram*

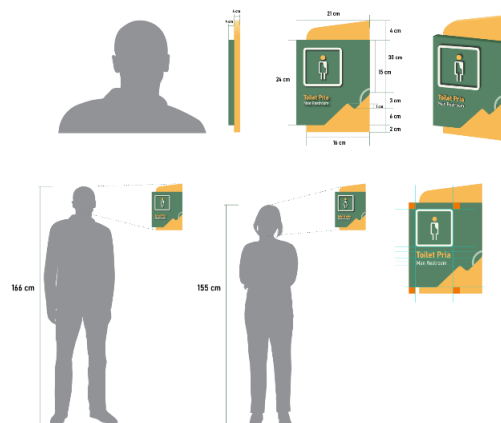


Gambar 13. *Final Desain Pictogram*
 Sumber: Data Penulis

- *Final Desain Bentuk Sign System*



Gambar 14. *Final Desain Bentuk Sign System*
 Sumber: Data Penulis



Gambar 15. *Final Desain dan Gridding Bentuk Sign System*
 Sumber: Data Penulis

- *Final Desain Bentuk Wayfinding*



Gambar 16. *Final Desain Bentuk Wayfinding*
 Sumber: Data Penulis



Gambar 17. Final Desain dan Gridding Bentuk Wayfinding
Sumber: Data Penulis

- *Brand Book Sign System dan Wayfinding*



Gambar 18. Beberapa halaman isi dari Brand Book Sign System dan Wayfinding
Sumber: Data Penulis

4.8 Media Pendukung

Setelah pembuatan media utama berupa logo dan *sign sytem* selesai, kemudian penulis membuat media pendukung agar media utama yang telah dibuat menjadi lebih maksimal dalam penerapannya. Adapun media pendukung yang akan dibuat yaitu:

1. Brosur

Media pendukung berupa brosur ini digunakan untuk memberikan informasi terkait wahana dan fasilitas yang terdapat di objek wisata Situ Cileunca dan akan diterapkan juga denah objek wisata Situ Cileunca agar memudahkan para pengunjung selama berwisata.

2. *Feed* Instagram

Media *feed* Instgaram ini digunakan untuk memberikan informasi mengenai wahana dan fasilitas yang terdapat di objek wisata Situ Cileunca yang akan diposting di akun Instagram Disbudpar Kota Bandung dan Kabupaten Bandung

3. *Id Card* Karyawan

Desain *id card* karyawan pada perancangan ini digunakan untuk memberikan informasi kepada wisatawan yang berkunjung agar mengetahui karyawan yang bekerja di sana, sehingga

ketika wisatawan membutuhkan bantuan, bisa langsung bertanya kepada karyawan yang ada di sekitar Situ Cileunca tanpa ada rasa ragu.

4. Stiker

Media stiker ini akan difungsikan sebagai *merchandise* yang akan dibagikan kepada pengunjung dan dibuat dengan ukuran 12 cm.



Gambar 19. Media Pendukung
Sumber: Data Penulis

5 KESIMPULAN

Perancangan identitas visual dan sistem penanda (sign system) pada objek wisata Situ Cileunca dilakukan sebagai respons terhadap minimnya efektivitas sistem informasi visual yang ada, yang menyebabkan pengunjung kesulitan dalam bernavigasi dan mengakses fasilitas. Identitas visual berperan dalam membangun citra khas objek wisata, sedangkan sign system memfasilitasi kemudahan orientasi ruang bagi pengunjung.

Melalui pendekatan kualitatif, diperoleh data kebutuhan pengguna serta evaluasi kondisi eksisting, yang kemudian dijadikan dasar dalam merancang solusi visual yang komunikatif, konsisten, dan sesuai dengan karakteristik kawasan wisata. Hasil perancangan ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan, memperkuat citra profesional Situ Cileunca, serta memberikan kontribusi terhadap praktik desain informasi di sektor pariwisata lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Agni, M. (2015). *Perancangan sign system objek wisata Linggarjati Indah* (Skripsi, Universitas Multimedia Nusantara).
- Arture Indonesia. (2020). *Legenda Situ Cileunca dan mitosnya, dari alu jadi danau*. Diakses dari <https://arture.id/legenda-situ-cileunca-dan-mitosnya-dari-alu-jadi-danau/> pada 20 Maret 2024.
- Calori, David & Vanden-Eynden. (2015). *Signage and wayfinding design: A complete guide to creating environmental graphic design systems*. John Wiley & Sons.

- Gumelar, R. G. (2014). Layout majalah sebagai sebuah cerminan identitas pembaca (Studi kasus layout majalah *Cosmopolitan* dan *Aneka Yes*). *Jurnal Komunikasi*, 2(3), 51–57.
- Halim, L., Hagijanto, A., & Maer, B. (2018). Perancangan identitas visual dan objek wisata Ladaya Tenggara. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(12), 2.
- Imawan, Y. A., & Pribadi. (2022). Pembuatan desain feed Instagram sebagai media promosi untuk meningkatkan brand awareness pada Falahfood.id. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 8(1), 27.
- Kurniansyah, M. A., & Oemar. (2021). Perancangan identitas visual dan penerapannya dalam media promosi Museum Anjuk Ladang. *Jurnal Barik*, 3(1), 99.
- Ramadhani, M. (2022). *Implementasi animasi berbasis motion graphic sebagai media informasi dan promosi pada video profil Senat Akademik Politeknik Negeri Sriwijaya* (Skripsi, Politeknik Negeri Sriwijaya).
- Utami, A. D. W., & Hakim, L. (2016). Perancangan desain logo "LBH Sandhi Wafa & Partners Counselor & Attorneys At Law". *Jurnal Ilmu Komputer dan DKV*, 1(1), 54.
- Wahyundri, T., Kamal, M. N., & Trinanda, R. (2019). *Perancangan sign system Kampung Tenun di Sungai Jambua, Kabupaten Solok*. Program Studi Desain Komunikasi Visual, FBS Universitas Negeri Padang
- Walidin, A., Saifullah, M., & Tabrani, M. (2015). *Penelitian kualitatif dan kuantitatif*. Banda Aceh: Ar-Raniry Press.

Konsep dan Pengembangan Awal Video Animasi Edukasi Pelindungan Data Pribadi

Aden Wildan Baihaqi, Diana Aqidatun Nisa, Restu Ismoyo Aji

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Arsitektur dan Desain, Universitas Pembangunan Nasional Veteran
Jawa Timur

Email: 21052010093@student.upnjatim.ac.id; diananisa.dkv@upnjatim.ac.id;
restu.ismoyo.dkv@upnjatim.ac.id.

Diterima:
24 April 2025

Diterima Setelah Revisi:
25 April 2025

Dipublikasikan:
25 April 2025

Abstrak

Di era digital, kebocoran data pribadi menjadi ancaman serius, terutama bagi remaja aktif di media sosial. Tingginya penggunaan internet di kalangan remaja usia 19–24 tahun, disertai rendahnya pemahaman akan pelindungan data, meningkatkan risiko kebocoran data yang merugikan. Untuk itu, dikembangkan media edukasi berupa video animasi yang menarik dan mudah dipahami guna meningkatkan kesadaran privasi digital. Pengembangan meliputi penulisan naskah berbasis analogi sederhana, pembuatan storyboard, serta desain karakter dan lingkungan yang relatable dengan audiens. Data dari wawancara pakar dan kuesioner dianalisis secara kualitatif dan kuantitatif, menunjukkan bahwa pendekatan ini mampu menyederhanakan konsep kompleks menjadi informasi yang menarik. Hasil ini menjadi fondasi untuk media edukasi efektif dalam menyampaikan pesan tentang pentingnya pelindungan data pribadi bagi generasi muda.

Kata Kunci: proses kreatif, video animasi, pelindungan data pribadi, analogi sederhana, edukasi.

Abstract

In the digital era, personal data breaches pose a serious threat, especially to teenagers active on social media. The high internet usage among individuals aged 19–24, combined with limited understanding of data protection, increases the risk of harmful data breaches. To address this, an educational medium in the form of an animated video was developed to raise awareness of digital privacy in an engaging and accessible manner. The development process involved scriptwriting based on simple analogies, storyboard creation, and the design of relatable characters and environments. Data collected through expert interviews and audience questionnaires were analyzed qualitatively and quantitatively, demonstrating that this approach successfully simplified complex concepts into engaging information. These findings provide a solid foundation for creating an effective educational medium to convey the importance of personal data protection to younger generations.

Keywords: creative process, animated video, personal data protection, simple analogy, education.

1 PENDAHULUAN

Kebocoran data pribadi menjadi ancaman serius di era digital yang terus berkembang. Pada Januari 2024, Surfshark melaporkan bahwa kebocoran data digital global mencapai 299,8 juta akun pada tahun 2023 (Surfshark, 2024). Amerika Serikat mencatat angka tertinggi dengan 96,7 juta akun, diikuti oleh Rusia dengan 78,4 juta akun. Meskipun Amerika Serikat mendapatkan skor sempurna dalam Global Security Indeks (GCI) tahun 2022, ancaman kebocoran data tetap tinggi, dengan peningkatan jumlah kasus mencapai 102 juta akun pada kuartal pertama tahun 2024 (Biztech

Academy, 2024). Fenomena ini menunjukkan bahwa bahkan negara maju dengan tingkat keamanan data yang tinggi tetap rentan terhadap ancaman kebocoran.

