

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Referensi Karya

Karya terdahulu memiliki peran penting dalam memberikan dasar teoritis dan materi yang mendukung pemahaman akan topik yang sedang dibahas. Selain itu, referensi karya ini menawarkan pendekatan atau metode yang dapat diadopsi dan dimodifikasi dalam membantu pembuatan karya baru. Dengan adanya karya terdahulu ini, akan membantu dalam mengidentifikasi kekurangan atau celah yang belum dibahas, sehingga penulis dapat mengeksplorasi materi yang belum banyak dibahas.

Terdapat lima karya terdahulu yang dijadikan sebagai acuan dalam pembuatan buku *Rahasia Hutan* ini. Pertama, karya berjudul “Pembuatan Buku Pengetahuan mengenai Pemanfaatan Bambu sebagai Media Literasi untuk Mengembangkan Kreativitas dan Resiliensi Remaja Di Desa Panggarangan”. Buku ini menjelaskan mengenai pemanfaatan bambu. Karya ini relevan, karena fokusnya pada memberikan edukasi melalui buku dan menggunakan konsep *design thinking*. Selain itu, karya ini ditargetkan pada warga Bayah, Lebak Selatan untuk *Humanity Project*.

Kedua, yaitu karya berjudul “Pengembangan Ensiklopedia Tumbuhan Paku sebagai Sumber Belajar Keanekaragaman Hayati”. Buku ini menjelaskan mengenai tumbuhan paku. Karya ini relevan, karena fokusnya pada memberikan edukasi melalui buku dan membahas mengenai biodiversitas flora, sehingga akan relevan dengan cara penulisan bukunya.

Ketiga, yaitu karya berjudul “Desain *Layout* Buku Tipografi untuk Kemasan dengan Metode *Design Thinking*”. Karya tersebut relevan dengan karya yang dibuat oleh penulis, karena memiliki kesamaan, yaitu membuat buku menggunakan metode *design thinking*.

Keempat, yaitu karya berjudul “Pengembangan Buku Ajar Biodiversitas Berbasis Kajian Etnobiologi Suku Dayak Losarang”. Karya tersebut relevan dengan karya yang dibuat oleh penulis, karena memiliki kesamaan, yaitu menggunakan buku sebagai media edukasi mengenai biodiversitas flora.

Kelima, yaitu karya berjudul “Rancang Bangun Ensiklopedia *Digital* Mamalia Berbasis Citizen Science Project (CSP)”. Karya ini berfokus pada pembuatan buku edukasi mengenai biodiversitas, yang dimana memiliki kesamaan dengan karya yang dibuat oleh penulis.

Buku edukasi mengenai biodiversitas flora Dungus Ki Haji akan ditulis dengan beberapa aspek kebaruan yang akan membedakannya dari karya-karya terdahulu. Karya ini akan secara spesifik menjelaskan biodiversitas flora yang ada di Hutan Dungus Ki Haji, yang dimana topik ini belum pernah diteliti atau diangkat sebelumnya.



2.1. Tabel Referensi Karya

No	Item	Jurnal 1	Jurnal 2	Jurnal 3	Jurnal 4	Jurnal 5
1.	Judul Artikel (Karya)	Pembuatan Buku Pengetahuan mengenai Pemanfaatan Bambu sebagai Media Literasi untuk Mengembangkan Kreativitas dan Resiliensi Remaja Di Desa Panggarangan	Pengembangan Ensiklopedia Tumbuhan Paku sebagai Sumber Belajar Keanekaragaman Hayati	Desain <i>layout Buku Tipografi</i> untuk Kemasan dengan Metode <i>Design Thinking</i>	Pengembangan Buku Ajar Biodiversitas Berbasis Kajian Etnobiologi Suku Dayak Losarang	Rancang Bangun Ensiklopedia <i>Digital Mamalia Berbasis Citizen Science Project (CSP)</i>

2.	Nama Lengkap Peneliti, Tahun Terbit, dan Penerbit	Khalisha Athaya Maharani, 2024, Universitas Multimedia Nusantara	Ayu Renita, Eni Setyowati, Arbaul Fauziah, Nanang Purwanto, 2020, Jurnal Biologi dan Pembelajarannya	Yana Erylyana, Winnie, Veronica, 2023, Jurnal Bahasa Rupa	Lessy Luzyawati, Lissa, 2020, Jurnal Pendidikan Matematika dan IPA	Fitri Aryanti, Topik Hidayat, Yayan Sanjaya, Kusnadi, 2024, Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Biologi
3.	Fokus Penelitian	Karya ini berfokus pada pembuatan buku mengenai pemanfaatan bambu	Karya ini berfokus pada pembuatan buku mengenai ensiklopedia tumbuhan paku	Karya ini berfokus pada pembuatan buku tipografi untuk kemasan	Karya ini berfokus pada pembuatan buku biodiversitas etnobiologi	Karya ini berfokus pada pembuatan buku mengenai

						biodiversitas fauna
4. Konsep/ Teori	<i>Design Thinking</i>	ADDIE	<i>Design Thinking</i>	<i>Research & Development</i>	ADDIE	
5. Metode Penelitian	Riset dan konsultasi	Penelitian dan pengembangan	Deskriptif kualitatif	Observasi, diskusi bedah kasus, dan ceramah	Observasi, wawancara, dan angket	
6. Persamaan	Pembuatan buku menggunakan konsep <i>design thinking</i> pada wilayah Lebak Selatan	Pembuatan buku mengenai biodiversitas flora	Pembuatan buku menggunakan konsep <i>design thinking</i>	Pembuatan buku mengenai biodiversitas flora	Pembuatan buku mengenai biodiversitas flora	

7. Perbedaan	Penelitian ini berfokus kepada pemanfaatan bambu	Penelitian ini berfokus kepada pemanfaatan tumbuhan paku	Penelitian ini berfokus kepada pembuatan buku tipografi untuk kemasan	Penelitian ini berfokus pada biodiversitas etnobiologi	Penelitian ini berfokus pada pembuatan buku mengenai biodiversitas fauna dan buku digital
8. Hasil Penelitian	Buku "Nawasena" telah berhasil mencapai tujuannya dalam menyampaikan pesan edukatif	Buku ensiklopedia tumbuhan paku dapat meningkatkan hasil belajar siswa	Penggunaan <i>design thinking</i> sangat berdampak dalam pembuatan buku tersebut	Buku ensiklopedia biodiversitas etnobiologi suku dayak, layak untuk dijadikan	Buku <i>digital</i> mengenai mamalia ini mendapatkan nilai yang sangat tinggi, yaitu mendapatkan 91,45% dari

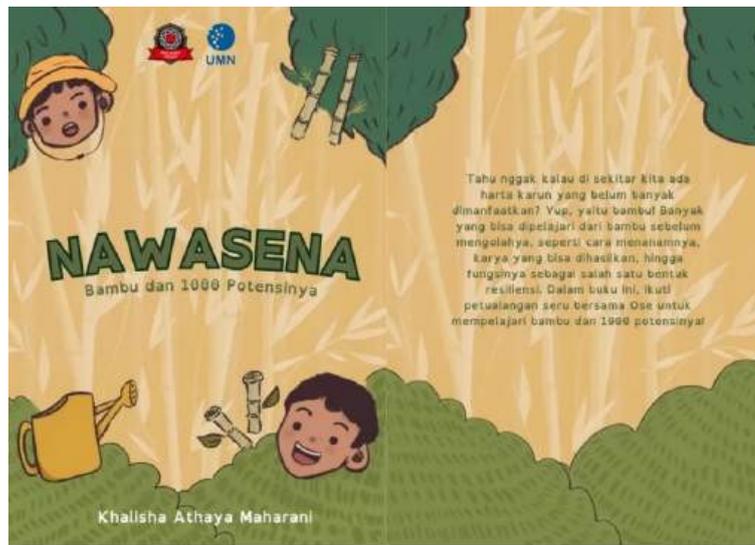
yang
memotivasi.

sebagai buku
ajar.

dosen dan
89,91% dari
mahasiswa.



Mengacu pada tabel 2.1, meskipun referensi karya tersebut memiliki kesamaan dengan karya yang penulis akan buat, namun tentu terdapat temuan yang membedakan karya yang telah dibuat dengan karya yang akan penulis buat.



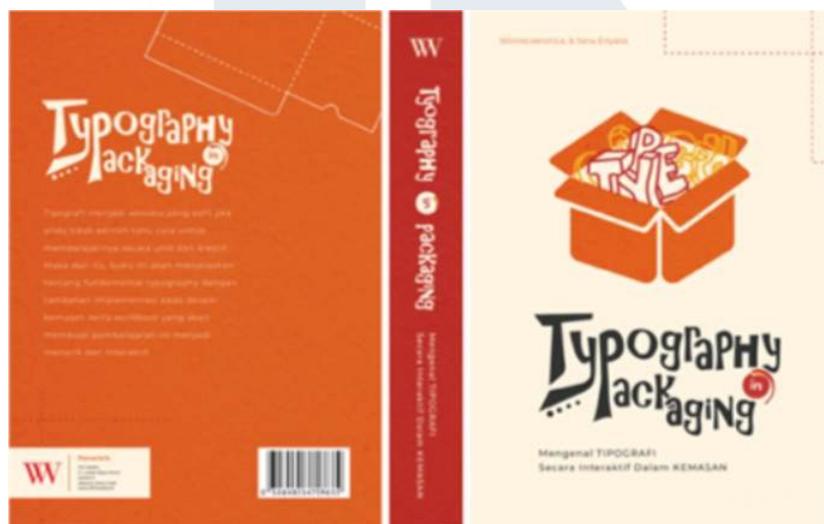
Gambar 2.1 Visual Karya Terdahulu I

Sumber: Universitas Multimedia Nusantara, 2024.

Referensi karya pertama dimulai dari karya milik Khalisha Athaya Maharani yang berjudul “Nawasena”. Karya ini berfokus pada pembahasan pemanfaatan bambu dengan menggunakan media buku. Tujuannya adalah untuk mengembangkan kreativitas dan resiliensi pada remaja di Desa Panggarangan, Lebak Selatan. Terdapat beberapa persamaan dan perbedaan yang ditemukan dari karya penulis dengan referensi karya pertama. Persamaan yang ditemukan adalah pembuatan buku yang menggunakan konsep *design thinking* dan memiliki *target audience* yang sama dengan penulis, yaitu warga wilayah Lebak Selatan. Perbedaan yang ditemukan adalah referensi karya tersebut membuat buku yang fokus menjelaskan mengenai pemanfaatan bambu, sedangkan karya yang dibuat oleh penulis berfokus pada menjelaskan mengenai biodiversitas flora di Dungus Ki Haji.

