



KONSEP KREATIF DESAIN IKON BANGUNAN PETA *SHELTER* MITIGASI UNIVERSITAS NEGERI PADANG

Dwi Mutia Sari^{1*}, Nessya Fitryona^{2*}, Yofita Sandra^{3*}

*Program Studi Desain Komunikasi Visual Jurusan Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni
Universitas Negeri Padang*

*Jl. Prof. Dr. Hamka, Air Tawar Padang, Kel. Air Tawar Barat, Kec. Padang Utara, Kota Padang, Kode Pos 25171
Sumatera Barat. Indonesia*

Email: mutia2011@fbs.unp.ac.id, nessyafitryona@gmail.com, yofita.sandra@fbs.unp.ac.id

Abstrak

Konsep kreatif ikon bangunan peta *shelter* mitigasi Universitas Negeri Padang (UNP) merupakan pemaparan mengenai bagaimana sebuah bentuk visual ikon dimulai, yakni berdasarkan pemikiran-pemikiran yang dirangkum menjadi sebuah bentuk konsep baik itu secara verbal maupun visual. Tujuan perancangan ini untuk menjadi salah satu acuan berkarya bagi mahasiswa khususnya mahasiswa Desain Komunikasi Visual, sehingga mereka mengetahui apa saja proses yang harus dilakukan dalam sebuah program kreatif sebelum mencapai tahapan *final* desain, sehingga *output* yang dihasilkan tidak hanya mengandalkan nilai estetikanya saja, namun juga syarat akan makna karena dirancang sesuai dengan target audiensnya. Metode perancangan yang digunakan adalah metode *Research and Design* (R&D) dengan melakukan pendekatan terhadap bahasa visual, target audiens serta strategi kreatifnya. Hasil penciptaan berupa *manual book standar* yang menjadi acuan terciptanya ikon-ikon bangunan *shelter* mitigasi UNP yang sederhana dan bernilai estetis namun juga syarat akan makna karena dapat merepresentasikan pesan verbal, nonverbal dan visual secara efektif dan komunikatif sesuai dengan target audiensnya.

Kata Kunci: konsep, strategi kreatif, desain, ikon.

Abstract

The creative concept of the Padang State University (UNP) mitigation shelter map building icon is an explanation of how a visual form of an icon begins, namely based on thoughts that are summarized into a form of concept both verbally and visually. The purpose of this design is to become a reference for work for students, especially Visual Communication Design students, so that they know what processes must be carried out in a creative program before reaching the final design stage, so that the output produced does not only rely on aesthetic values, but also requirements. meaning because it is designed according to the target audience. The design method used is the Research and Design (R&D) method by approaching the visual language, target audience and creative strategies. The result of the creation is in the form of a standard manual book which is a reference for the creation of UNP mitigation shelter building icons that are simple and aesthetic in value but also require meaning because they can represent verbal, nonverbal and visual messages effectively and communicatively according to the target audience.

Keywords: concept, creative strategy, design, icon.

PENDAHULUAN

Peta infografis *shelter* mitigasi gempa dan tsunami bangunan kawasan Universitas Negeri Padang (UNP) merupakan *output* hasil penelitian berupa rancangan informasi grafis dalam usaha penanggulangan dan pengurangan risiko bencana gempa dan tsunami yang dilakukan oleh UNP dalam penyadaran kembali mengenai pentingnya sikap tanggap bencana kepada masyarakat di sekitar lingkungan universitas, baik bagi civitas akademik universitas maupun masyarakat sekitar dalam menghadapi bahaya gempa atau tsunami di masa yang akan datang, yang secara tidak langsung

dalam hal ini UNP ikut berperan aktif membantu usaha pemerintah dalam mengurangi angka korban jiwa apabila terjadi gempa dan tsunami dikemudian hari.

Adapun bangunan *shelter* mitigasi gempa dan tsunami yang berada di kawasan UNP antara lain Gedung *Rectorate and Researched Center* UNP, Gedung UNP Hotel and *Convention*, Gedung Ilmu Terpadu A, Gedung Ilmu Terpadu B, SLaboratorium Pembangunan UNP, SMP Laboratorium Pembangunan UNP, SMA Laboratorium Pembangunan UNP, Gedung Pusat PPG, 2 buah Gedung UPT-MKU UNP, Gedung Serbaguna



FMIPA, Gedung Labor Micro Teaching, Gedung Labor Ilmu Pendidikan, Gedung Pasca Sarjana, Gedung Labor Terpadu Ilmu Ekonomi, Gedung Fakultas Bahasa dan Seni, Gedung Perpustakaan dan Masjid Raya Al-Azhar (Sari, 2021).