Indonesia tidak luput dari ancaman serupa. Pada kuartal ketiga 2022, Indonesia berada di peringkat ketiga dunia dengan 13 juta akun yang terdampak kebocoran data (Surfshark, 2024). Laporan Databoks pada Juli 2024 menunjukkan bahwa total 94 juta akun di Indonesia mengalami kebocoran data selama periode 2020–2024 (Ahdiat, 2024). Salah satu insiden besar adalah serangan *ransomware* terhadap Pusat Data Nasional pada Juni 2024 yang melibatkan kelompok peretas Lockbit 3.0, semakin menegaskan urgensi perlindungan data digital di Indonesia (Indonesia, 2024). Data ini mengindikasikan bahwa kebocoran tidak hanya menjadi persoalan global tetapi juga ancaman signifikan bagi sistem keamanan digital nasional.

Selain ancaman di tingkat nasional, masyarakat, khususnya generasi muda, juga menghadapi risiko yang tinggi. Survei dari KOMINFO dan Katadata Insight Center (2022) menunjukkan bahwa remaja usia 19–24 tahun merupakan kelompok dengan akses internet tertinggi. Sebanyak 41% dari mereka menggunakan internet lebih dari 8 jam per hari, namun pemahaman mereka tentang perlindungan data pribadi masih sangat rendah (Kominfo RI, 2021). Tingkat literasi yang minim ini meningkatkan risiko kebocoran data, menjadikan edukasi yang tepat sasaran semakin penting untuk dilakukan.

Media visual, khususnya animasi, telah terbukti menjadi sarana yang efektif untuk menyampaikan pesan edukatif dengan cara yang menarik dan mudah dipahami. Animasi memungkinkan penyajian informasi kompleks melalui visual dan narasi yang relevan, yang dapat menarik perhatian remaja (Pratama, Widyasari, & Nisa, 2022). Gaya ilustrasi sederhana dan pendekatan kreatif juga mampu menciptakan hubungan emosional dengan audiens, menjadikan pesan edukasi lebih efektif dan berkesan (Nugraha & Nisa, 2023). Dengan memanfaatkan animasi sebagai media edukasi, risiko kebocoran data pribadi di kalangan remaja diharapkan dapat ditekan.

Jurnal ini membahas proses kreatif dalam perancangan video animasi sebagai media edukasi perlindungan data pribadi. Fokus pembahasan mencakup tahap-tahap penting seperti judul video, penulisan naskah, pembuatan *storyboard*, desain karakter, dan gaya visual aset. Proses ini dirancang untuk menjawab kebutuhan edukasi remaja usia 19–24 tahun yang masih memiliki tingkat pemahaman rendah tentang keamanan data. Dengan pendekatan ini, diharapkan video animasi yang dirancang dapat menjadi sarana edukasi yang menarik dan relevan, membantu meningkatkan kesadaran akan pentingnya menjaga privasi dan keamanan data pribadi di era digital.

2 KAJIAN PUSTAKA

2.1 Data Pribadi

Menurut UU Nomor 27 Tahun 2022 Pasal 1 Ayat 1, data pribadi adalah informasi tentang individu yang dapat diidentifikasi secara langsung atau tidak langsung, baik melalui sistem elektronik maupun non-elektronik. Pelindungan data pribadi mencakup upaya untuk melindungi data dalam proses pengolahan guna menjamin hak subjek data. Data pribadi terbagi menjadi dua kategori, yaitu data pribadi spesifik yang mencakup data kesehatan, biometri, genetika, catatan kejahatan, data anak, dan keuangan pribadi, serta data pribadi umum seperti nama lengkap, jenis kelamin, kewarganegaraan, agama, status perkawinan, dan informasi lain yang dapat mengidentifikasi individu jika dikombinasikan.

2.2 Pengertian Animasi

Animasi, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), adalah rangkaian gambar yang digerakkan secara mekanik atau elektronis untuk menghasilkan kesan bergerak pada layar. Bua (2022) menambahkan bahwa animasi merupakan bentuk simulasi visual yang menggambarkan pergerakan atau perpindahan objek untuk menarik perhatian penontonnya. Sementara itu, Soenyoto (2017) menjelaskan bahwa animasi tidak hanya tentang menggerakkan objek, tetapi juga menghidupkannya sehingga tampak bernyawa dan mampu berekspresi layaknya aktor atau aktris

dalam sebuah pertunjukan. Ketiga pandangan ini menunjukkan bahwa animasi tidak sekadar teknik visual, tetapi juga seni bercerita yang melibatkan elemen mekanis, ekspresi emosional, dan interaksi untuk menciptakan hubungan yang kuat dengan penonton.

2.3 Prinsip Animasi

Menurut Soenyoto (2017), animasi didasarkan pada sejumlah prinsip yang menciptakan dinamika dan realisme dalam gerakan. *Stretch & squash* memberikan distorsi bentuk untuk menambah kesan dinamis, sementara *anticipation* menghadirkan gerakan persiapan sebelum aksi utama. *Staging* digunakan untuk mengatur komposisi visual yang jelas, didukung oleh *slow in & slow out* yang memastikan transisi gerakan halus, serta *arc* yang menciptakan jalur lengkung alami pada gerakan. Prinsip *timing & spacing* mengatur kecepatan dan jarak antar gambar untuk kesan dinamis, sedangkan *follow through* dan *overlapping* menambah realisme dengan gerakan susulan. *Secondary action* menghadirkan gerakan tambahan yang memperkaya karakter, sementara *exaggerate* memberikan efek visual yang menarik. Konsistensi bentuk dijaga melalui *solid drawing*, dan *appeal* memastikan karakter memiliki daya tarik visual yang memikat.

2.4 Fungsi Animasi

Animasi lebih dari sekedar hiburan, tetapi juga dapat digunakan untuk menyampaikan informasi, pesan, dan gagasan dengan cara yang menarik dan mudah dipahami. Ardiansyah (2014) menyatakan bahwa animasi dapat digunakan untuk berbagai tujuan, termasuk propaganda. Soenyoto (2017) menambahkan bahwa animasi tidak hanya tentang menggerakkan objek, tetapi menghidupkan objek tersebut sehingga terkesan hidup dan bernyawa. Putra (2019) menjelaskan bahwa animasi memiliki kemampuan untuk menggambarkan proses yang sulit divisualisasikan dalam bentuk nyata, menyederhanakan proses yang kompleks, dan menyampaikan ide atau informasi dengan cara yang lebih mudah dipahami.

2.5 Naskah (Script)

Skenario adalah karya sastra yang bersifat audiovisual dan mengadaptasi cerita menjadi bahasa gambar. Soenyoto (2017) mengemukakan bahwa skenario lebih fokus pada cara cerita disajikan melalui gambar, bukan hanya sekedar narasi. Setiap halaman skenario biasanya berdurasi 60 detik, dan penulisannya harus menggunakan jenis huruf tertentu (Courier 12pt). Penulisan skenario biasanya menggunakan software khusus seperti Final Draft atau Movie Outline.

2.6 Storyboard

Storyboard adalah representasi visual dari skenario yang digunakan selama tahap pra-produksi untuk merencanakan dan mengorganisir materi produksi. Menurut Soenyoto (2017), storyboard berisi rangkaian gambar yang menggambarkan pokok-pokok adegan secara kasar, termasuk sudut pandang, nuansa, dan sketsa yang mencerminkan situasi dalam cerita. Selain itu, storyboard juga mencakup dialog dan perkiraan durasi adegan yang membantu tim produksi dalam merencanakan pengambilan gambar secara efektif.

3 METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Kegiatan

Rancangan kegiatan penelitian ini menggunakan metode campuran (*mixed methods*) yang menggabungkan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Kegiatan utama meliputi wawancara mendalam dengan ahli dan target audiens, serta penyebaran kuesioner kepada remaja usia 19-24 tahun. Data yang diperoleh akan digunakan untuk menyusun strategi edukasi melalui video animasi tentang perlindungan data pribadi.

3.2 Ruang Lingkup atau Objek Penelitian

Objek penelitian adalah remaja berusia 19-24 tahun yang aktif menggunakan internet. Ruang lingkup mencakup pemahaman mereka tentang data pribadi, risiko kebocoran data, dan langkah pencegahan. Penelitian juga melibatkan ahli di bidang data digital, animasi, dan komunikasi.

3.3 Bahan dan Alat Utama

Bahan utama yang digunakan adalah data primer berupa hasil wawancara dan kuesioner, serta data sekunder dari literatur terkait. Alat utama mencakup perangkat lunak untuk analisis data seperti Microsoft Excel serta platform penyebaran kuesioner *online*.

3.4 Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan secara daring untuk menjangkau target audiens di wilayah Jawa Timur. Wawancara dilaksanakan melalui aplikasi video konferensi Discord dan Google Meet, sedangkan kuesioner disebarakan menggunakan platform Google Forms.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data terdiri dari:

- Wawancara mendalam dengan narasumber ahli di bidang data digital, animasi, dan komunikasi, serta target audiens remaja usia 19-24 tahun.
- Kuesioner daring yang disebarakan kepada remaja usia 19-24 tahun untuk mengukur tingkat pengetahuan dan kesadaran mereka tentang perlindungan data pribadi.