Referensi karya kedua merupakan karya milik Ayu Renita, Eni Setyowati, Arbaul Fauziah, dan Nanang Purwanto, yang berjudul Ensiklopedia Tumbuhan Paku. Karya ini berfokus kepada pembuatan buku mengenai ensiklopedia

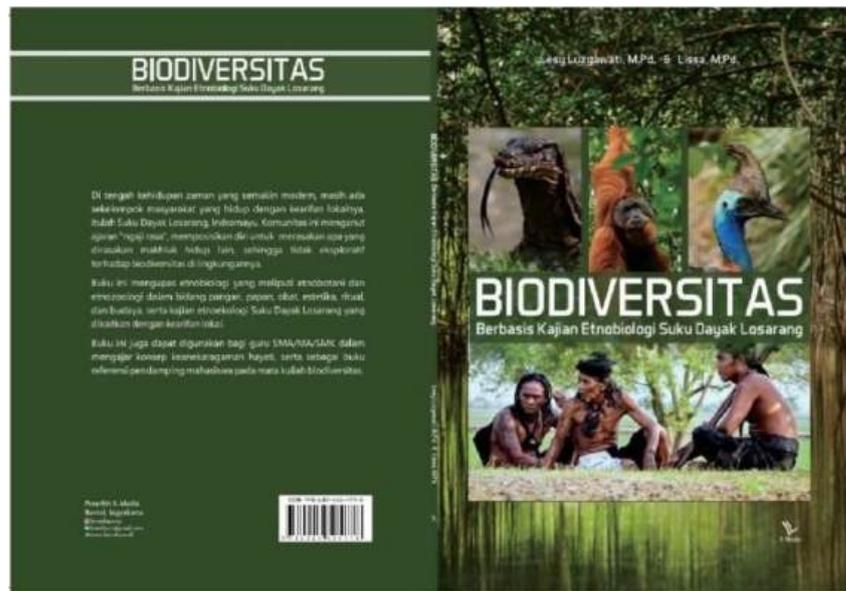
tumbuhan paku. Terdapat persamaan dan perbedaan yang ditemukan dari karya penulis dengan referensi karya kedua. Persamaan yang ditemukan adalah pembahasan buku yang dibuat oleh referensi karya dan penulis berfokus pada biodiversitas flora. Namun, yang membedakan adalah topik pembahasannya, referensi karya berfokus pada satu spesifik flora dan pembahasan, yaitu pemanfaatan tumbuhan paku. Sedangkan karya penulis membahas mengenai beragam biodiversitas dan manfaatnya tiap flora.



Gambar 2.2 Visual Karya Terdahulu III

Sumber: Jurnal Bahasa Rupa, 2023.

Referensi karya ketiga merupakan karya milik Yana Erylyana, Winnie, dan Veronica yang berjudul *Typograpy in Packaging*. Karya ini berfokus kepada pembuatan buku tipografi untuk kemasan. Terdapat persamaan dan perbedaan yang ditemukan dari karya penulis dengan referensi karya ketiga. Pembuatan buku menggunakan metode *design thinking* merupakan persamaan buku milik referensi karya ketiga dengan buku yang dibuat oleh penulis. Perbedaannya adalah topik yang dibahas. Buku yang dibuat oleh penulis berfokus pada edukasi, sedangkan yang dibuat oleh referensi karya ketiga berfokus pada informatif.



Gambar 2.3 Visual Karya Terdahulu IV

Sumber: Jurnal Pendidikan Matematika dan IPA, 2020.

Referensi karya keempat merupakan karya milik Lessy Luzyawati dan Lissa yang berjudul *Biodiversitas Berbasis Kajian Etnobiologi Suku Dayak Losarang*. Karya ini berfokus pada pembuatan buku biodiversitas pada Suku Dayak Losarang. Terdapat persamaan dan perbedaan yang ditemukan dari karya penulis dengan referensi karya keempat. Persamaannya adalah membahas mengenai biodiversitas flora melalui media buku. Perbedaannya adalah landasan konsep yang digunakan dan spesifikasi pembahasannya.

Referensi karya kelima merupakan karya milik Fitri Aryanti, Topik Hidayat, Yayan Sanjaya dan Kusnadi yang berjudul *Ensiklopedia Digital Mamalia Berbasis Citizen Science*. Karya ini berfokus pada pembuatan buku *digital* mengenai biodiversitas fauna. Terdapat persamaan dan perbedaan yang ditemukan dari karya penulis dengan referensi karya kelima. Persamaannya adalah membahas mengenai biodiversitas. Namun, untuk perbedaannya adalah medianya digunakan oleh referensi karya kelima adalah media *digital*, sedangkan karya yang dibuat oleh penulis adalah media massa.

2.2 Landasan Konsep

2.2.1 Media

Media adalah sarana atau alat komunikasi yang berfungsi untuk menyampaikan informasi, pesan, ataupun ide dari pengirim (*sender*) kepada penerima (*receiver*). Secara umum, media terbagi menjadi tiga, yaitu media cetak, media elektronik, dan media *digital* (Ikhwan, 2022).

- Media cetak merupakan jenis media yang menggunakan bahan fisik berupa kertas sebagai sarana untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas. Contoh dari media cetak dapat berupa koran, majalah, buku, dan poster. Media ini memiliki ciri khas dalam bentuk teks dan gambar yang di cetak dan di distribusikan secara fisik kepada penerima. Keunggulan media cetak terletak pada kemampuannya dalam menyajikan informasi secara mendalam dan terstruktur. Selain itu, media cetak sering kali digunakan untuk menyampaikan konten yang memerlukan waktu bacaan lebih lama, seperti artiker berita inverstigasi, feature, maupun essai. Namun, terdapat kekurangan yaitu terdapat keterbatasan dalam jangkauan penyebaran informasi yang dibandingkan *media digital*, karena distribusinya memerlukan biaya produksi dan logistik (Anwar et al., 2019).
- Media elektronik merupakan sarana komunikasi yang menggunakan teknologi elektronik untuk menyampaikan informasi secara cepat dan luas kepada masyarakat. Contoh dari media elektronik dapat berupa radio televisi, dan internet yang memungkinkan untuk menyebarkan pesan secara audio, visual, atau audiovisual. Berbeda dengan media cetak yang terbatas pada teks dan gambar. Media elektronik, mampu menggabungkan suara dan gambar yang bergerak, sehingga memberikan pengalaman secara interaktif dan dinamis bagi penerima. Dengan adanya media elektronik, terdapat perubahan dari segi cara mendistribusikan informasi, yang menjadikannya lebih efisien dan dapat diakses secara real-time oleh masyarakat luas (Yusnaini et al., 2024).

- Media *digital* merupakan teknologi komunikasi yang difasilitasi penyebaran informasi, serta interaksi melalui internet dan perangkat *digital*. Media *digital* mencakup berbagai platform, seperti media social, situs *web*, aplikasi, dan layanan *streaming*. Teknologi ini telah mengubah pola komunikasi, berbagai informasi, dan partisipasi masyarakat secara signifikan. Media *digital* berperan penting dalam memperluas akses terhadap informasi, meningkatkan partisipasi publik, serta menyediakan ruang bagi diskusi politik yang lebih inklusif. Namun terdapat tantangan yang muncul dengan adanya media *digital*, seperti penyebaran informasi yang salah (*miss information*), polarisasi opini, serta isu privasi (Carpini, 2019).

Media cetak, elektronik, dan *digital* memiliki karakteristik, serta peran yang berbeda dalam penyebaran informasi. Media cetak, seperti surat kabar dan majalah, menggunakan bahan fisik dan bersifat statis, dengan jangkauan terbatas. Namun, efektif untuk komunikasi yang mendalam dan tahan lama. Media elektronik, seperti radio dan televisi, mengandalkan perangkat elektronik untuk menjangkau audiens secara luas dalam waktu singkat, meskipun cenderung bersifat satu arah. Sementara itu, media *digital* mencakup konten yang disebarluaskan melalui perangkat *digital* dan internet, seperti media sosial, situs *web*, aplikasi, yang menawarkan fleksibilitas interaksi dua arah, serta akses global yang cepat dan mudah. Namun, terdapat tantangan seperti keamanan data dan penyebaran misinformasi tetap ada. Oleh karena itu, secara keseluruhannya media *digital* telah menjadi dominan dalam komunikasi modern, menggeserkan peran tradisional media cetak dan elektronik.

2.2.2 Buku

Buku merupakan sekumpulan lembaran yang berisi tulisan, gambar, atau ilustrasi yang disatukan dan biasanya dilengkapi dengan sampul. Sebagai media, buku berfungsi untuk menyampaikan informasi, pengetahuan, hiburan, atau karya seni. Buku hadir dalam berbagai genre, seperti fiksi, non-

fiksi, panduan, dan karya akademik. Selain itu, tersedia dalam format cetak maupun digital. Buku dianggap sebagai sumber belajar yang sangat penting dan memainkan peran krusial dalam pengembangan budaya dan peradapan manusia. Terdapat empat bagian buku secara umum, yaitu *cover*, halaman *preliminaries*, bagian utama (isi), dan bagian *postliminary* (Muffiddah & Widyardini, 2022).

- *Cover* atau sampul buku merupakan bagian luar buku yang berfungsi sebagai identitas awal. Bagian ini memuat informasi dasar seperti judul, penulis, serta visual atau desain yang mencerminkan isi buku. *Cover* atau sampul buku yang menarik dapat membangun kesan pertama dan menarik minat audiens.
- *Preliminaries* merupakan bagian awal buku yang mencakup elemen-elemen seperti halaman judul, kata pengantar, pra-kata, dan daftar isi. Elemen tersebut membantu pembaca dalam memahami konteks, tujuan, dan struktur dari isi buku secara keseluruhan.
- Bagian utama (isi) merupakan bagian inti yang memuat seluruh materi atau pembahasan pokok sesuai topik yang diangkat dalam buku. Bagian ini umumnya terbagi ke dalam beberapa bab atau sub-bab untuk menyajikan materi secara sistematis dan mendalam.
- *Postliminary* merupakan bagian penutup yang mencakup kesimpulan, lampiran, dan referensi atau daftar pustaka. Pada bagian ini, penulis biasanya memberikan penutup atau ringkasan dari isi, serta mencakup sumber-sumber yang dirujuk dalam penulisan.