Tujuan pemaparan konsep kreatif pada desain ikon bangunan peta *shelter* ini dilakukan agar proses ini dapat dijadikan sebagai *manual book standar* acuan berkarya bagi mahasiswa khususnya mahasiswa Desain Komunikasi Visual sehingga mereka mengetahui apa saja proses yang harus dilakukan dalam sebuah program kreatif sebelum mencapai tahapan final desain agar desain tersebut tidak hanya menjadi desain yang baik secara estetikanya saja namun juga syarat akan makna secara verbal, nonverbal, dan visual karena dirancang sesuai dengan tahapannya sehingga desain tersebut menjadi efektif dan komunikatif terhadap target audiensnya.

Pemaparan ini didasari karena belum ada penelitian yang menjelaskan bagaimana konsep kreatif dalam sebuah perancangan ikon, sehingga membuat mahasiswa tidak memiliki acuan dalam melakukan proses berkarya tersebut. Hal ini diperkuat dengan hasil quisioner yang kesimpulannya bahwa bahwa mahasiswa tidak memiliki panduan secara tertulis dalam berkarya dalam mengembangkan ide berdasarkan program kreatif maupun strategi kreatif tersebut. Untuk itu penting sekali bagi penulis untuk memaparkan bagaimana langkah-langkah konsep kreatif dalam mencari bentuk-bentuk visual ikon bangunan infografis peta *shelter* mitigasi UNP.

KAJIAN TEORI

1. Konsep Kreatif

Menurut Pusat Pembinaan Bahasa Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia (1994) konsep adalah ide atau pengertian yang diabstrakkan dari peristiwa konkret, yang berarti sebuah gambaran mental dari obyek, proses, pendapat, atau apapun yang digunakan oleh akal budi untuk memahami hal-hal lain. Kemudian Waloejo (2019) mengatakan bahwa sebuah karya iklan yang kreatif harus memiliki nilai keunikan, kesegaran, orisinalitas serta harus memiliki nilai kebergunaan/manfaat bagi para target audiensnya. Sehingga terbentuk sebuah pandangan bagaimana cara menilai kekreativitasan dalam sebuah iklan, tidak hanya melihat dari bentuk visualisasi iklan yang unik, berbeda, dan *entertaining* saja, namun juga dinilai dari proses dan keefektifitasan sebuah pesan yang terkandung di dalam iklan tersebut dalam mencapai peningkatan dalam penjualan dan citra dari produk yang diiklankan.

2. Strategi Kreatif

Suprpto (2019) menjelaskan bahwa strategi kreatif merupakan suatu proses untuk mengkomunikasikan pesan yang akan disampaikan melalui pendekatan gambar (visual) atau kata (verbal). Didalam strategi kreatif, suatu pesan iklan harus bisa menginformasikan dan mengkomunikasikan tujuannya tersebut secara efektif, informatif dan komunikatif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa strategi kreatif tersebut merupakan segala proses yang dilakukan untuk menciptakan ide atau gagasan mengenai bagaimana gaya pesan iklan akan disampaikan nantinya agar iklan tersebut mencapai tujuannya.

3. Desain

Desain menurut Papenek (dalam Armayuda, 2021) mengatakan bahwa “desain harus menjadi alat yang inovatif, sangat kreatif, lintas disiplin yang responsif terhadap kebutuhan manusia”. Begitulah yang penulis lakukan pada perancangan konsep kreatif ini sehingga konsep kreatif yang ada nantinya dapat memecahkan suatu permasalahan sesuai dengan kebutuhannya yaitu menghasilkan ikon-ikon yang efektif dan komunikatif terhadap target audiensnya.

4. Ikon

Dalam Menurut Pusat Pembinaan Bahasa Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia (2001) dijelaskan bahwa Ikon adalah lukisan atau gambar. Sementara Ilyas (2020) dikatakan bahwa ikon merupakan tanda yang paling mudah dipahami dalam semiotika karena kemiripannya dengan sesuatu atau entitas diwakilinya. Oleh sebab itu di dalam konsep kreatifnya nantinya akan dicari bagaimana konsep-konsep visual yang mendekati ke arah objeknya agar target audiens lebih cepat dalam membaca pesan yang hendak disampaikan nantinya.

METODE PENELITIAN

Metode perancangan pada desain ikon peta shelter mitigasi gempa dan tsunami kawasan UNP ini menggunakan metode perancangan R&D (*Research and Design*) dengan menggunakan pendekatan konsep kreatif dalam memecahkan permasalahan tersebut guna menemukan solusi akhir dalam perancangan, yaitu dengan menentukan:

1. Tujuan Kreatif

Tujuan kreatif pada perancangan ini adalah untuk memudahkan audiens dalam memahami ikon shelter yang dirancang nantinya karena ikon tersebut akan dirancang berdasarkan khalayak sasaran tersebut.