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam jurnal ini menggunakan metode campuran (*mix method*) yang menggabungkan analisis kuantitatif dan kualitatif untuk menghasilkan pemahaman yang komprehensif. Analisis kuantitatif diterapkan pada data kuesioner untuk mengidentifikasi tren dan pola umum, sedangkan analisis kualitatif mendalami wawasan dari wawancara. Data kualitatif memberikan konteks dan interpretasi terhadap temuan kuantitatif, sehingga kedua jenis data saling melengkapi dalam merancang media edukasi yang relevan dan efektif sesuai kebutuhan dan perilaku target audiens.

4 HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Wawancara

Hasil wawancara dengan berbagai narasumber menyoroti rendahnya literasi digital sebagai penyebab utama risiko kebocoran data pribadi. Arta Kusuma Hernanda, S.T., M.T., seorang ahli data digital, menekankan pentingnya enkripsi yang baik, pengawasan terpusat, dan peningkatan literasi digital untuk melindungi data masyarakat. Pak Raden Makaryo Nugrahadi dari KOMINFO Jawa Timur menambahkan bahwa perlindungan data harus sesuai regulasi hukum, dengan mitigasi berupa edukasi dan pelaporan ke pihak berwenang.

Louis Presiden Sanjaya, S.Ds., ilustrator dan animator 2D, menyarankan penggunaan visual menarik seperti flat design, warna pastel, dan karakter relatable dalam video berdurasi 2–3 menit untuk meningkatkan keterikatan emosional audiens. Furqondhio Wibowo, penulis naskah, menekankan pentingnya struktur naskah yang mencakup hook, explanation, dan conclusion, dengan gaya bahasa natural serta analogi sederhana untuk menjelaskan konsep kompleks.

Wawancara dengan target audiens juga memberikan wawasan penting. Annisa Nurul Hamidah, seorang mahasiswa, mengungkapkan bahwa meskipun sering menggunakan internet lebih dari 8 jam per hari, pemahaman tentang data pribadi masih rendah. Ahmad Dandy Danuastra, seorang

pekerja, menekankan bahwa animasi dengan cerita relevan lebih efektif dibandingkan infografis. Kedua audiens sepakat bahwa video animasi dapat membantu meningkatkan kesadaran mereka tentang perlindungan data pribadi.

Berdasarkan hasil wawancara, strategi komunikasi untuk video animasi harus berfokus pada penggunaan gaya bahasa natural yang menyerupai percakapan sehari-hari serta menyertakan analogi sederhana untuk menjelaskan konsep perlindungan data pribadi yang kompleks. Struktur naskah yang efektif meliputi hook yang menarik perhatian dalam 10–15 detik pertama, penjelasan yang jelas, dan penutup dengan Call to Action (CTA) yang mendorong audiens untuk menjaga data pribadi dan berbagi pesan edukasi. Konten perlu dirancang relevan dengan kehidupan sehari-hari audiens, mencerminkan pengalaman nyata mereka agar dapat membangun koneksi emosional.

Dari sisi visual, animasi harus menggunakan gaya flat design yang sederhana namun menarik, dengan warna pastel yang disukai oleh remaja. Karakter yang relatable dan dapat mencerminkan target audiens menjadi elemen kunci untuk meningkatkan keterikatan emosional. Durasi video disarankan antara 2–3 menit untuk menjaga perhatian audiens. Visual harus mendukung narasi dengan gerakan dinamis dan ilustrasi yang mempermudah pemahaman informasi, menjadikan video ini efektif sebagai media edukasi perlindungan data pribadi.

4.2 Hasil Kuesioner

Hasil kuesioner menunjukkan bahwa tingkat kesadaran remaja usia 19-24 tahun mengenai perlindungan data pribadi masih tergolong rendah. Mayoritas responden belum memahami konsep data pribadi, jenis-jenisnya, dan langkah-langkah pencegahan kebocoran data.

Tabel 1. Tingkat Kesadaran Remaja terhadap Pelindungan Data Pribadi

| Kategori | Jumlah Responden (%) | Deskripsi |
|--|----------------------|---|
| Menggunakan internet lebih dari 5 jam per hari | 95% | Mayoritas remaja memiliki aktivitas digital tinggi. |
| Belum memahami data pribadi secara penuh | 72% | Pengetahuan umum tentang data pribadi masih rendah. |
| Tidak mengetahui jenis data pribadi | 92% | Kurangnya wawasan tentang data umum dan spesifik. |
| Belum sadar pentingnya perlindungan data | 78% | Minim kesadaran untuk melindungi informasi pribadi. |
| Tidak tahu langkah jika terjadi kebocoran data | 56% | Kesulitan merespons situasi terkait kebocoran data. |

4.3 Hasil Sintesa Data

Masih rendahnya literasi digital masyarakat menjadi penyebab utama risiko kebocoran data pribadi. Data kuesioner menunjukkan bahwa 72% responden belum memahami konsep data pribadi secara penuh, sementara 92% tidak mengetahui jenis-jenis data pribadi yang harus dilindungi. Hal ini didukung oleh wawancara dengan Annisa Nurul Hamidah, seorang mahasiswa, yang mengungkapkan bahwa meskipun sering menggunakan internet lebih dari 8 jam per hari, pemahaman tentang data pribadi masih minim.

Para narasumber menyoroti berbagai solusi untuk meningkatkan kesadaran masyarakat. Arta Kusuma Hernanda, S.T., M.T., ahli data digital, menekankan pentingnya literasi digital dan penggunaan enkripsi yang baik sebagai upaya melindungi data masyarakat. Pendapat ini selaras

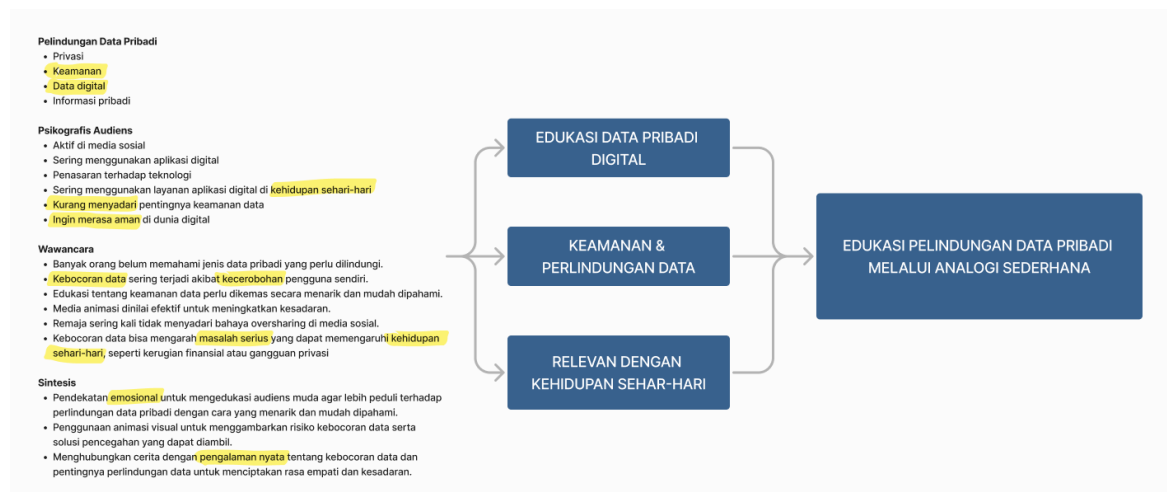
dengan hasil kuesioner yang menunjukkan bahwa 78% responden belum menyadari pentingnya perlindungan data pribadi.

Strategi komunikasi yang efektif juga menjadi sorotan. Ahmad Dandy Danuastara, seorang pekerja, menegaskan bahwa animasi dengan cerita yang relevan lebih efektif dibandingkan infografis untuk meningkatkan pemahaman audiens. Pendapat ini diperkuat oleh rekomendasi Louis Presiden Sanjaya, S.Ds., yang menyarankan penggunaan gaya visual seperti flat design, warna pastel, dan karakter relatable untuk meningkatkan keterikatan emosional.

Untuk meningkatkan kesadaran, struktur naskah video edukasi harus mencakup hook yang menarik perhatian dalam 10–15 detik pertama, penjelasan yang jelas, dan penutup dengan Call to Action (CTA). Pendekatan ini didukung oleh wawasan dari Furqondhio Wibowo, yang merekomendasikan gaya bahasa natural serta analogi sederhana untuk menjelaskan konsep yang kompleks, sehingga audiens dapat memahami dan menginternalisasi pesan dengan lebih mudah.

4.4 Hasil Kreatif

4.4.1 Konsep Video



Gambar 1. Keyword
(Sumber: Dokumen Pribadi)

Keyword “Edukasi Pelindungan Data Pribadi melalui Analogi Sederhana” menggambarkan proses pembelajaran yang bertujuan untuk melindungi data pribadi melalui pendekatan yang ringan, ramah, dan relatable. Secara denotatif, keyword ini merujuk pada edukasi sebagai proses pengembangan potensi diri, perlindungan data pribadi sesuai UU No. 27 Tahun 2022, analogi sebagai cara menyamakan konsep kompleks dengan hal sederhana, dan sederhana sebagai cara yang tidak rumit. Secara konotatif, keyword ini mencerminkan upaya menyampaikan materi yang teknis dengan cara yang menyenangkan dan mudah dipahami, sehingga tidak mengintimidasi audiens muda dan awam terhadap isu perlindungan data.