2.2.3 Ilustrasi

Ilustrasi merupakan gambar atau visual yang digunakan untuk memperjelas atau memperkaya konten teks. Ilustrasi berfungsi tidak hanya sebagai hiasan, tetapi juga untuk pembaca memahami informasi yang disampaikan dengan lebih baik. Ilustrasi sendiri terbagi menjadi beberapa jenis yang berdasarkan fungsinya, yaitu dekoratif, naratif, informatif, editorial, dan komersial (Maharsi, 2016).



Gambar 2.4 Ilustrasi Dekoratif

Sumber: Abdi, 2022.

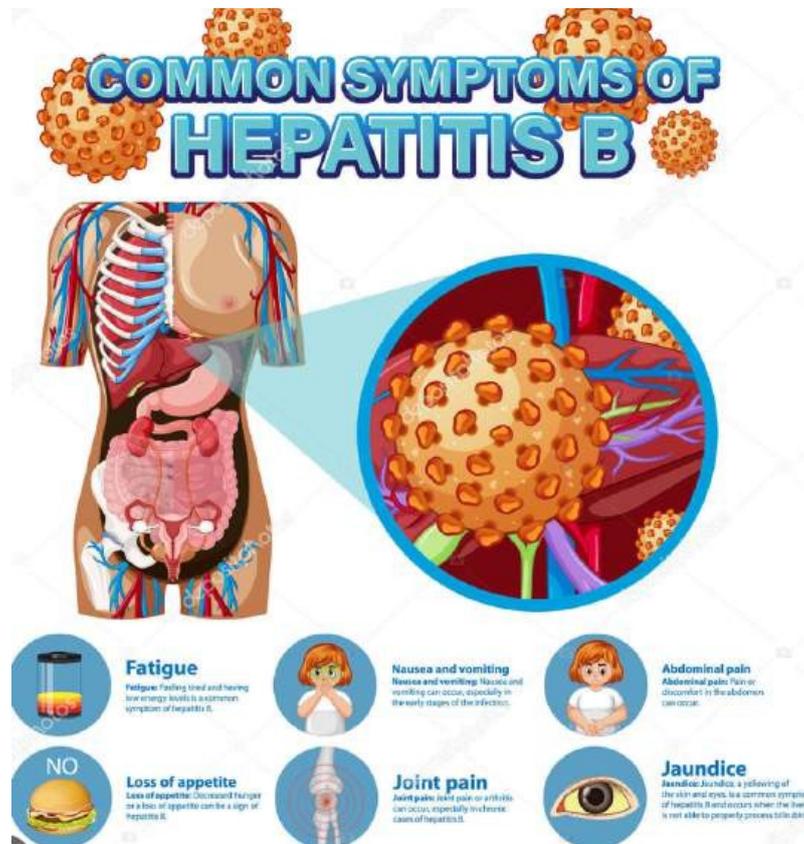
- Ilustrasi dekoratif merupakan jenis yang bertujuan untuk menambah nilai estetika pada suatu media. Jenis ini, sering digunakan untuk memperindah halaman atau tata letak, namun tidak selalu berkaitan langsung dengan isi atau pesan utama.



Gambar 2.5 Ilustrasi Naratif

Sumber: Yuda, 2024.

- Ilustrasi naratif merupakan jenis yang bertujuan untuk menyampaikan cerita atau alur tertentu. Jenis ini, sering mendukung cerita dalam buku atau komik, dengan gambar yang mampu menggambarkan adegan, emosi, dan perkembangan cerita.



Gambar 2.6 Ilustrasi Informatif

Sumber: Depositphotos, ND.

- Ilustrasi informatif merupakan jenis yang berperan dalam menjelaskan informasi secara visual, sehingga memudahkan pembaca dalam memahami data atau konsep yang kompleks. Biasanya, ditemukan dalam bentuk diagram, infografis, atau skema.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.7 Ilustrasi Editorial

Sumber: Isman, 2022.

- Ilustrasi editorial merupakan jenis yang mendampingi artikel atau teks dalam media editorial, seperti koran atau majalah. Jenis ini berfungsi untuk menambah daya tarik dan membantu pembaca memahami konteks atau isu yang dibahas dalam artikel.



Gambar 2.8 Ilustrasi Komersial

Sumber: Hapsari, 2022.

- Ilustrasi komersial merupakan jenis yang dirancang untuk kepentingan promosi dan pemasaran. Ilustrasi ini umumnya digunakan dalam iklan atau kemasan produk, dengan tujuan menarik perhatian konsumen dan memperkuat pesan pemasaran.

Maka dapat disimpulkan bahwa setiap jenis dari ilustrasi memiliki peran spesifik, mulai dari mempercantik visual, menyampaikan cerita, memudahkan pemahaman informasi, memperkuat pesan editorial, hingga menarik perhatian dalam konteks pemasaran. Pembagian ini menunjukkan bahwa ilustrasi memiliki beragam fungsi yang penting untuk berbagai tujuan komunikasi visual.

2.2.4 Layout

Layout merupakan susunan elemen-elemen visual dalam suatu desain yang bertujuan untuk menciptakan tata letak yang estetis dan fungsional. Terdapat lima elemen utama yang berperan dalam membentuk struktur visual yang efektif, yaitu teks, gambar dan grafik, ruang kosong, warna, dan garis dan bentuk (Huda et al, 2020).

- Teks merupakan elemen utama yang menyampaikan pesan atau informasi kepada pembaca. Penataan teks yang tepat dapat mempengaruhi keterbacaan dan daya tarik dari sebuah desain.
- Gambar dan grafik merupakan elemen visual seperti gambar dan grafik, yang digunakan untuk mendukung pesan yang disampaikan, serta membantu memperjelas atau menambahkan konteks. Elemen ini berfungsi untuk membuat tata letak lebih menarik secara visual.
- Ruang kosong merupakan area yang tanpa adanya elemen visual atau teks, yang berfungsi untuk memberikan kelonggaran pada desain. Dengan adanya ruang kosong ini, membantu audiens untuk fokus pada elemen-elemen penting tanpa merasa terlalu penuh atau sesak.
- Warna merupakan elemen yang digunakan untuk membangun suasana, menarik perhatian, serta memperkuat identitas dari desain. Kombinasi warna yang harmonis, dapat menciptakan kesan yang sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan.
- Garis dan bentuk merupakan elemen pembatas atau pemisah dalam tata letak. Selain itu, elemen ini juga berperan dalam membangun struktur dan keteraturan, sehingga desain terlihat rapi dan teratur.

Selain lima elemen tersebut, terdapat elemen tambahan yang dapat mempermudah audiens dalam membaca dan meningkatkan kerapian tampilan buku, yaitu elemen *grid* dan kolom.

- *Grid* merupakan struktur yang terdiri dari garis-garis horizontal dan vertikal yang berfungsi sebagai panduan dalam penataan elemen desain. Penggunaan *grid* membantu desainer dalam menciptakan tata letak yang teratur, konsisten, dan estetis, sehingga memudahkan audiens dalam memahami informasi yang disampaikan (Hilmi, 2022).
- Kolom merupakan pembagian vertikal pada sebuah halaman yang digunakan untuk mengatur tata letak teks, gambar, atau elemen visual lainnya agar lebih rapi dan mudah dibaca. Dalam konteks desain dan penulisan, kolom membantu menciptakan struktur yang terorganisasi, sehingga informasi dapat disampaikan dengan lebih jelas dan estetis (Rahman, 2021).

Dengan menggabungkan elemen-elemen ini secara harmonis, *layout* dapat berfungsi untuk menarik perhatian, memudahkan pembacaan, dan menyampaikan pesan secara efektif kepada audiens.

2.2.5 Tipografi

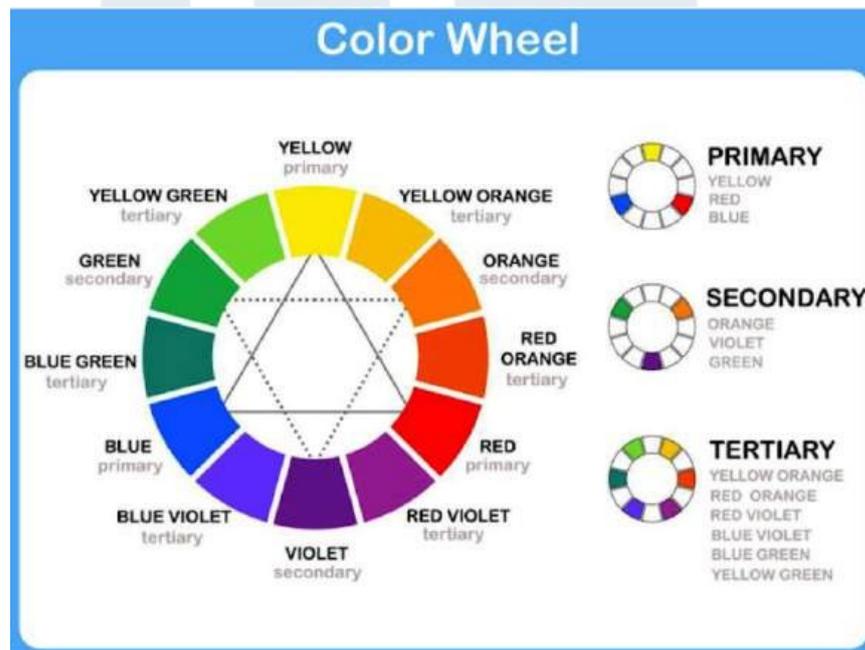
Tipografi merupakan seni dan teknik dalam mengatur suatu huruf serta teks agar terlihat menarik dan mudah dibaca. Tipografi tidak hanya berkaitan dengan pemilihan jenis huruf, melainkan juga mencakup pengaturan ukuran, jarak antar huruf, antar kata, dan antar baris, dengan tujuan menciptakan keselarasan visual. Selain berfungsi memperindah tampilan teks, tipografi juga mempermudah pembaca dalam memahami informasi yang disampaikan dalam sebuah desain. Pada pembuatan tipografi, terdapat tujuh elemen utama yang penting untuk menciptakan keterbacaan dan keindahan teks dalam desain, yaitu jenis huruf (*typeface*), ukuran huruf (*font size*), jarak antar huruf (*Kerning*), jarak antar baris (*Leading*), jarak antar kata (*Tracking*), warna teks, dan perataan (*Alignment*) (Sulaiman, 2023).