2. Bahasa Kreatif

Bahasa kreatif yang digunakan adalah bahasa yang sederhana dan tidak berbelit-belit sehingga target audiensnya merasa nyaman saat membaca peta informasi tersebut.

3. Target Audience

1). Demografis

Adapun kondisi target audiens secara demografis yaitu civitas akademik khususnya mahasiswa dengan rentang usia 16-30 tahun khususnya mahasiswa yang baru menetap di Kota Padang beberapa waktu terakhir dan setelahnya.

2). Geografis

Secara geografis UNP berada di sepanjang pantai Air Tawar Barat Kota Padang Sumatera Barat sehingga target audiensnya sendiri juga berada di sekitar kawasan UNP kampus Air Tawar tersebut. Sehingga dapat disimpulkan bahwa target audiens tersebut adalah orang-orang yang berada pada zona yang berdampak besar ketika terjadi bencana alam gempa dan tsunami yaitu civitas akademik maupun masyarakat rentang usia 16-30 tahun tersebut.

3). Psikografis

Secara psikografis target audiensnya adalah orang-orang yang dapat menyerap informasi secara cepat, tangkap dan padat sehingga apabila terjadi bencana tersebut mereka dapat dengan sigap melakukan tindak mitigasi dalam usaha penyelamatan diri.

4). Behaviour

Secara behaviour, target audiens yang berada pada kawasan UNP arah orang-orang yang memiliki ilmu pengetahuan dan kebiasaan yang baik dalam mencari informasi khususnya langkah mitigasi gempa dan tsunami ini, baik secara langsung maupun melalui media *online* yang ada.

4. Strategi Kreatif

1). Pesan Verbal

Dalam konsep kreatif ikon bangunan peta shelter ini digunakan bahasa yang sederhana dan singkat saja namun tepat sehingga dapat dimengerti dan dipahami dengan mudah oleh *user*nya yaitu civitas akademik dan masyarakat sekitar kawasan UNP khususnya mahasiswa, dikarenakan mahasiswa tersebut belum mengetahui secara pasti mana saja bangunan-bangunan UNP Padang yang dapat dijadikan shelter mitigasi tersebut, dikarenakan mereka belum pernah atau tidak pernah mengalami bencana tersebut secara langsung sebelumnya sehingga mereka ini dikatakan masih awam tentang usaha mitigasi tersebut.

2). Pesan Non Verbal

Pesan non verbal yang terkandung dalam bentuk visual peta shelter ini nantinya secara keseluruhan menyajikan pesan-pesan yang informatif berupa bangunan shelter yang ada di kawasan UNP Padang, namun tidak membuat pembacanya menjadi malas untuk melihat dan memahami karena informasi ini disajikan dalam bahasa dan tampilan yang sederhana namun menarik dengan gaya kekinian.

3). Pesan Visual

Tampilan visual yang akan digunakan dalam peta mitigasi ini pun menggunakan ikon-ikon dengan dengan *style* ilustrasi kesan tiga dimensi (3D) yang disederhanakan dengan konsep stilasi pada ikon-ikon bangunannya sehingga hal ini mendukung konsep verbal diatas yang nantinya dapat mencapai tujuan dari perancangan itu sendiri.

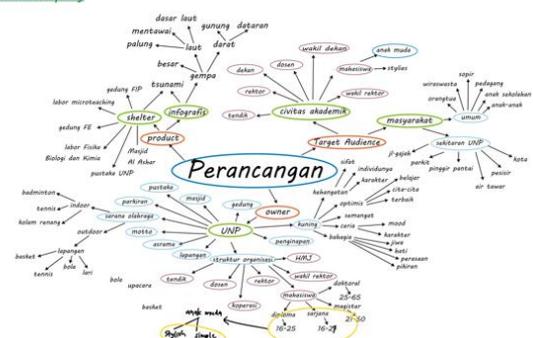
PROSES PERWUJUDAN KARYA

Adapun proses dari perancangan konsep kreatif ikon bangunan pada peta *shelter* mitigasi bangunan kawasan UNP ini menghasilkan bentuk-bentuk ikon bangunan yang sesuai dengan konsep yang sudah penulis jabarkan di atas sehingga dapat mencapai tujuan dari perancangannya yaitu menghasilkan ikon-ikon yang efektif dan komunikatif sesuai target audiensnya, yang mana visualisasi dari konsep kreatif ikon tersebut didasari dari proses sebagai berikut:

1. Perancangan Ikon

1). Proses *Mind Mapping*

Mind Mapping



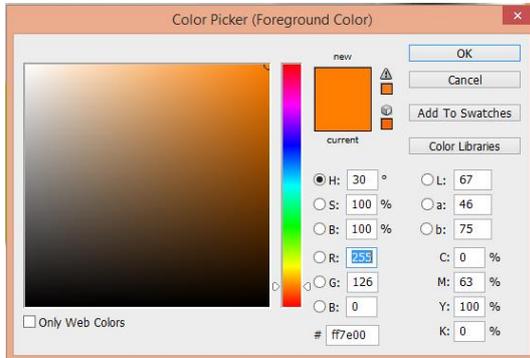
Gambar 1. Proses *Mind Mapping*



2. Warna

Pada setiap ikon bangunan *shelter* menggunakan warna yang dominan sama yaitu warna orange. Warna ini digunakan karena ingin menjadikan bangunan ini sebagai *eye catching* bagi audiens dikarenakan warna tersebut merupakan warna yang terang dan mencolok.

nonverbal, dan visual karena dirancang berdasarkan data dan fakta yang ada sehingga desain tersebut menjadi efektif dan komunikatif terhadap target audiensnya.



Gambar 8. Color Picker Ikon Bangunan Shelter Mitigasi UNP

3. Tipografi

Jenis font yang digunakan dalam penamaan jalan adalah jenis font *Plantagenet Cherokee*. Sedangkan jenis font yang digunakan untuk penamaan bangunan adalah jenis font *Candara*.

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Konsep kreatif ikon *shelter* bangunan mitigasi UNP ini dirancang berdasarkan pendekatan kreatif dalam menentukan bahasa kreatif yaitu bahasa yang mudah sederhana dan mudah dimengerti baik secara visual maupun secara verbal, sehingga bentuk-bentuk ikon bangunan tersebut menjadi efektif untuk dipahami oleh target audiensnya serta strategi kreatif bentuk visual yang diharapkan tercapai yakni dengan terciptanya ikon-ikon bangunan yang sederhana namun dapat merepresentasikan pesan verbal tersebut secara efektif dan komunikatif sesuai dengan target audiensnya. Sehingga proses konsep kreatif ikon ini menjadi sangat penting dilakukan agar ikon-ikon yang diciptakan tersebut tidak hanya sekedar memiliki nilai estetis saja namun memiliki makna dan bersifat fungsional karena telah mencapai keefektifan dalam segi visualisasinya yang sesuai dengan target audiens dari perancangan ini.

2. Saran

Adanya pemaparan mengenai perancangan konsep kreatif ikon *shelter* bangunan mitigasi ini maka setiap desain yang akan dirancang untuk kebutuhan publik baik bagi UNP sendiri maupun pemerintah nantinya, agar segala bentuk desain tersebut dirancang sesuai tahapannya guna menghasilkan desain yang tidak hanya memiliki nilai estetika yang baik namun juga desain yang syarat akan makna secara verbal,



DAFTAR RUJUKAN

- Armayuda, E., & Iqbal, M. (2021). *Desain Komunikasi Visual Satu: Mengolah Rasa, Menyimpul Bentuk*. Jakarta: Trilogi Press.
- Ilyas, R. (2020, November). Ikon pada Chatting Whatsapp ditinjau dari Hubungan makna dan Bentuk. In *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan* (Vol. 2, pp. 690-697).
- Pusat Pembinaan Bahasa Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. (1994). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Pusat Pembinaan Bahasa Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. (2001). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Sari, D. M., Afriwan, H., Purnomo, E., & Kharisma, M. (2021). Perancangan Infografis Shelter Bangunan di Kawasan Universitas Negeri Padang Sebagai Mitigasi Bencana Alam Gempa dan Tsunami. *Gorga: Jurnal Seni Rupa*, 10(2), 287-294.
- Suprpto, R. (2019). Analisa Strategi Kreatif Pendekatan Unique Selling Proposition Iklan Nissan 4x4S. *Jurnal Adat, Dewan Kesenian Tangerang Selatan*, 2(1), 100-120.
- Waloeyo, A., Pranata, Y. M., & Suhartono, A. W. (2009). Interpretasi Konsep Antara Akademisi dan Praktisi Desain Komunikasi Visual Pada Kualitas Karya Kreatif Pemenang Citra Pariwara Kategori *Print Ad* (2003-2006). *Nirmana*, 9(1), pp-38.