4.4.2 Konsep Verbal

Konsep verbal video animasi ini dirancang untuk memberikan edukasi tentang perlindungan data pribadi melalui pendekatan informatif, menarik, dan relatable. Materi mencakup definisi data pribadi, risiko kebocoran, langkah pencegahan, dan respons saat kebocoran terjadi, disampaikan dengan gaya bahasa santai dan analogi sederhana yang relevan dengan kehidupan sehari-hari. Strategi komunikasi dimulai dengan menarik perhatian audiens melalui visual yang dinamis dan cerita relatable, dilanjutkan dengan edukasi berbasis narasi yang engaging. Bagian akhir menampilkan Call to Action (CTA) untuk menjaga data pribadi dan menyebarkan edukasi. Video

pendek vertikal juga dirancang untuk meningkatkan jangkauan dan keterlibatan audiens di platform media sosial seperti Reels, TikTok, dan YouTube Shorts.

1) Judul Video

Judul yang dipilih, "Apa Jadinya Kalau Data Pribadimu Tersebar?", dirancang untuk bersifat provokatif sekaligus menarik perhatian audiens sejak awal. Dengan menggunakan bentuk pertanyaan, judul ini secara langsung menyoroti isu kebocoran data pribadi, yang menjadi tema utama video. Pendekatan ini bertujuan untuk mendorong audiens membayangkan dampak negatif yang mungkin terjadi jika data pribadi mereka tersebar. Selain itu, judul ini mendukung pendekatan edukatif yang digunakan dalam video, dengan gaya penyampaian melalui analogi sederhana yang relevan dengan kehidupan sehari-hari.

2) Struktur Naskah

| Bagian | Penjelasan | Teknik yang cocok |
|-------------------|---|--|
| 🪝 Hook | Ibarat mancing ikan, kita butuh "umpan" yang seru untuk mengait audiens di 5 detik pertama. | 📌 Relevancy 🚫 Mainstream Assumption 🗣️ Jokes |
| ? Answer With But | Segera jawab misterinya. Jawab secara singkat dan lugas biar audiens langsung paham. Jangan lupa ikuti dengan "Tapi" di ujung paragraf untuk ngejelasin misteri yang tersisa. | 👇 Unexpected ➕ Analogy 🗣️ Expert Says |
| 🗣️ Explanation | Di sini kita bisa eksplor lebih jauh penjelasan dari jawaban tadi. Bisa juga bahas hal-hal seru lain yang masih berkaitan sama topiknya. | 👇 Unexpected ➕ Analogy 📺 Real-Life Example |
| 🗣️ Conclusion | Terakhir, simpulkan apa aja yang udah dibahas. Kasih kesan terakhir yang baik di ujung naskah. | 🗣️ Jokes 🧠 Reflection ❓ Open Question |

Gambar 2. Struktur Naskah (Sumber: Dokumen Pribadi)

Struktur “Simple Explanation” digunakan untuk menyederhanakan topik yang kompleks sehingga lebih mudah dipahami. Struktur ini memiliki cakupan yang luas dan merupakan salah satu struktur dasar yang sering digunakan dalam video edukasi, seperti pada kanal Kok Bisa. Struktur ini disesuaikan agar lebih ringkas untuk mendukung kebutuhan penyampaian informasi secara cepat dan efisien.

3) Naskah

Tabel 2. Naskah

| Struktur | Naskah |
|----------|--|
| Hook | Coba bayangin, sosmed kamu tiba-tiba ga bisa dibuka. Banyak yang bilang kalo kamu nge-dm orang-orang buat minjem uang. Terus orang di sekitarmu jadi ga percaya sama kamu. Akun-akunmu yang lain juga ikut ga bisa dibuka. Dan yang paling parah uang di rekeningmu ludes begitu aja, tanpa kamu tau apa penyebabnya. Ternyata semua itu berawal dari foto |

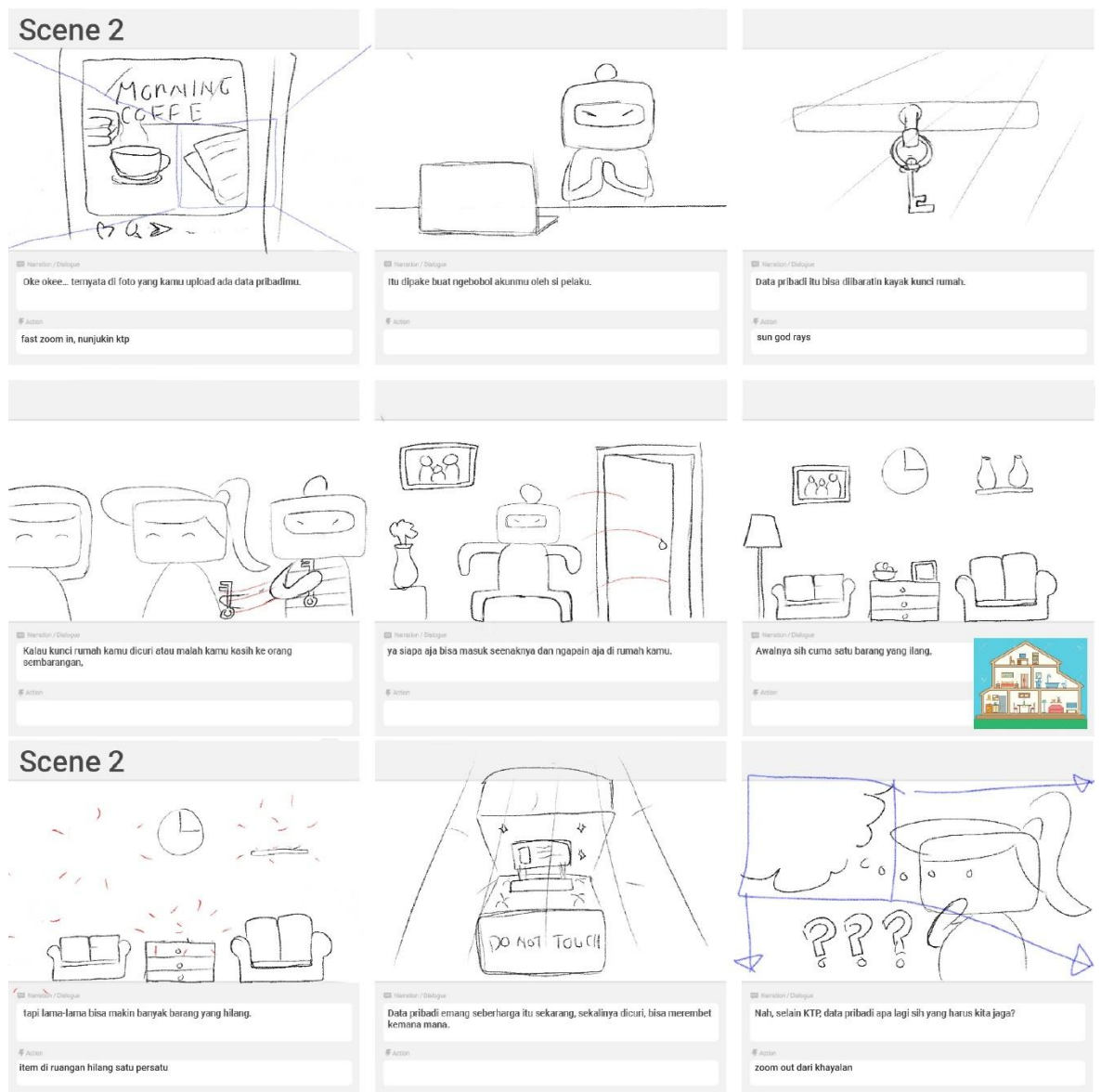
| | |
|-------------------|---|
| | yang kamu upload di media sosial. Hmm... tapi kenapa cuma gara-gara foto aja bisa bikin hidup kamu berantakan? |
| Answer with but | Oke okee... ternyata di foto yang kamu upload ada data pribadimu. Itu dipake buat ngebobol akunmu oleh si pelaku. Data pribadi itu bisa diibaratin kayak kunci rumah. Kalau kunci rumah kamu dicuri atau malah kamu kasih ke orang sembarangan, ya siapa aja bisa masuk seenaknya dan ngapain aja di rumah kamu. Awalnya sih cuma satu barang yang hilang, tapi lama-lama bisa makin banyak barang yang hilang. Data pribadi emang seberharga itu sekarang, sekalinya dicuri, bisa merembet kemana mana. Nah, selain KTP, data pribadi apa lagi sih yang harus kita jaga? |
| Explanation 1 | Gampangnya gini, data pribadi itu adalah segala informasi yang bisa dipakai buat mengenali diri kita. Kalo informasi itu bisa bikin orang lain langsung tau siapa kita, berarti itu data pribadi. Ada dua jenis data pribadi, yaitu data pribadi umum yang digunain buat mengidentifikasi seseorang. Sama data pribadi spesifik yang risikonya tinggi banget kalo sampe bocor. Tapi ga semua data pribadi itu rahasia loh. Cuma, tetap aja, kita harus berhati-hati soal penyebarannya. |
| Real Life Example | Sekali aja lalai sama data pribadi kita, efeknya bisa gede banget loh. Misalnya, kayak kasus yang dialami salah satu korban ini. Awalnya dia dapet telepon dari pelaku yang nyamar jadi *Customer Service*. Si pelaku bilang kalo korban terpilih sebagai pemenang giveaway. Terus korban diminta ngisi data-data di link palsu yang mirip banget sama situs resminya. Dan tiba-tiba aja korban dapet tagihan dari transaksi fiktif di e-commerce. Pihak terkait udah konfirmasi, kalo mereka ga pernah meminta data sensitif kayak PIN dan OTP dari pengguna. |
| Explanation 2 | Terus, gimana sih biar data pribadi kita ga bocor? Kamu bisa mulai dengan waspada sama link phishing, telepon atau pesan yang nawarin hadiah, biasanya itu modus penipuan. kalo ada formulir yang minta data aneh-aneh, tanyain dulu tujuannya ke pihak terkait. Jangan lupa hati-hati sama apa yang kamu share di media sosial, pastiin ga ada data atau dokumen pribadimu. Atur privasi sosmed kamu biar ga semua orang bisa lihat informasi pribadimu. Supaya lebih aman, gunakan kombinasi kata sandi yang kuat terus aktifkan autentikasi dua faktor. Intinya, selalu hati-hati dan peduli sama data pribadi kamu! |
| Explanation 3 | Nah, kalo data pribadi kita terlanjur bocor gimana? Tenang, jangan panik dulu! Pertama, langsung amankan akunmu dengan ganti kata sandi dan laporain ke help center secepatnya. Kalau yang bocor itu akun bank atau dompet digital, minta diblokir sementara ke pihak terkait supaya ga disalahgunakan. Jangan lupa kasih tau orang terdekat supaya waspada kalo ada yang nyamar jadi kamu. Kalau udah mulai merugikan kamu, laporin aja ke pihak berwenang. Terakhir, cek ulang data atau akun yang bocor, biar kejadian kayak gini ga terulang! |
| Conclusions | Mulai sekarang, yuk lebih hati-hati lagi, jaga baik-baik data pribadi kamu. Jangan lupa juga saling ngingetin orang-orang di sekitar kita, biar makin banyak yang sadar pentingnya melindungi data pribadi. Bersama-sama kita bisa cegah hal buruk terjadi, karena keamanan data itu tanggung jawab kita semua. |