- Jenis huruf (*typeface*) merupakan elemen dasar dalam tipografi, karena setiap jenis huruf memiliki karakter dan gaya yang dapat mempengaruhi suasana teks.
- Ukuran huruf (*font size*) merupakan elemen yang penting untuk diperhatikan, karena untuk memastikan apakah teks mudah untuk dibaca. Ukuran yang berbeda juga dapat digunakan untuk menekankan bagian tertentu dalam teks.
- Jarak antar huruf (*Kerning*) merupakan penyesuaian jarak antar huruf dalam teks. *Kerning* yang baik dapat membantu menciptakan tampilan yang lebih harmonis dan enak untuk dipandang.
- Jarak antar baris (*Leading*) merupakan acuan pada jarak vertikal antara baris teks. Jarak ini penting untuk diperhatikan, karena mengacu pada kenyamanan membaca, terutama pada teks yang panjang.
- Jarak antar kata (*Tracking*) merupakan pengaturan jarak antar kata dalam teks. Pengaturan *tracking* yang baik membantu teks terlihat lebih rapi dan mudah untuk dibaca.
- Warna teks merupakan elemen yang memberikan penekanan pada bagian tertentu dan menambah daya tarik visual. Pemilihan warna yang sesuai dapat meningkatkan kontras dan keterbacaan teks.
- Perataan (*Alignment*) merupakan pengaturan posisi teks dalam sebuah *layout* baik rata kiri, rata kanan, rata tengah, atau *justify*. Perataan ini mempengaruhi struktur visual dan keterbacaan teks secara keseluruhan.

Kesimpulannya, elemen-elemen tipografi seperti jenis huruf, ukuran, jarak antar huruf, jarak antar baris, jarak antar kata, warna, dan perataan teks merupakan aspek penting yang mendukung keterbacaan dan keindahan teks dalam desain. Dengan memperhatikan elemen-elemen ini, tipografi dapat dibuat tidak hanya menarik secara visual tetapi juga fungsional dalam mempermudah pembaca dalam memahami informasi.

2.2.6 Warna

Warna merupakan elemen visual yang memiliki peran penting dalam memengaruhi persepsi serta emosi seseorang terhadap suatu objek atau desain. Warna bukan hanya sekedar elemen estetika, tetapi juga sebagai alat komunikasi yang dapat menyampaikan pesan dan membentuk suasana. Dalam konteks desain, pemilihan warna yang tepat, mampu memperkuat identitas visual dan mempengaruhi pengalaman pengguna terhadap suatu karya. Pada warna, terdapat beberapa elemen, yaitu corak (*cue*), kejenuhan (*saturation*), kecerahan (*brightness*), suhu warna (*temperature*), dan nilai (*value*) (Rizal, 2021).

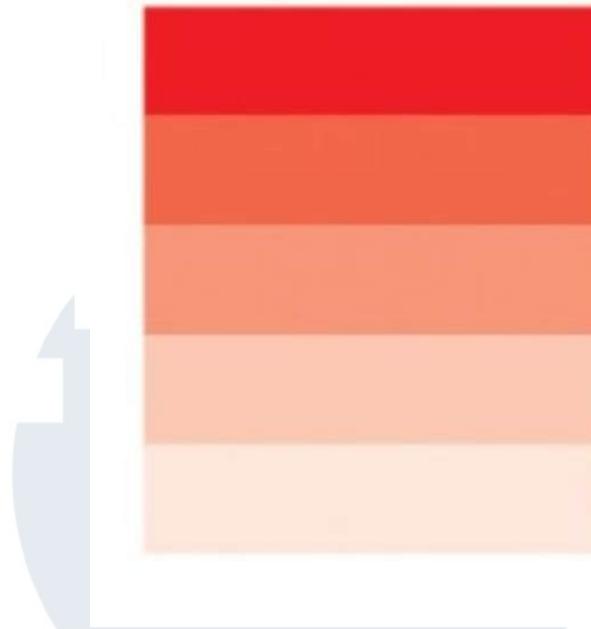


Gambar 2.9 Warna *Hue*

Sumber: Pariska, 2019.

- Corak (*Hue*) merupakan nama dari warna itu sendiri, seperti merah, biru, dan hijau. *Hue* menentukan jenis warna dasar yang terlihat oleh mata.

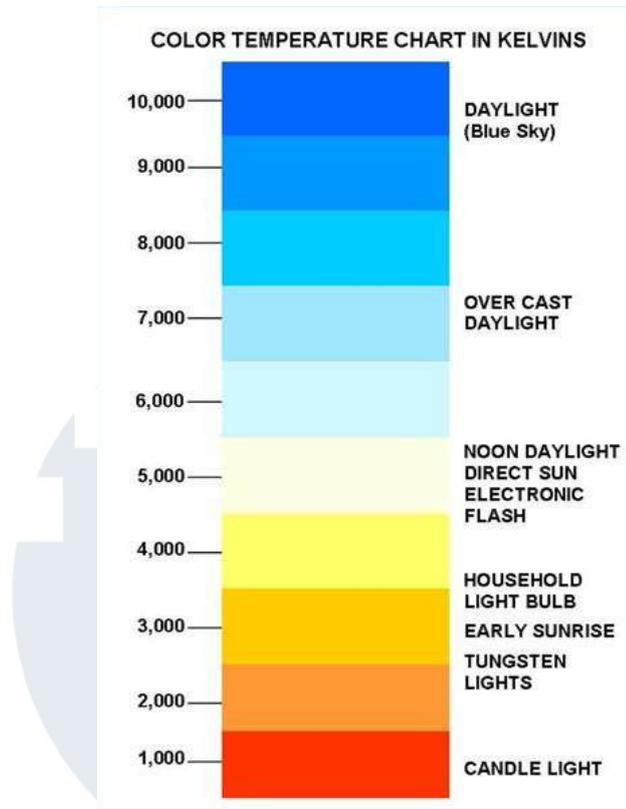
Saturation



Gambar 2.10 Warna *Saturation*
Sumber: Desain Elementer, 2023.

- Kejenuhan (*Saturation*) merupakan intensitas atau kecerahan suatu warna. Semakin tinggi saturasinya, maka akan semakin cerah dan mencolok warna tersebut, dan juga sebaliknya.
- Kecerahan (*Brightness*) merupakan elemen yang mengacu pada terang atau gelapnya warna. Elemen ini memengaruhi seberapa mudah warna terlihat dan bisa menimbulkan kesan tertentu dalam desain.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

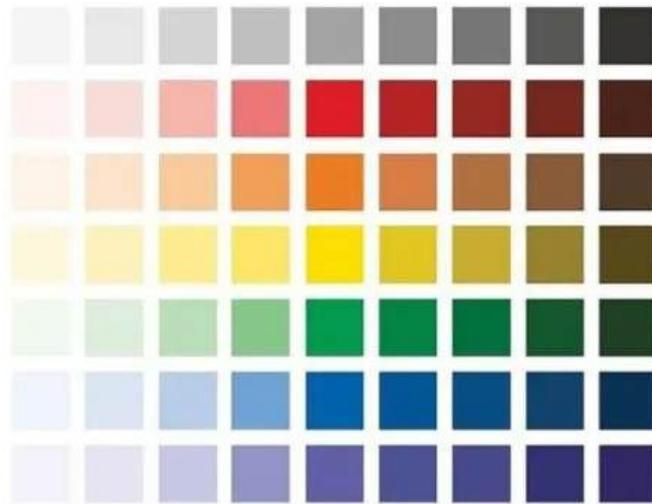


Gambar 2.11 Warna *Temperatur*

Sumber: Digitalfotografi, 2011.

- Suhu warna (*Temperatur*) merupakan warna yang dikategorikan sebagai warna hangat, seperti merah dan oranye atau warna dingin, seperti biru dan hijau. Suhu warna memengaruhi suasana yang ingin ditimbulkan, misalnya warna hangat cenderung terasa energik, sedangkan warna dingin terasa menenangkan.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.12 Warna *Value*

Sumber: Rifkimulyawan.com, ND.

- Nilai (*Value*) merupakan intensitas terang atau gelap dari warna, yang membantu memberikan kedalaman dan kontras dalam desain. Warna dengan nilai yang berbeda, dapat menciptakan efek visual yang menarik dan memudahkan audiens dalam membaca.

Dengan adanya elemen-elemen ini, warna dapat digunakan secara efektif untuk menciptakan harmoni visual, menekankan elemen tertentu, dan juga membangun suasana yang diinginkan dalam sebuah desain.

2.2.7 Content Writing

Content Writing merupakan suatu proses kreatif dalam menghasilkan konten tertulis yang informatif, menarik, dan relevan, yang ditunjukkan untuk berbagai platform. Proses ini tidak hanya sekedar aktivitas menulis, tetapi mencakup pemahaman mendalam terhadap audiens, dalam penyampaian pesan dengan cara yang efektif, serta mengoptimalkan konten agar dapat memberikan dampak yang maksimal di berbagai media. Tujuan adanya *content writing* adalah untuk menciptakan konten yang tidak hanya memuat informasi, tetapi juga mampu membangun interaksi dan ketertarikan dari audiens. Terdapat enam prinsip utama pada *content writing*, yaitu fokus pada audiens, kejelasan dan keterbacaan, optimasi untuk mesin pencari atau SEO,

nilai dan keaslian konten, *storytelling*, dan panggilan untuk bertindak atau *call to action* (Gupta, 2020).

- Fokus pada audiens merupakan konten yang perlu untuk dirancang dengan mempertimbangkan kebutuhan, minat, dan masalah audiens target, sehingga audiens dapat memahami apa yang dicari dan bagaimana informasi dapat disajikan dengan relevan dan bermanfaat. Terdapat tiga konsep kunci yang perlu dilakukan dalam menentukan audiens yang akan difokuskan, yaitu demografi, psikografis, dan perilaku (Wahyuti, 2023).
 - Demografi merupakan konsep yang mengelompokkan audiens berdasarkan faktor-faktor demografinya, seperti usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pendapatan, dan pekerjaan. Dengan segmentasi ini, audiens dapat dipilih sesuai dengan karakteristik yang paling relevan, sehingga komunikasi menjadi lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan mereka.
 - Psikografis merupakan konsep yang menitikberatkan pada aspek psikologis dari audiens, seperti gaya hidup, nilai-nilai, minat, dan sikap mereka. Memahami karakteristik psikografis ini membantu dalam menciptakan pesan yang lebih personal dan sesuai dengan motivasi audiens.
 - Perilaku merupakan konsep yang berfokus pada pola atau kebiasaan audiens dalam berinteraksi dengan produk atau layanan, termasuk tingkat penggunaan, loyalitas, dan respons terhadap promosi. Dengan memahami perilaku dari audiens, strategi komunikasi dapat lebih disesuaikan dengan kebiasaan dan preferensi audiens.
- Kejelasan dan keterbacaan merupakan pembuatan konten yang mudah untuk dipahami, dengan menggunakan bahasa yang jelas, struktur yang baik, dan kalimat yang ringkas sehingga dapat meningkatkan pengalaman pembaca. Dalam pembuatan *copywriting* yang jelas dan

mudah untuk dibaca, diperlukan dua aspek yang diperhatikan, yaitu *legibility* dan *readability* (Koskow, 2021).