4.4.3 Konsep Visual

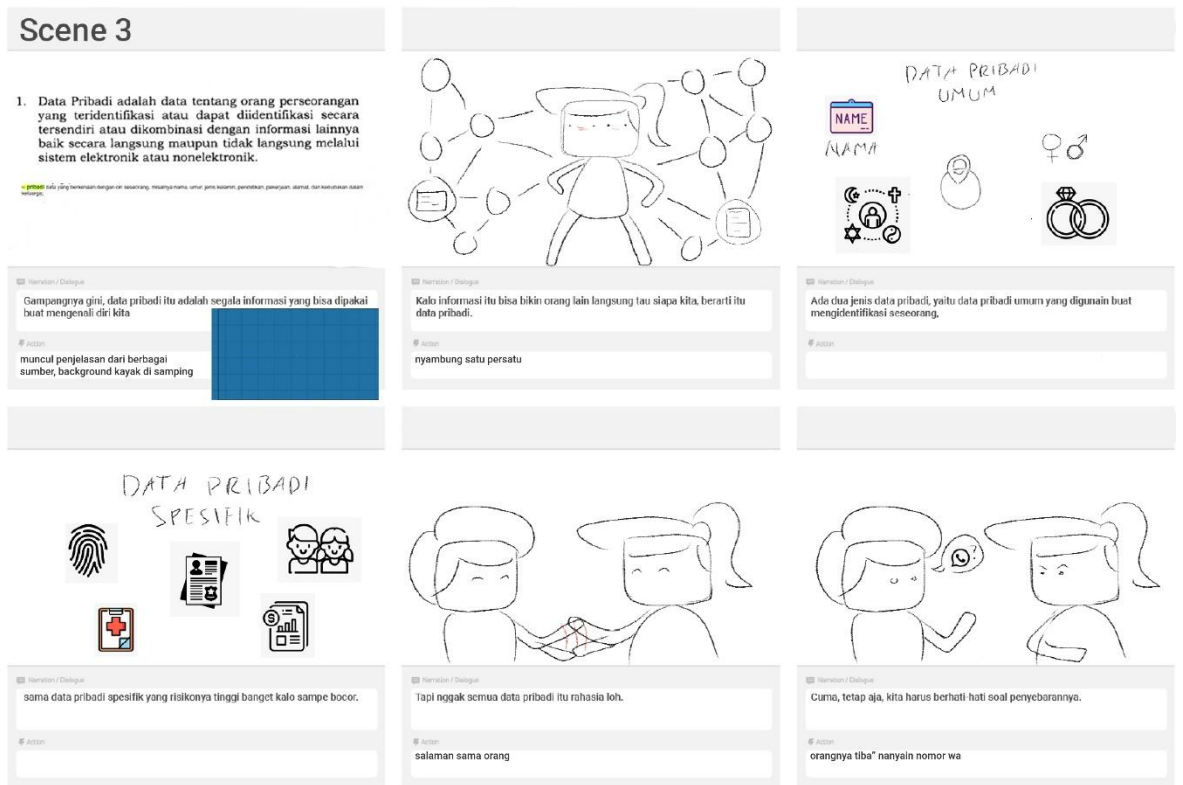
1) Storyboard



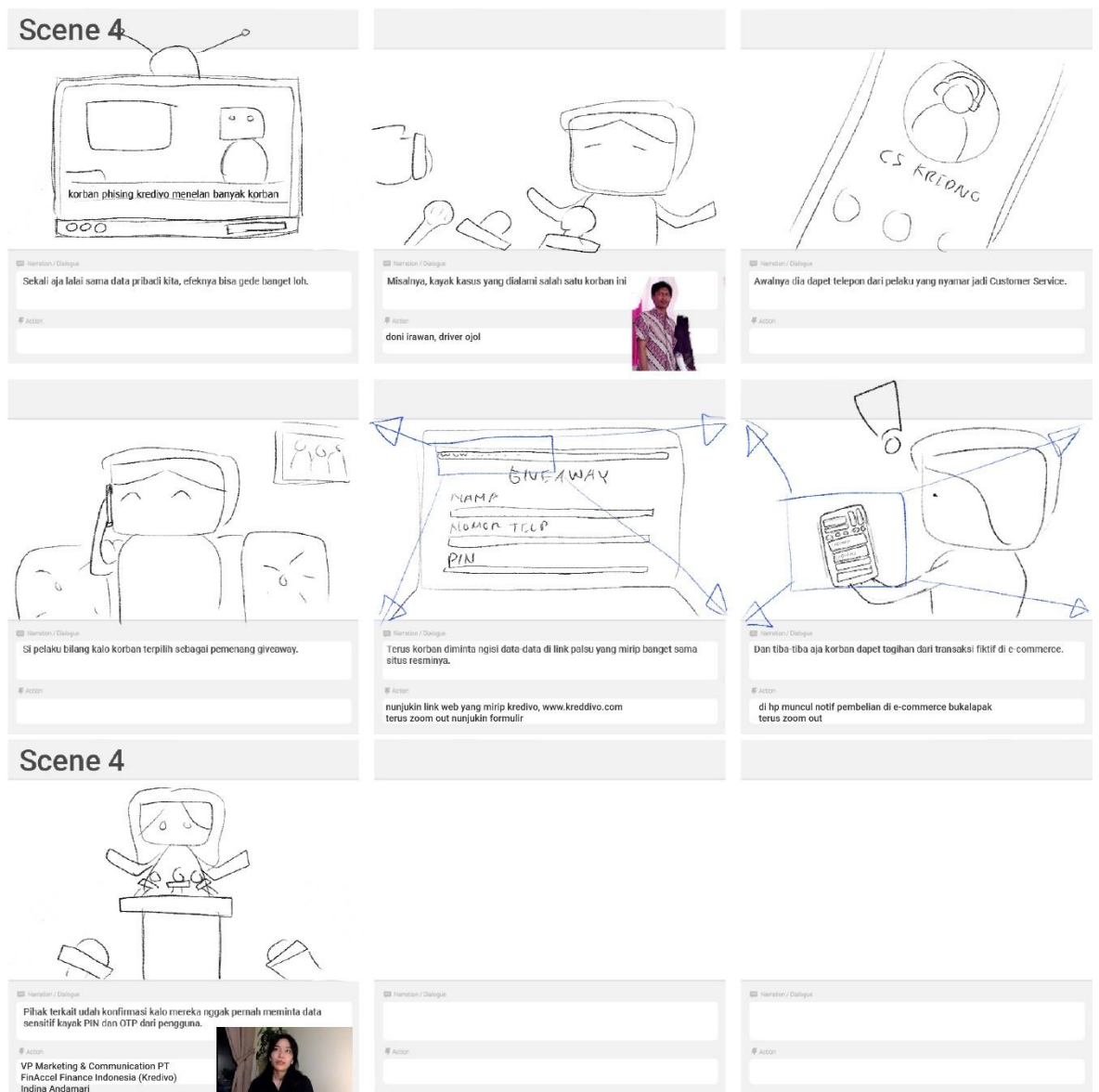
Gambar 3. Storyboard Scene 1
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 4. Storyboard Scene 2
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



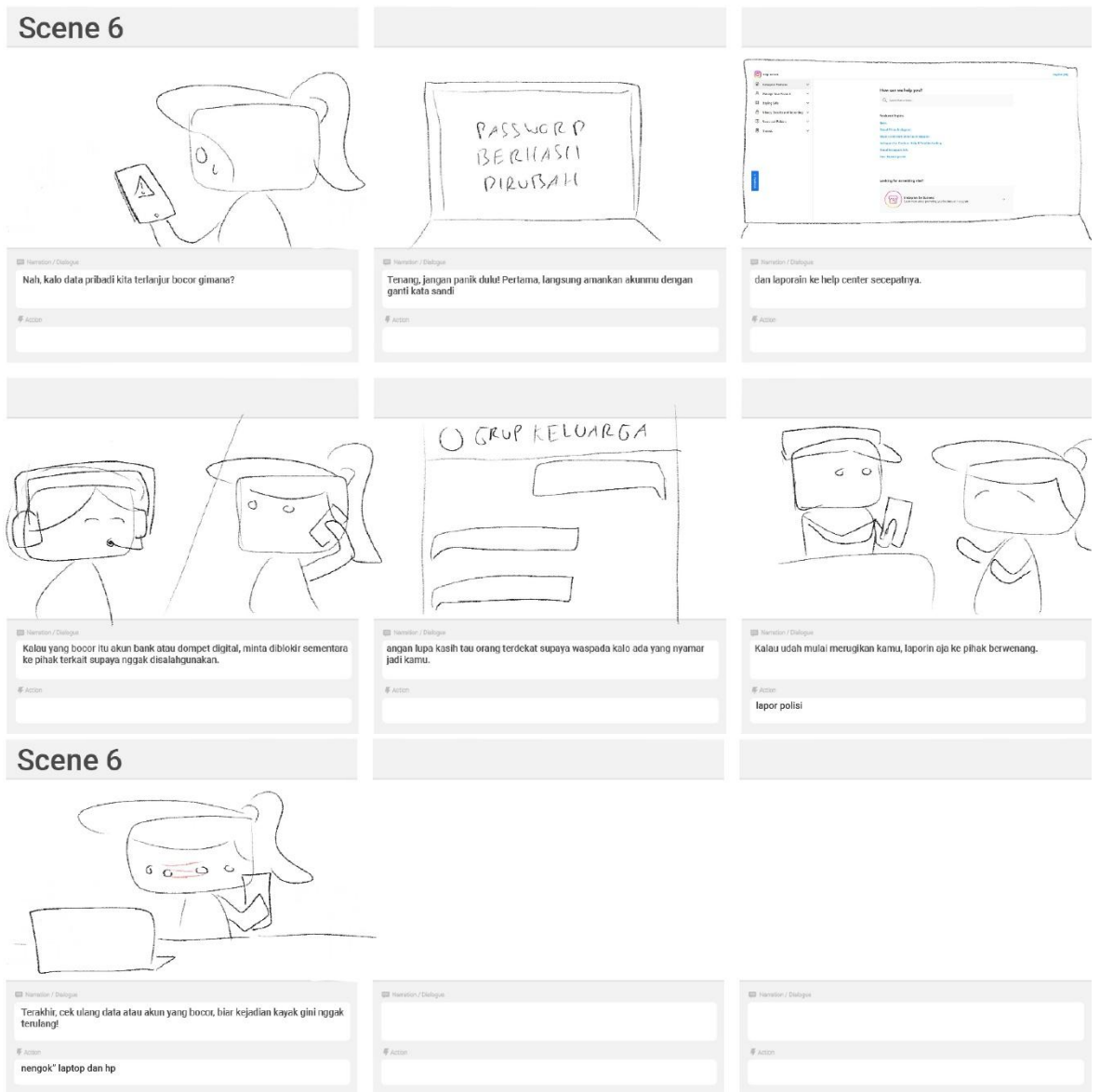
Gambar 5. Storyboard Scene 3
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 6. Storyboard Scene 4
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 7. Storyboard Scene 5
 (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

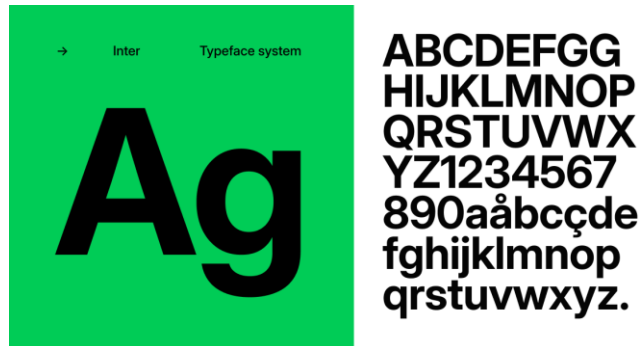


Gambar 8. Storyboard Scene 6
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 9. Storyboard Scene 7
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

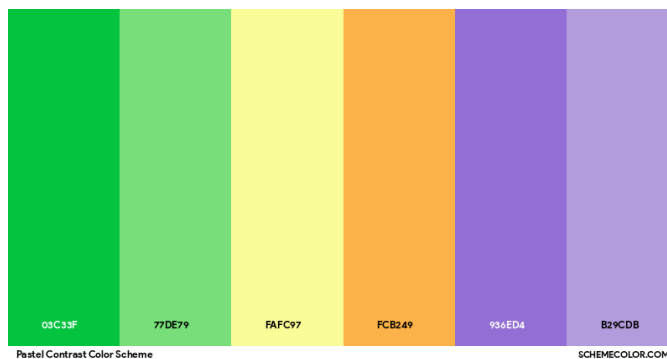
2) Tipografi



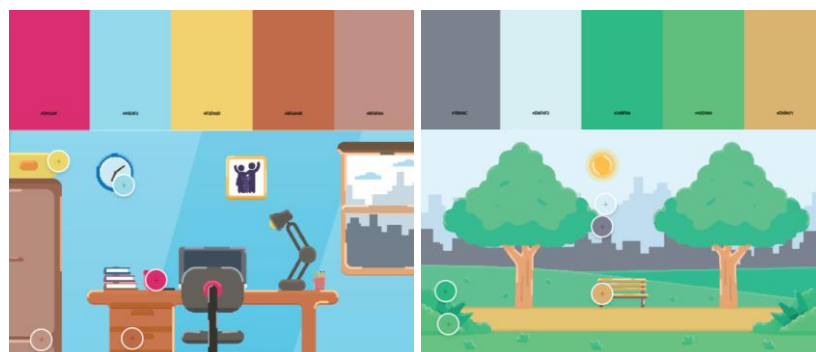
Gambar 10. Tipografi
(Sumber: <https://rsms.me/inter>)

Inter. Font memiliki tampilan yang bersih, modern, dan mudah dibaca, terutama pada layar digital. Bentuk hurufnya yang sederhana dan proporsional memungkinkan informasi tersampaikan dengan lebih jelas dan efisien, sehingga sangat mendukung tujuan edukatif dari video animasi ini.

3) Warna



Gambar 11. Color Palette
(Sumber: <https://www.schemecolor.com>)

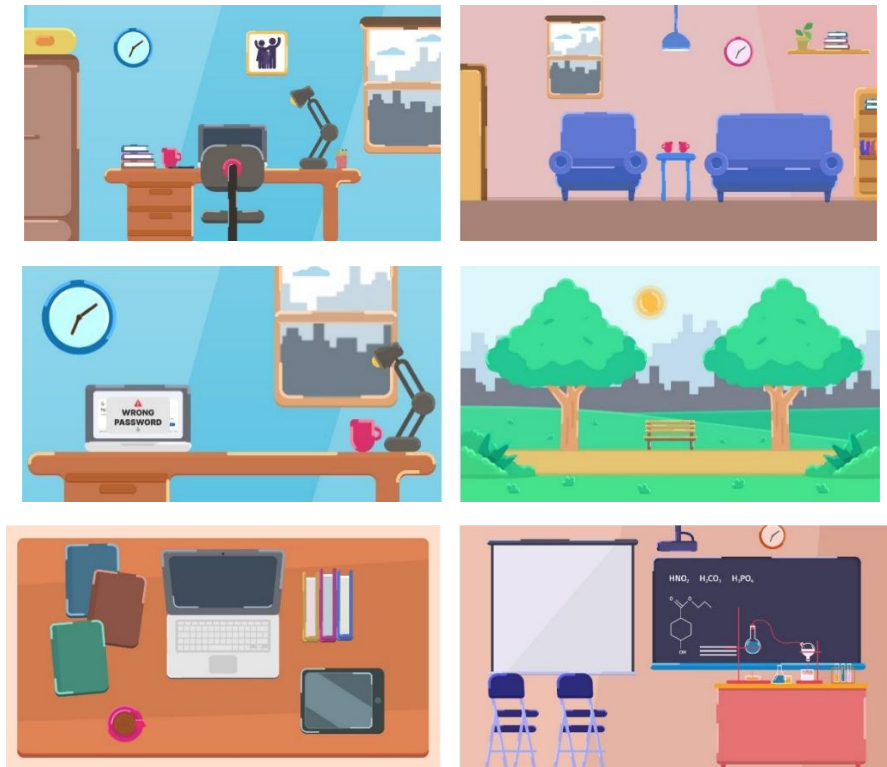


Gambar 12. Implementasi Warna

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Warna yang digunakan dalam perancangan ini adalah pastel contrast, perpaduan antara kelembutan warna pastel dengan kecerahan dan kontras yang mencolok. Pilihan ini menciptakan kesan ramah dan informatif tanpa kehilangan daya tarik visual, mendukung penyampaian pesan edukatif secara efektif. Untuk informasi positif seperti penjelasan, solusi, dan pencegahan, digunakan warna kontras hangat seperti biru, hijau, dan kuning, sementara situasi berbahaya seperti kebocoran data divisualisasikan dengan warna dingin dan gelap seperti ungu dan merah. Perpaduan warna ini memperjelas perbedaan kondisi, sehingga pesan lebih mudah dipahami.