- *Legibility* merupakan aspek yang mengacu pada kejelasan dan kemudahan dalam mengenali bentuk-bentuk huruf secara individu. Dengan kata lain, *legibility* berfokus pada bagaimana desain huruf, seperti bentuk, ukuran, dan jarak antar huruf, yang memengaruhi kemampuan pembaca untuk mengenali huruf secara tepat dan akurat.
- *Readability* merupakan aspek yang berhubungan dengan kenyamanan dan kemudahan dalam membaca teks secara keseluruhan. Ini mencakup aspek seperti pengaturan kalimat, panjang baris, dan struktur paragraf yang membantu memperlancar proses membaca. Peran dari *readability* ini adalah menjaga alur dan pemahaman pembaca terhadap konten, sehingga teks dapat di baca dengan lancar dan dipahami dengan baik.
- Optimasi untuk mesin pencari (SEO) merupakan konten yang harus fokus pada audiens, sehingga menggunakan kata kunci yang tepat, meta deskripsi, dan struktur konten yang dapat membantu mesin pencari memahami dan memprioritaskan konten di halaman hasil pencarian. Terdapat enam cara untuk menggunakan SEO agar menjadi efektif, yaitu riset kata kunci yang mendalam, penggunaan kata kunci yang strategis, pembuatan konten yang berkualitas tinggi, struktur yang terorganisir dan mudah dibaca, pengoptimalan elemen visual, dan penerapan tautan internal serta eksternal (Papagiannis, 2020).
 - Riset kata kunci yang mendalam merupakan cara untuk menemukan istilah yang paling relevan dan sering dicari oleh audiens target. Hal ini termasuk dengan penggunaan kata kunci utama serta variasi terkait (*long-tail keywords*) yang mencerminkan minat atau masalah audiens.

- Penggunaan kata kunci yang strategis merupakan cara yang harus ditempatkan dengan strategis dalam elemen-elemen penting konten, seperti judul, sub-judul, paragraf pertama, dan meta deskripsi. Penempatan yang alami dan tidak berlebihan sangat penting untuk menjaga kualitas dari konten agar tetap relevan dan nyaman untuk dibaca.
- Pembuatan konten berkualitas tinggi merupakan cara untuk memberi nilai tambah kepada audiens, menjawab dari pertanyaan audiens, hingga menyelesaikan masalah dari audiens. Konten yang disampaikan harus informatif, akurat, dan relevan, yang cenderung memiliki peringkat lebih tinggi karena lebih diminati dan dapat dibagikan oleh pengguna.
- Struktur yang terorganisir dan mudah dibaca merupakan cara menentukan struktur konten yang jelas, mulai dengan penggunaan judul dan sub-judul dalam membantu mesin pencari agar dapat memahami hierarki informasi. Selain itu, struktur yang terorganisir juga memudahkan pembaca dalam menyerap informasi, sehingga meningkatkan durasi mereka di setiap halamannya.
- Pengoptimalan elemen visual merupakan elemen visual yang ada pada konten, seperti gambar, infografis, dan video diperlukan menggunakan yang optimal. Hal itu termasuk seperti teks alternatif (*alt text*) yang relevan, ukuran yang sesuai, serta deskripsi yang membantu mesin pencari dalam memahami konten visualnya.
- Penerapan tautan internal dan eksternal merupakan penekanan yang penting dalam membangun tautan yang relevan ke konten lain dalam situs (tautan internal) dan ke sumber eksternal yang terpercaya. Tautan ini meningkatkan kredibilitas suatu konten dan membantu meningkatkan peringkat konten di mesin pencari.

- Nilai dan keaslian konten merupakan konten yang harus memberikan nilai nyata kepada pembaca. Hal ini berarti bahwa perlu untuk menyajikan informasi yang akurat, mendalam, dan orisinal. Konten yang hanya meniru atau mengulang informasi dari tempat lain atau milik orang lain, tidak akan menarik atau bermanfaat bagi audiens. Terdapat dua aspek yang mendasari dalam menciptakan konten yang berkualitas, yaitu nilai konten dan keaslian konten (Reken et al., 2024).
 - Nilai konten merupakan aspek yang berhubungan dengan seberapa jauh konten tersebut akan mampu memberikan manfaat atau informasi yang relevan, yang dibutuhkan oleh audiens. Konten yang memiliki nilai tinggi adalah konten yang efektif dalam menjawab suatu pertanyaan, memenuhi kebutuhan, atau menyelesaikan masalah audiens, sehingga mereka merasa bahwa konten tersebut berharga dan layak untuk dibaca atau dibagikan.
 - Keaslian konten merupakan aspek yang mengacu pada orisinalitas dan ketulusan dalam penyajiannya. Konten yang autentik tidak hanya bebas dari unsur plagiarisme, tetapi juga menawarkan perspektif atau pendekatan yang unik, sehingga berbeda dengan konten yang serupa. Keaslian adalah hal yang sangat penting, karena dapat membangun kredibilitas serta meningkatkan kepercayaan audiens, sekaligus memperkuat citra merek atau identitas personal.
- *Storytelling* merupakan aspek yang penting dari *content writing*, karena *storytelling* dapat membuat konten menjadi lebih menarik dan *relatable*, yang pada akhirnya dapat membantu membangun hubungan yang lebih kuat dengan pembaca. Dalam pembuatan *storytelling copywriting*, terdapat lima unsur yang perlu untuk diperhatikan, agar pesan atau isi konten dapat tersampaikan dengan efektif dan menarik, yaitu karakter yang dapat dikenali, konflik atau masalah, solusi atau

penyelesaian, unsur emosional dan pesan moral, dan *call to action* (Madiyant, 2021).

- Karakter yang dapat dikenali merupakan karakter yang pada cerita tersebut harus memiliki sifat atau pengalaman yang akrab bagi audiens, sehingga mereka merasa terhubung. Karakter tersebut sering sekali mencerminkan audiens yang sedang menghadapi masalah yang serupa dengan situasi mereka.
 - Konflik atau masalah merupakan unsur yang membuat cerita agar lebih menarik. Dalam pembuatan cerita yang menarik, membutuhkan konflik atau tantangan yang dihadapi oleh karakter utama. Konflik tersebut dapat menggambarkan permasalahan nyata yang nantinya dapat diselesaikan oleh produk atau layanan yang ditawarkan.
 - Solusi atau penyelesaian merupakan solusi yang menunjukkan manfaat dari produk atau layanan. Penyelesaian ini menekankan peran dari produk atau layanan yang ditawarkan.
 - Unsur emosional dan pesan moral merupakan *copywriting* yang menggunakan emosi untuk membangun kedekatan audiens dengan audiens. Unsur emosional ini membantu audiens merasa terlibat lebih dalam dengan cerita, sementara pesan moral atau pelajaran menambah nilai dari cerita tersebut.
 - *Call to action* merupakan ajakan bagi audiens untuk melakukan tindakan tertentu, seperti membeli produk, mendaftar, atau mencari informasi lebih lanjut. Hal ini penting agar *storytelling* dapat mencapai tujuan pemasaran yang ditetapkan.
- Panggilan untuk bertindak (*Call to Action*) merupakan konten yang efektif adalah konten yang dapat mengarahkan audiens untuk mengambil langkah berikutnya, seperti mendaftar, membeli produk, atau hanya membaca lebih lanjut. *Call to action* yang jelas dan kuat

dapat meningkatkan interaksi dan konversi. Dalam pembuatan *copywriting call to action* yang efektif, terdapat beberapa unsur penting, yaitu kejelasan, keterkaitan dengan nilai audiens, urgensi, penempatan strategis desain yang menarik (Gaston, 2019).

- Kejelasan merupakan *copywriting* yang dibuat agar audiens dapat langsung mengetahui tindakan yang diinginkan. Kata atau kalimat yang lugas, seperti “Beli sekarang” atau “Daftar gratis”, hal tersebut yang dapat membantu dalam menyampaikan pesan secara langsung.
- Relevansi dengan audiens merupakan cerminan yang dibutuhkan atau diminati oleh audiens, sehingga membuat mereka merasa tindakan tersebut relevan. Dengan memahami kebutuhan audiens, *call to action* dapat disusun untuk memberikan manfaat bagi mereka.
- Urgensi merupakan *copywriting* yang biasanya ditambahkan untuk mendorong audiens agar segera mengambil tindakan, seperti “Penawaran terbatas” atau “Hanya hari ini”. Hal ini yang menciptakan rasa pentingnya bertindak cepat.
- Penempatan strategis merupakan *copywriting* yang diletakan pada posisi yang mudah untuk dilihat, seperti contohnya di awal, diakhir konten, posisi tersebut cenderung lebih menarik perhatian audiens dan konten dapat berpengaruh pada efektivitasnya.
- Desain yang menarik merupakan penggunaan warna, ukuran, dan bentuk yang menarik pada *copywriting*. Hal ini penting untuk memastikan *copywriting call to action* menarik dan mudah untuk diperhatikan. Desain yang menonjol juga dapat membantu agar lebih menarik perhatian dan mendorong tindakan.

Melalui prinsip-prinsip di atas, *content writing* dapat sebagai alat strategis yang menggabungkan kreativitas dengan data dan strategi

pemasaran, yang pada akhirnya bertujuan untuk menarik, melibatkan, dan mengonversi audiens.

2.2.8 Design Thinking

Design thinking merupakan metode pemecahan masalah yang berorientasi pada manusia dan mengedepankan inovasi melalui pendekatan kolaboratif dan iteratif. Metode ini berfokus pada pemahaman yang mendalam terhadap kebutuhan pengguna dan eksplorasi ide-ide kreatif yang beragam. Hal ini bermanfaat untuk merancang solusi yang relevan dan efektif. Pada metode design thinking terdapat enam tahapan utama yang berfokus pada solusi inovatif, yaitu memahami (*understand*), mengamati (*observe*), merumuskan sudut pandang (*define point of view*), mengembangkan ide (*ideate*), membuat prototipe (*prototype*), dan menguji coba (*test*) (Lewrick et al., 2018).

- Memahami (*understand*) merupakan tahap awal yang mengidentifikasi dan memahami konteks serta masalah yang dihadapi. Proses ini mencakup pengumpulan data dan penelitian untuk memperoleh pemahaman menyeluruh mengenai situasi dan kebutuhan pengguna. Pada proses *understand* terdapat lima langkah-langkah yang perlu dilakukan, yaitu penelitian pendahuluan, wawancara dan survei pengguna, observasi lapangan, analisis temuan, dan perumusan wawasan (Aziza et al., 2024).
 - Penelitian pendahuluan merupakan proses yang diawali dengan literatur dan pengumpulan data dasar yang berkaitan dengan permasalahan yang ingin dipecahkan. Tujuan dari langkah ini adalah memperoleh pemahaman awal mengenai konteks dan latar belakang permasalahan, termasuk tren atau isu yang relevan .
 - Wawancara dan survei pengguna merupakan langkah pengumpulan informasi langsung dari pengguna melalui wawancara atau survei. Metode ini memungkinkan untuk

menggali kebutuhan, preferensi, serta tantangan yang dihadapi pengguna dalam kehidupan sehari-hari.

- Observasi lapangan merupakan langkah observasi secara langsung terhadap pengguna di lingkungan yang ditetapkan untuk mendapatkan wawasan tentang perilaku dan kebiasaan. Hal ini membuka kemungkinan bahwa tidak terungkap dalam wawancara dan berperan penting dalam memberikan pemahaman yang lebih konkret terhadap pengalaman pengguna.
 - Analisis temuan merupakan data yang telah terkumpul kemudian dianalisis untuk menemukan pola atau tren yang muncul, serta poin-poin kunci yang menggambarkan kebutuhan dan permasalahan pengguna. Pada tahap ini, dapat ditentukan aspek-aspek yang paling mendesak untuk difokuskan dalam tahap berikutnya.
 - Perumusan wawasan merupakan perumusan wawasan utama yang akan dijadikan sebagai dasar pengembangan solusi di tahap-tahap selanjutnya. Wawasan ini untuk memastikan bahwa setiap langkah yang diambil selanjutnya tetap berfokus pada permasalahan inti.
- Mengamati (*observe*) merupakan tahap yang berfokus pada pengamatan langsung terhadap perilaku dan interaksi pengguna dalam situasi nyata. Proses ini dapat mengidentifikasi kebutuhan dan hambatan yang mungkin tidak tampak dalam penelitian. Pada tahap ini terdapat lima langkah yang perlu dilakukan, yaitu pengamatan langsung di lapangan, pencatatan perilaku pengguna, pendokumentasian lingkungan, identifikasi titik masalah (*pain points*), dan analisis data hasil pengamatan (Watini, 2024).
 - Pengamatan langsung di lapangan merupakan langkah awal yang dilakukan dengan mengamati pengguna secara langsung dilingkungan mereka, agar dapat memahami cara pengguna

berinteraksi dengan produk atau layanan dalam kondisi nyata. Hal ini membantu menangkap perilaku yang mungkin tidak terungkap melalui metode lain.

- Pencatatan perilaku pengguna merupakan pendataan berbagai respons, kebiasaan, serta reaksi pengguna dalam situasi tertentu. Pendataan ini penting untuk memahami pola interaksi pengguna dengan produk atau layanan yang menjadi objek penelitian.
- Pendokumentasian lingkungan merupakan pendokumentasian pada tempat pengamatan untuk mendapatkan konteks yang lebih luas, karena faktor-faktor seperti suasana, fasilitas yang ada, serta interaksi pengguna dengan elemen di sekitarnya dapat memengaruhi pengalaman pengguna.
- Identifikasi titik masalah (*pain points*) merupakan mengidentifikasi kendala atau masalah yang dihadapi berdasarkan hasil pengamatannya dalam interaksi dengan produk atau layanan. *Pain points* ini penting untuk menentukan aspek yang perlu diperbaiki demi meningkatkan pengalaman.
- Analisis data hasil pengamatan merupakan penganalisan informasi yang telah terkumpul pada data pengamatannya untuk menemukan pola atau tren yang relevan, yang didasari pemahaman lebih mendalam mengenai kebutuhan dan masalah yang dihadapi.
- Merumuskan sudut pandang (*define point of view*) merupakan tahap yang berdasarkan hasil pemahaman dan pengamatan, lalu dirumuskan inti masalahnya yang akan dipecahkan. Pada tahap ini, masalah dirumuskan secara spesifik dengan mengacu pada perspektif pengguna, agar solusi yang dihasilkan lebih relevan. Pada proses ini terdapat lima tahapan, yaitu mengidentifikasi masalah utama, merumuskan sudut pandang pengguna, mendefinisikan pernyataan

masalah (*problem statement*), menyusun sasaran desain, dan mendokumentasikan hasil definisi.

- Mengidentifikasi masalah utama merupakan langkah awal dalam menyaring data dari tahap observasi untuk menemukan inti masalah atau tantangan utama yang dihadapi pengguna. Dalam proses ini, desainer fokus pada isu-isu spesifik yang paling berdampak pada pengalaman.
- Merumuskan sudut pandang pengguna merupakan perumusan perspektif pengguna dengan lebih mendalam. Sudut pandang ini mencakup kebutuhan dan harapan audiens, sehingga dapat memahami masalah dari perspektif audiens.
- Mendefinisikan pernyataan masalah (*problem statement*) merupakan penyusunan pertanyaan masalah yang jelas, singkat, dan terarah. Pernyataan ini memuat gambaran mengenai siapa audiens, apa yang dibutuhkan, dan hambatan apa yang dialami, hingga solusi yang akan dikembangkan tetap berfokus pada pengguna.
- Menyusun sasaran desain merupakan penyusunan sasaran atau tujuan desain yang ingin dicapai. Sasaran ini menjadi panduan bagi langkah-langkah selanjutnya dalam proses desain, memastikan bahwa solusi yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan audiens.
- Mendokumentasikan hasil definisi merupakan hasil akhir dari tahap *define point of view* kemudian didokumentasikan secara sistematis untuk menjadi acuan dalam proses *brainstorming* ide. Dokumentasi ini memuat analisis mendalam mengenai masalah audiens, yang akan mendasari pembuatan solusi yang relevan dan efektif.
- Mengembangkan ide (*ideate*) merupakan tahapan yang mencakup proses *brainstroming*, untuk menghasilkan berbagai ide dan solusi potensial. Seluruh ide yang dikumpulkan, lalu disaring untuk dipilih

untuk ditentukan yang sesuai dan terbaik. Pada tahap ini terdapat beberapa tahapan, yaitu identifikasi masalah, pengumpulan informasi, *brainstorming*, penyaringan ide, pengembangan konsep, *prototyping*, dan uji coba dan umpan balik (Darmalaksana, 2020).

- Identifikasi masalah merupakan langkah awal dalam melibatkan pemahaman yang mendalam terhadap masalah yang ingin dipecahkan. Hal ini penting untuk melakukan informasi dan data yang relevan, agar masalah yang dihadapi dapat terdefinisikan dengan jelas.
- Pengumpulan informasi merupakan pengumpulan informasi tambahan. Hal ini dapat dilakukan melalui riset pasar, wawancara, atau survei untuk mendapatkan perspektif yang lebih luas terkait dengan isu yang ada.
- *Brainstorming* merupakan tahapan yang dilakukan untuk menghasilkan berbagai ide. Tiap individu yang berkontribusi didorong untuk berkontribusi tanpa dibatasi oleh kritik, sehingga dapat menghasilkan banyak alternatif solusi.
- Penyaringan ide merupakan penyaringan dan evaluasi ide-ide dari pengumpulan hasil ide. Hal ini dilakukan dengan mempertimbangkan relevansi, *feasibility*, dan dampak dari setiap ide.
- Pengembangan konsep merupakan tahap dimana ide yang terpilih akan dikembangkan menjadi konsep yang lebih matang. Tiap konsep dieksplorasi lebih lanjut untuk memahami cara implementasinya, potensi risiko, dan sumber daya yang dibutuhkan.
- *Prototyping* merupakan tahap yang melibatkan pembuatan prototipe dari konsep yang sudah dikembangkan. Hal ini berfungsi untuk menguji ide dalam bentuk yang lebih nyata dan memungkinkan umpan balik yang konstruktif.

- Uji coba dan umpan balik merupakan uji coba yang dilakukan terhadap prototipe yang telah dibuat. Mendapatkan umpan balik dari *stakeholder* yang sangat penting untuk mengetahui seberapa efektif ide yang telah dikembangkan.
- Membuat prototipe (*prototype*) merupakan tahap yang melibatkan pembuatan model awal atau percontohan dari solusi yang dipilih. Tahap ini dapat berupa sketsa atau model sederhana yang memungkinkan untuk diuji konsepnya secara langsung. Pada proses ini terdapat beberapa tahapan yang perlu untuk dilakukan, yaitu perencanaan prototipe, pembuatan prototipe sederhana, uji coba dan evaluasi awal, perbaikan dan pengembangan lebih lanjut, uji coba dengan pengguna atau *stakeholder*, dan penyempurnaan terakhir dan finalisasi prototipe (Müller-Roterberg, 2020).
 - Perencanaan prototipe merupakan tahapan pertama yang melibatkan penentuan aspek-aspek utama dari ide atau produk yang akan dibuat prototipenya. Pada langkah ini melakukan penentuan tujuan prototipe, contohnya untuk menguji fitur tertentu atau mendapatkan umpan balik pengguna. Perencanaan ini juga mencakup identifikasi sumber daya, alat, dan waktu yang diperlukan.
 - Pembuatan prototipe sederhana merupakan pembuatan prototipe awal yang berfokus pada fungsi-fungsi utama, tanpa memprioritas detail yang rumit, prototipe sederhana ini membantu pengembangan melihat gambaran kasar dari ide yang sedang dikembangkan dan memastikan bahwa konsep dasar dapat diwujudkan.
 - Uji coba dan evaluasi awal merupakan uji awal pada prototipe untuk melihat bagaimana fungsi dasar bekerja. Uji coba ini sering kali dilakukan secara internal oleh tim pengembang untuk mengidentifikasi masalah atau kelemahan yang perlu diperbaiki sebelum melibatkan pengguna atau pihak eksternal.