4) Aset Ilustrasi



Gambar 13. Aset Ilustrasi
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Gaya ilustrasi dalam video animasi ini dirancang untuk menyampaikan informasi edukatif secara sederhana, mudah dipahami, dan tetap menarik bagi audiens. Konsep ilustrasi mengacu pada referensi dari beberapa konten animasi di internet yang memiliki target audiens serupa, seperti Micyn, Kok Bisa?, Kurzgesagt, dan Neuron.

5) Desain Judul



Gambar 14. Sketsa Alternatif Judul
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 15. Desain Alternatif Judul
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 16. Final Desain Judul
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

6) Karakter

• **Citra**

Nama : Citra (diambil dari kebiasaannya yang aktif di media sosial dan berfokus pada membangun citra di platform tersebut).

Usia : 21

Jenis Kelamin : Perempuan

Pekerjaan : Mahasiswi

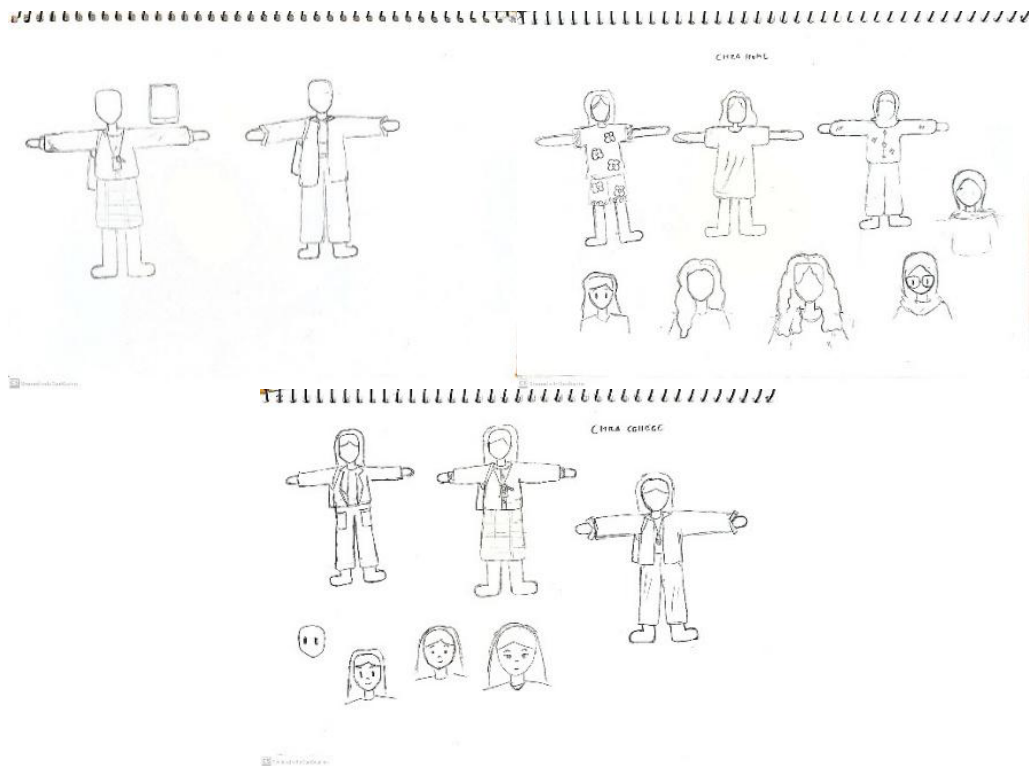
Karakteristik : Belum memahami pentingnya Pelindungan data pribadi, pengguna aktif internet, khususnya media sosial, kegiatan perkuliahnya sangat bergantung pada gadget dan koneksi internet, cenderung ceroboh dan mudah panik dalam situasi tertentu.



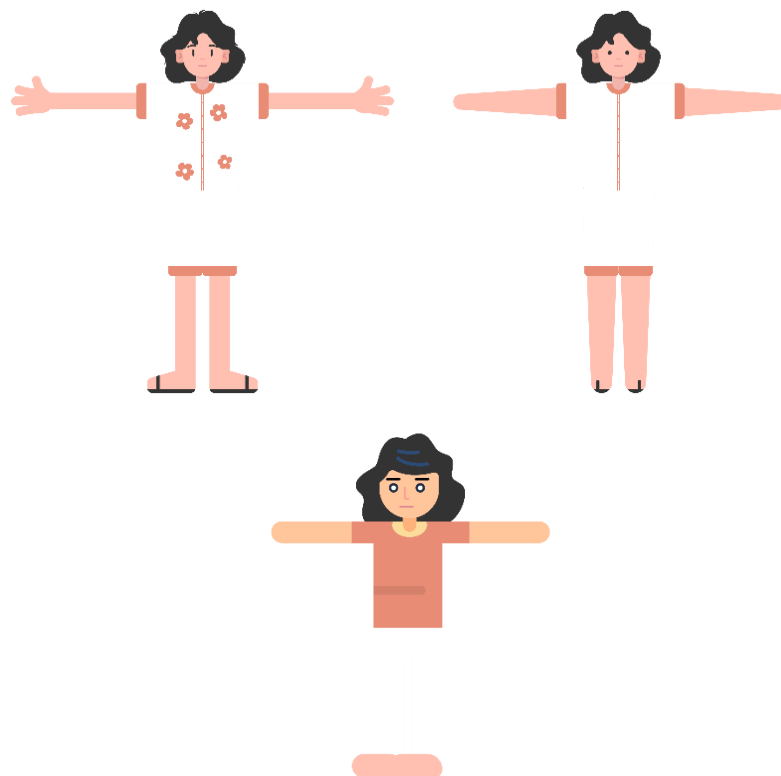
Gambar 17. Referensi Citra Indoor
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



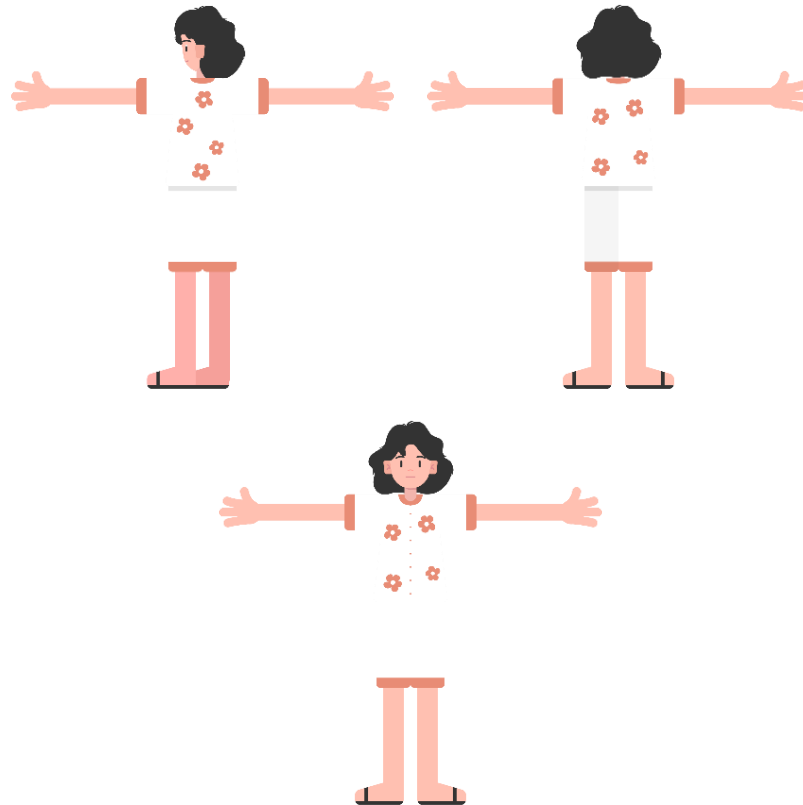
Gambar 18. Referensi Citra Outdoor
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 19. Sketsa Karakter
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 20. Alternatif Desain Karakter
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 21. Desain Final Citra Indoor
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 22. Desain Final Citra Outdoor
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

• **Doni Irawan**

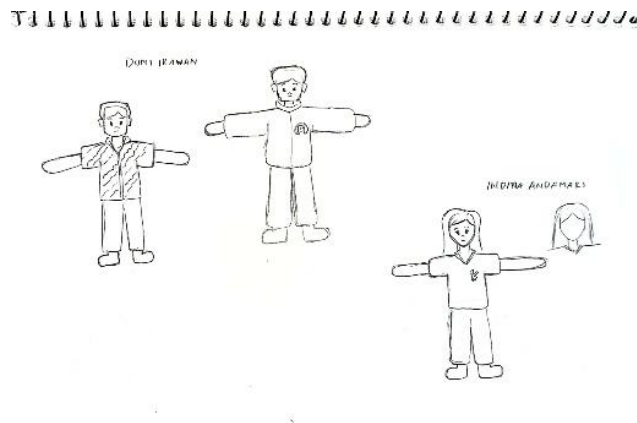
Nama : Doni Irawan

Pekerjaan : Driver Ojek Online

Sebagai salah satu korban dalam kasus pencurian data pribadi melalui *link phishing* Kredivo.