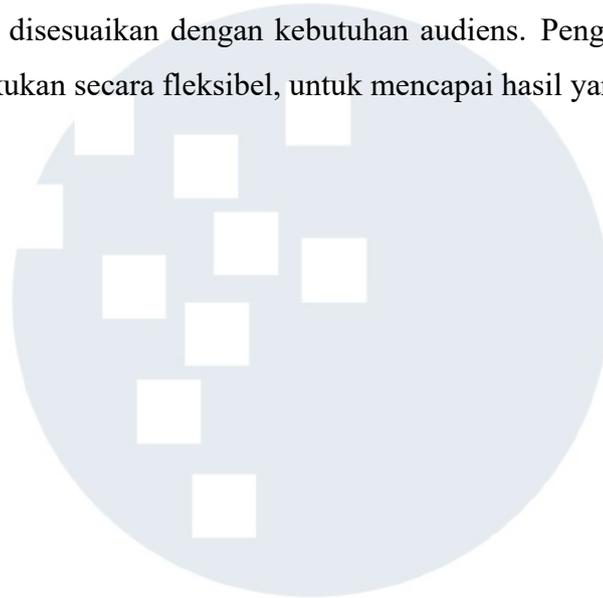
- Perbaikan dan pengembangan lebih lanjut merupakan hasil uji awal, lalu diperbaiki dan disempurnakan. Proses ini meliputi penambahan atau penyempurnaan fitur, peningkatan kualitas dan penyesuaian dengan umpan balik yang sudah diperoleh. Pengembangan ini bertujuan untuk semakin mendekatkan prototipe dengan produk akhir.
- Uji coba dengan pengguna atau *stakeholder* merupakan pengujian dengan *stakeholder*, yang bertujuan untuk mendapatkan umpan balik nyata mengenai pengalaman audiens, kesesuaian fungsi, dan keefektifan produk atau jasa. Pengujian ini sangat penting untuk memahami persepsi audiens dan menilai apakah prototipe sudah memenuhi kebutuhan yang diidentifikasi.
- Penyempurnaan terakhir dan finalisasi prototipe merupakan penyempurnaan berdasarkan umpan balik dari pengujian audiens, sehingga prototipe menjadi semakin mendekati versi akhir yang diharapkan. Setelah penyempurnaan selesai, prototipe dapat dipertimbangkan untuk tahap produksi atau implementasi lebih lanjut.
- Menguji coba (*test*) merupakan tahap akhir yang diuji untuk mendapatkan masukan yang nyata. Hasil dari pengujian ini, digunakan untuk dievaluasi dan memperbaiki solusi, sehingga dapat dilakukan penyempurnaan, jika perlu untuk dilakukan. Pada proses ini terdapat beberapa tahapan, yaitu perencanaan pengujian, persiapan data uji dan lingkungan pejuian, pelaksanaan oengujian, pengumpulan dan analisis hasil uji, umpan balik dan revisi, pengujian ulang (*re-testing*), dan dokumentasi dan pelaporan (Siregar, 2024).
 - Perencanaan pengujian merupakan perencanaan menyeluruh terkait tujuan dan jenis pengujian yang akan dilakukan. Pada proses ini ditentukan aspek-aspek spesifik yang ingin diuji, seperti fungsionalitas, keandalan, atau kesesuaian dengan

kebutuhan pengguna. Selain itu, perencanaan ini juga meliputi penetapan kriteria sukses dan alat yang akan digunakan selama proses pengujian.

- Persiapan data uji dan lingkungan pengujian merupakan persiapan data uji yang relevan serta lingkungan yang mendukung proses pengujian. Persiapan data yang baik, seperti simulasi situasi nyata atau skenario penggunaan, dapat memastikan hasil pengujian lebih akurat dan sesuai dengan konteks sebenarnya.
- Pelaksanaan pengujian merupakan rencana yang telah disusun, setiap aspek dari produk atau solusi diuji satu per satu untuk memastikan semua fitur berjalan dengan baik. Tahap ini sering kali melibatkan pengamatan dan pencatatan hasil uji untuk setiap skenario yang dijalankan.
- Pengumpulan dan analisis hasil uji merupakan hasil-hasil uji yang dikumpulkan dan dianalisis untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan produk. Analisis ini membantu dalam memahami efektivitas produk serta menentukan apakah produk memenuhi kriteria yang telah ditetapkan di awal.
- Umpan balik dan revisi merupakan umpan balik yang diberikan kepada tim berkontribusi untuk memperbaiki atau menyempurnakan produk atau jasa. Proses ini penting agar kekurangan atau kelemahan yang terdeteksi dapat segera diperbaiki sebelum di *launching*.
- Pengujian ulang (*Re-testing*) merupakan pemastian bahwa perbaikan yang sudah diterapkan berhasil mengatasi masalah tanpa menimbulkan kendala baru. Hal ini bertujuan untuk memvalidasi kembali kualitas dan performa produk setelah adanya penyempurnaan.
- Dokumentasi dan pelaporan merupakan dokumentasi hasil dari pengujian dalam bentuk laporan yang mencakup semua

temuan, proses revisi, dan hasil akhir pengujian. Dokumentasi ini penting untuk dijadikan sebagai acuan bagi pengembang serta sebagai bukti pelaksanaan pengujian yang sistematis dan menyeluruh.

Keenam metode ini dirancang agar dapat mengembangkan solusi yang terus disesuaikan dengan kebutuhan audiens. Pengembangan tersebut dapat dilakukan secara fleksibel, untuk mencapai hasil yang optimal.



UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

BAB III

METODOLOGI PERANCANGAN KARYA

3.1 Tahapan Pembuatan

3.1.1. Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan oleh penulis dalam mengumpulkan data adalah dengan menggunakan metode kualitatif. Metode kualitatif merupakan metode yang menekankan pada eksplorasi yang mendalam terhadap suatu hal yang diteliti, melalui pendekatan yang deskriptif dan interpretatif. Pendekatan ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih kaya akan perspektif subjek dan dinamika yang terjadi pada fenomena yang diteliti (Wibisono, 2019).

Penulis menggunakan dua cara pada metode kualitatif dalam mengumpulkan datanya, yaitu dengan cara wawancara dan observasi. Kedua cara tersebut dilakukan langsung oleh penulis kepada warga Kampung Nagajaya, Desa Sindangratu, Lebak Selatan, karena warga di sana merupakan narasumber yang tepat dalam membantu penulis dalam mengumpulkan data. Selain warga disana yang lebih mengenal wilayah di sana, warga Kampung Nagajaya juga mengetahui apa yang dibutuhkan untuk dibantu oleh penulis dalam pembuatan buku tersebut.

3.1.2. Metode Perancangan Karya

Selama merealisasikan *humanity project* ini, terdapat beberapa tahap perancangan yang dilalui oleh penulis. Tujuan adanya tahap perancangan ini adalah untuk mempermudah dan melancarkan proyek buku edukasi ini. Penulis menggunakan metode *design thinking* untuk mempermudah dan memperlancar jalannya proyek ini. Hal ini terbukti efektif, karena telah digunakan oleh referensi karya. Metode ini terdiri dari beberapa tahapan, berikut adalah penjelasan pada tahapannya:

- *Understand* (Memahami):

Pada tahap ini, penulis melakukan riset mendalam kepada warga untuk mengetahui dan memahami apa yang dapat dibantu untuk meningkatkan

perekonomiannya, sehingga dapat dibantu oleh penulis. Penulis akan melakukan wawancara dengan berbagai sumber, dengan cara membagi kelompok menjadi tiga kubu. Tiap kubu akan berisikan dua orang, karena kelompok beranggotakan enam orang.

Wawancara tersebut akan mengumpulkan informasi yang mencakup berbagai aspek, seperti menanyakan mengenai kebutuhan dan bagaimana aktivitas keseharian warga. Hal ini perlu untuk dilakukan, agar dapat menemukan suatu peluang yang ada di wilayah sana, untuk meningkatkan perekonomian warga. Selain itu, penulis dan kelompok juga menelusuri hambatan-hambatan yang dihadapi oleh warga, sehingga dapat meyakinkan penulis dan kelompok untuk menentukan peluang yang dimiliki oleh warga, agar dapat meningkatkan perekonomian warga. Informasi yang dikumpulkan pada tahap ini akan memberikan gambaran yang menyeluruh mengenai kondisi serta kebutuhan warga Kampung Nagajaya, Desa Sindangratu. Informasi ini menjadi elemen penting sebagai dasar perencanaan proyek yang sesuai dan mampu memberikan dampak dan manfaat bagi masyarakat setempat.

- *Observe* (Mengamati):

Setelah melakukan pendekatan dengan warga dan mengumpulkan data yang dibutuhkan, penulis melanjutkan ke tahap observasi untuk mengamati keadaan dan situasi secara langsung. Pada tahap ini, penulis akan memahami lebih dalam dengan tujuan untuk mengetahui kebutuhan warga Kampung Nagajaya secara spesifik. Seperti contohnya, mengelilingi wilayah sana bersama dengan warga dan diselingi dengan berinteraksi yang lebih dalam. Dengan adanya tahap ini, hasil dari memahami akan menjadi lebih mengenali situasi sebenarnya yang terjadi oleh warga setempat.

Selain itu, penelusuran wilayah ini tidak hanya bertujuan untuk mengumpulkan data, tetapi juga untuk memahami bagaimana warga sekitar memanfaatkan sumber daya alam tersebut dalam kehidupan sehari-hari.

Tahap ini memungkinkan penulis untuk mendapatkan perspektif yang lebih mendalam dan otentik mengenai hubungan antara masyarakat Kampung Nagajaya dan lingkungannya. Dengan mengintegrasikan data dari hasil observasi langsung, wawancara, dan pengalaman menyusuri hutan, penulis berharap dapat menemukan suatu temuan menarik yang dapat dijadikan sebagai inti dari buku yang sedang dikembangkan. Seperti contohnya, ditemukan sebuah pohon langka yang memiliki nilai sejarah atau medis, ekosistem tertentu yang unik, atau cerita-cerita turun-temurun yang terkait dengan keberadaan hutan tersebut.

Melalui proses ini, penulis tidak hanya menulis sebuah buku yang berbasis penelitian, tetapi juga berupaya menghadirkan sebuah karya yang dapat menggambarkan realitas dan potensi kawasan Kampung Nagajaya secara mendalam, serta memberi manfaat nyata bagi masyarakat setempat dan pembaca luas.