Gambar 23. Referensi Karakter Doni Irawan
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 24. Sketsa Karakter Doni Irawan
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 25. Desain Final Karakter Doni Irawan
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

• **Indina Asri Andamari**

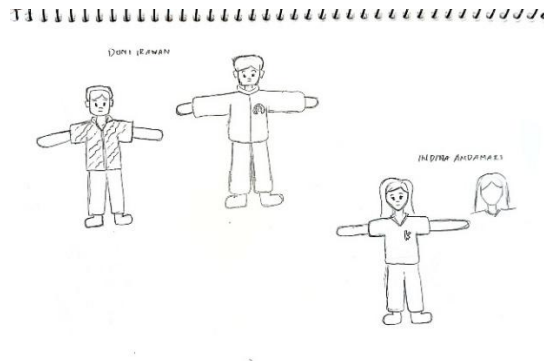
Nama : Indina Andamari

Pekerjaan : Vice President (VP) Marketing dan Communication

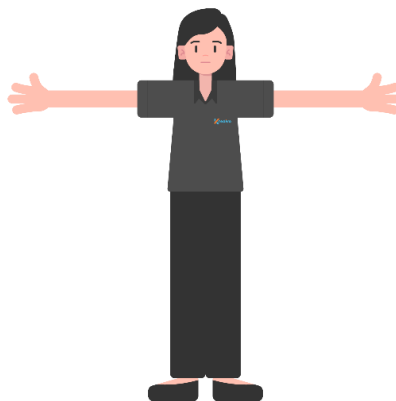
Sebagai salah satu narasumber terkait kasus pencurian data pribadi melalui *link phishing* Kredivo.



Gambar 26. Referensi Karakter Indina Asri Andamari
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 27. Sketsa Karakter Indina Asri Andamari
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

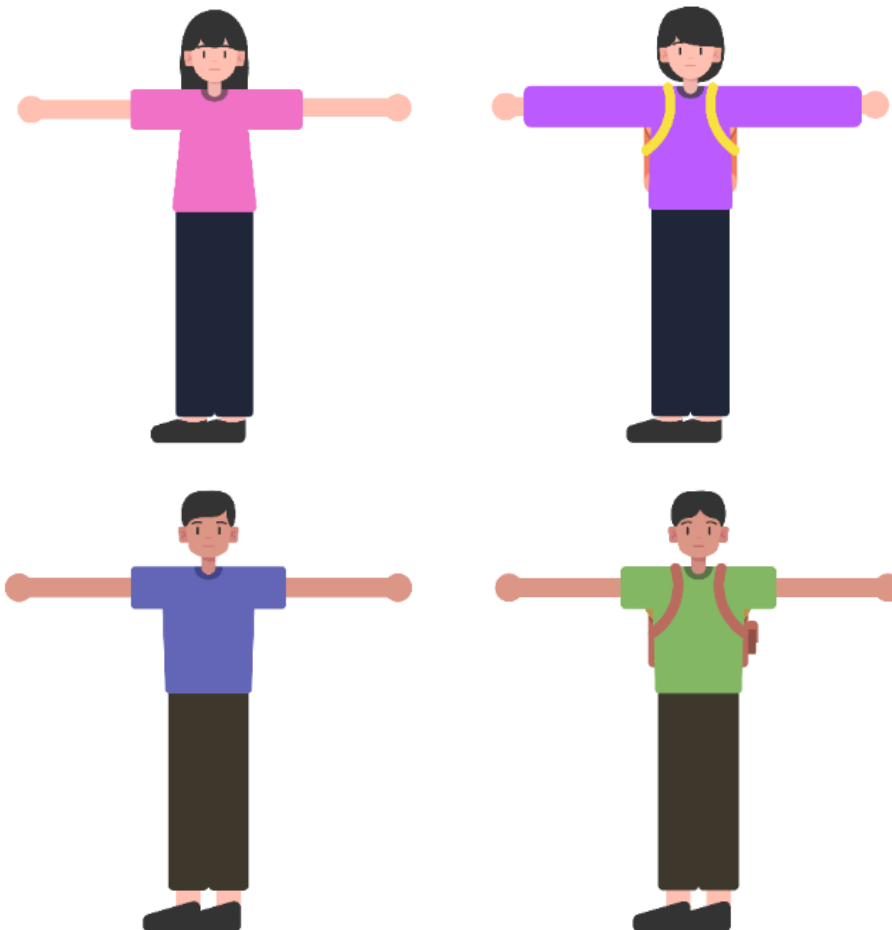


Gambar 28. Desain Final Karakter Indina Asri Andamari
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

• Karakter Latar Belakang



Gambar 29. Karakter Maling
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 30. Karakter Latar Belakang
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

5 SIMPULAN

Proses kreatif dalam perancangan media edukasi video animasi tentang perlindungan data pribadi berhasil menghasilkan elemen-elemen yang saling mendukung, termasuk naskah, storyboard, serta desain karakter dan lingkungan. Dengan menggunakan pendekatan berbasis analogi sederhana, naskah berhasil menyampaikan pesan edukasi secara ringan dan mudah dipahami oleh remaja usia 19–24 tahun. Storyboard dan elemen visual lainnya telah dirancang untuk memperkuat alur cerita yang engaging, yang diharapkan dapat menciptakan keterhubungan emosional dengan audiens dan memudahkan pemahaman topik yang kompleks.

Berdasarkan evaluasi awal terhadap respons audiens, yang diperoleh melalui survei dan wawancara, dapat disimpulkan bahwa video animasi ini memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesadaran remaja tentang pentingnya perlindungan data pribadi, meskipun masih diperlukan uji coba lebih lanjut untuk memastikan efektivitasnya secara lebih menyeluruh. Dalam evaluasi awal, sebagian besar audiens menunjukkan minat tinggi terhadap pendekatan visual yang digunakan, meskipun beberapa aspek, seperti durasi video, perlu diperhatikan untuk meningkatkan daya tarik lebih lanjut.

Untuk penelitian lebih lanjut, uji coba yang lebih mendalam dapat dilakukan dengan melibatkan audiens dalam kelompok fokus yang lebih besar, serta menggunakan metrik pengukuran yang lebih kuantitatif, seperti pre-test dan post-test untuk mengukur perubahan pengetahuan dan sikap audiens. Selain itu, pengembangan media pendukung lainnya, seperti infografis atau video pendek yang dapat dipromosikan di media sosial, perlu dipertimbangkan untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan keterlibatan audiens dalam jangka panjang.

Dengan pendekatan yang lebih terfokus pada evaluasi dan data, pengembangan lebih lanjut dari proyek ini dapat memberikan wawasan lebih dalam mengenai efektivitas penggunaan video animasi sebagai alat edukasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, A. (2024). Indonesia Masuk 10 Negara dengan Kebocoran Data Terbesar. Diambil dari <https://databoks.katadata.co.id/-/statistik/cc5473708a4f8dc/indonesia-masuk-10-negara-dengan-kebocoran-data-terbesar>
- Ardiansyah. (2014). Film Animasi Sebagai Medium Dokumentasi Kekayaan Alam, Intelektual, Budaya, Dan Dinamika Sosial Politik. *Humaniora*, 3(2), 668–677.
- Biztech Academy. (2024). Analisis Kekuatan Cyber Security Negara-Negara Maju, Amerika Serikat dan Tiongkok Bersaing. Diambil dari <https://biztechacademy.id/analisis-kekuatan-cyber-security-negara-negara-maju-amerika-serikat-dan-tiongkok-bersaing/#:~:text=Amerika Serikat berhasil meraih skor,utama dalam keamanan cyber dunia.>
- Bua, M. T. (2022). Efektivitas Media Animasi pada Keterampilan Membaca Permulaan Siswa di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 6(3), 3594–3601. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v6i3.2689>
- Indonesia, C. (2024). Fakta-fakta Kebocoran Data PDNS, Dalang hingga Jumlah Tebusan. Diambil dari <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20240624122531-185-1113359/fakta-fakta-kebocoran-data-pdns-dalang-hingga-jumlah-tebusan>
- Komenkominfo. (2022). Status Literasi Digital di Indonesia. *Kominfo*, (November), 205–207. Diambil dari <https://www.c2es.org/content/renewable-energy/>
- Kominfo RI. (2021). Persepsi Masyarakat atas Pelindungan Data Pribadi. *Kementerian Komunikasi dan Informatika*, 1–75. Diambil dari <https://aptika.kominfo.go.id/wp-content/uploads/2021/12/Persepsi-Masyarakat-terhadap-Pelindungan-Data-Pribadi.pdf>
- Nugraha, A. S. S., & Nisa, D. A. (2023). Perancangan Komik Strip Digital Islami sebagai Media Edukasi dalam Pendidikan Adab pada Remaja. *Student Research Journal*, 1(6), 220–228.
- Pratama, R. M., Widyasari, W., & Nisa, D. A. (2022). Pencegahan Penipuan dalam Transaksi Jual-Beli Game Online dengan Media Animasi. *Jurnal Imajinasi*, 6(1), 46.

- <https://doi.org/10.26858/i.v6i1.32861>
Putra, G. L. A. K. (2019). Pemanfaatan Animasi Promosi Dalam Media Youtube. *Prosiding Seminar Nasional Desain dan Arsitektur (SENADA)*, 2, 259–265. Diambil dari <https://cashbac.com>
Soenyoto, P. (2017). *Animasi 2D*. Elex Media Komputindo.
Surfshark. (2024). Global data breach statistics: 2023 recap. Diambil dari <https://surfshark.com/research/study/data-breach-recap-2023>