- *Define Point of View* (Merumuskan Sudut Pandang):

Tahap selanjutnya, setelah memahami dan observasi ke lapangan secara langsung, penulis perlu untuk menentukan sudut pandangnya. Sebagai contohnya adalah penulis akan merancang bagaimana buku ini dapat bermanfaat sebagai sumber inspirasi bagi warga setempat serta mendukung upaya mereka dalam meningkatkan resiliensi ekonomi. Dengan demikian, ini akan menjadi landasan utama dalam pengembangan proyek, dengan memastikan bahwa setiap aspeknya akan relevan dan selaras dengan kebutuhan serta kondisi nyata yang dihadapi oleh warga Kampung Nagajaya.

Selain itu, penulis akan melakukan identifikasi topik-topik yang relevan dengan kebutuhan warga. Proses ini mencakup analisis terhadap berbagai tema yang dapat menarik perhatian dan memotivasi warga untuk meningkatkan resiliensi perekonomian mereka. Setiap topik yang dipilih, perlu untuk dipastikan agar tidak hanya bersifat informatif, melainkan juga

mampu memberikan dorongan dan inspirasi bagi warga untuk terlibat secara aktif dalam kegiatan yang mendukung peningkatan perekonomian lokal. Tahap ini juga mencakup tujuan pembuatan buku dengan jelas, seperti aspek edukasi, motivasi, dan penerapan praktis agar buku ini dapat bermanfaat yang nyata bagi masyarakat setempat. Hal ini bertujuan untuk menentukan bagaimana buku ini dapat dijadikan sebagai sumber inspirasi bagi warga dalam mengetahui keunikan atau kekayaan yang dimiliki, serta bagaimana cara untuk menyajikan materi dalam buku, agar dapat membantu mereka dalam meningkatkan perekonomian.

- *Ideate* (Mengembangkan Ide):

Tahap ini melibatkan dalam menentukan konsep utama, penentuan tema, pemilihan judul buku, serta merumuskan pesan dan tujuan yang hendak disampaikan. Penulis akan menentukan metode yang paling efektif untuk pembuatan bukunya, seperti cara pengumpulan informasi, penulisan isi buku, hingga visualisasi buku. Selain itu, perlu juga untuk mengumpulkan referensi visual dan literatur yang relevan dengan buku yang akan dikerjakan. Pengumpulan referensi ini akan mencakup pencarian gambar, materi buku, maupun karya sebelumnya yang dapat memberikan inspirasi dan mendukung pembuatan buku.

Selain mengembangkan ide-ide untuk penulisan buku, penulis juga akan menyusun struktur buku agar terorganisir dan mudah diikuti. Dengan tahap ini juga, penulis dapat memastikan bahwa buku ini tidak hanya menyampaikan informasi yang berguna, melainkan juga menarik serta mudah dipahami oleh *audiens* yang dituju.

- *Prototype* (Membuat Prototipe):

Setelah melakukan beberapa tahap untuk mengetahui, memahami, hingga menentukan ide. Penulis dan kelompok perlu untuk membuat prototipe, mulai dari perencanaan buku, membuat konsepnya, hingga produksi atau eksekusinya. Pada setiap tahapnya perlu untuk dilakukannya

dengan seksama, karena itu akan mengacu kepada hasil dari buku yang akan diuji coba.

Pada proses perencanaan, akan dipertimbangkan dengan cermat, seperti mempertimbangkan apakah buku ini akan relevan hingga mempertimbangkan bahwa buku ini akan berhasil atau tidak. Lalu pada saat pembuatan konsep juga perlu untuk diketahui apakah konsep ini sesuai dengan tujuan yang ditentukan. Prototipe ini akan memungkinkan penulis untuk mengevaluasi suatu hal yang perlu untuk di perbaiki sebelum memasuki tahap uji coba.

Dalam proses pembuatan *prototype*, terdapat tiga tahap yang perlu dilakukan, yaitu *pre-production*, *production*, dan *post-production*. Pada setiap tahapnya, terdapat beberapa hal yang perlu dilakukan.

- *Pre-production*:
 - Penentuan *target audience* dan persona
 - Pembentukan redaksi
 - *Budgeting*
 - *Visual reference*
 - Rubrikasi
 - Paginasi
- Tahap *Production*:
 - *Writing*
 - *Layout*
 - *Editing*
 - *Proofreading*
 - *Approval*
- Tahap *Post-production*:
 - Distribusi
 - Evaluasi

Berikut adalah penjabaran tahapan pembuatan *prototype* untuk proyek ini:

- *Pre-production:*
 - Penentuan Target Audience dan Persona: Fokus pada warga Kampung Nagajaya, Desa Sindang Ratu, khususnya bapak-bapak yang memiliki kebiasaan memasuki hutan untuk mengambil dan memanfaatkan hasil Hutan Dungus Ki Haji.
 - Pembentukan Redaksi: Penyusunan buku dengan kalimat yang mudah dipahami, disertai foto pohon untuk memudahkan identifikasi oleh target audience.
 - *Budgeting:* Alokasi anggaran sebesar 3 juta untuk ilustrator, fotografer, expertis, dan akomodasi.
 - *Visual Reference:* Menggunakan buku milik Pak Irwan sebagai referensi visual dalam pembuatan buku. Buku tersebut berjudul *National Geographic: Pusparagam Lore Lindu*.
 - Rubrikasi: Kolaborasi dengan expertis untuk identifikasi pohon, fotografer untuk pengambilan gambar orisinal, dan ilustrator untuk desain buku. Penulis bertanggung jawab atas konten tulisan dan koordinasi penyelesaian buku.
 - Paginasi: Penggunaan angka Romawi untuk bagian awal buku yang berisi informasi, dan angka biasa untuk halaman isi buku.
- *Production:*
 - *Writing:* Penulisan isi buku berdasarkan informasi dari expertis dan warga.
 - *Layout:* Buku berukuran A5 dengan margin 1 cm pada setiap sisi.
 - *Proofreading:* Pemeriksaan ulang setiap halaman setelah ilustrator menyelesaikan karyanya.
 - *Approval:* Permohonan persetujuan dari Dosen Pembimbing, Bu Kiky, dan Supervisor Lapangan, Abah Lala.

- *Post-production:*

- Distribusi: Pendistribusian 10 eksemplar buku kepada warga Nagajaya, UMN, GMLS, dan Kehati.
- Evaluasi: Pelaksanaan post-test pada acara Hutan Harmoni pada 4 Desember 2024 untuk evaluasi buku.

Proses ini akan melibatkan beberapa pihak, seperti expertise biodiversitas, ilustrator, vendor percetakan buku, serta warga yang akan membantu dalam pengumpulan data. Rencananya, expertise yang akan diajak untuk berkolaborasi adalah expertise dari Kehati, karena Kehati sendiri memiliki komunitas biodiversitas *warriors*, sehingga tentu saja memiliki expertise dalam bidang biodiversitas flora. Sedangkan ilustrator, rencananya akan berkolaborasi dengan mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara yang mengambil jurusan Desain Komunikasi & Visual. Dalam mencetak bukunya, terdapat beberapa vendor yang direkomendasikan ke penulis, seperti Pixerlinde, Printmart, dan Pigma.

- *Test (Menguji Coba):*

Tahap ini, merupakan tahap terakhir yang menentukan apakah buku ini berhasil atau tidak. Untuk mengetahui hal tersebut, penulis akan menggunakan metode survei pada saat *event* peresmian yang diselenggarakan oleh rekan satu kelompok penulis, sehingga dapat mengetahui apakah buku tersebut bermanfaat bagi masyarakat setempat atau tidak. Apabila nantinya respon dari warga menunjukkan bahwa buku yang dibuat tersebut kurang atau tidak membantu, maka dapat dikatakan bahwa buku ini belum berhasil dan perlu untuk diperbaiki lagi. Namun apabila respon dari warga menunjukkan bahwa buku ini bermanfaat, maka dapat dikatakan buku ini berhasil dan dapat memungkinkan bahwa buku ini dilanjutkan.

3.2. Rencana Anggaran

3.1. Tabel Rencana Anggaran

No	Keperluan	Jumlah	Harga /Pcs	Total Harga
1	Jasa ilustrator	1	Rp500.000,00	Rp500.000,00
2	Cetak buku (A5)	10	Rp150.000,00	Rp1.500.000,00
3	Jasa <i>photographer</i>	1	Rp550.000,00	Rp500.000,00
4	Akomodasi <i>Photographer</i>	1	Rp610.000,00	Rp 500.000,00
TOTAL KESELURUHAN				Rp3.000.000,00

3.3. Timeline

3.2. Tabel *Timeline*

No	Activities	Bulan												
		Oktober					November					Desember		
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3
1	Riset lokasi													
2	Analisis Vegetasi (Ekspertis dan <i>Photographer</i>)													
3	Pembuatan konsep dan isi buku (Content Writing)													
4	Pembuatan layout buku (Ilustrator)													
5	<i>Launching</i> buku													

3.4 Target Luaran/Publikasi/HKI

Projek pembuatan buku yang berjudul “Rahasia Hutan: Biodiversitas Dungus Ki Haji (Seri Flora)” ini akan ditunjukkan kepada warga Kampung Nagajaya, namun khususnya pada bapak-bapak. Hal ini tentukan, karena warga yang dominan untuk melakukan kegiatan dalam hutan adalah bapak-bapak, sedangkan ibu-ibu atau anak-anak jarang melakukan aktivitas di dalam hutan.

Buku ini akan diluncurkan pada acara Harmoni Hutan pada tanggal 4 Desember 2024 di Saung Hutan Dungus Ki Haji. Pada saat diluncurkan buku tersebut, penulis juga mempresentasikan sedikit seputar isi dari buku tersebut dan juga harapan dari penulis terhadap buku yang disusun. Selain buku tersebut diluncurkan, buku tersebut juga diserahkan kepada perwakilan warga Desa Sindangratu, GMLS, dan UMN, karena sebagai simbol apresiasi kolaborator dan kepada pihak Kehati, sebagai simbol apresiasi *sponsorship*.

Dengan demikian, buku “Rahasia Hutan: Biodiversitas Dungus Ki Haji (Seri Flora)” ini diharapkan dapat memberikan dampak yang positif, dan membantu warga dalam mengidentifikasi flora, fokusnya pada pohon besar di Hutan Dungus Ki Haji.

