



PERSEPSI VISUAL GESTALT: DAMPAK DARI ELEMEN DESAIN MEDIA INFORMASI MITIGASI TSUNAMI

Sumema^{1*}, Asrinaldi², Ardian Firosha³, Hendra Rotama⁴, Taufik Gusman⁵

*Program Studi Manajemen Informatika Jurusan Teknologi Informasi^{1,3,4,5}
Politeknik Negeri Padang*

*Kampus Politeknik Negeri Padang, Limau Manis, Kecamatan Pauh, Kota Padang, Kode Pos 25164
Sumatera Barat. Indonesia*

*Program Studi Desain Komunikasi Visual Jurusan Seni Rupa dan Desain²
Institut Seni Budaya Aceh*

*Jl. Transmigrasi, Gampong Bukit Meusara, Kec. Kota Jantho, Kab. Aceh Besar, Kode Pos 23911
Aceh. Indonesia*

Email: sumema@pnp.ac.id

Abstrak

Kondisi Indonesia, yang berada di daerah rawan bencana (*ring of fire*), sering menimbulkan bencana, terutama gempa bumi dan tsunami. Media informasi penting dalam memberikan informasi dan edukasi dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap risiko bencana. Dengan adanya ancaman bencana tsunami, peneliti tertarik untuk menganalisis dan mengevaluasi salah satu program mitigasi bencana, terutama dalam perspektif desain, yaitu tentang media informasi mitigasi tsunami. Peneliti ingin mengetahui bagaimana pengaruh media informasi terhadap kesadaran masyarakat dalam menghadapi bencana tsunami. Penelitian yang dilakukan adalah analisis deskriptif melalui teori elemen-elemen desain. Penelitian tersebut juga diperkuat dengan melakukan FGD untuk mengetahui proses persepsi visual melalui Teori Gestalt. Hasil analisis tersebut adalah kekurangan dan keterbatasan media informasi terkait visual dari desain, mempengaruhi masyarakat dalam memahami informasi.

Kata Kunci: media, persepsi, signage, infografis, tsunami.

Abstract

The condition of Indonesia, which is in a disaster-prone area (ring of fire), often causes disasters, especially earthquakes and tsunamis. Information media is important in providing information and education in increasing public awareness of disaster risks. With the threat of a tsunami disaster, researchers are interested in analyzing and evaluating one of the disaster mitigation programs, especially in a design perspective, which is about tsunami mitigation information media. Researchers want to find out how the influence of information media on public awareness in dealing with the tsunami disaster. The research conducted is descriptive analysis through the theory of design elements. The research was also strengthened by conducting FGDs to determine the process of visual perception through Gestalt Theory. The results of the analysis are the limitations and limitations of the media related to visual information from the design, affecting the public in understanding information.

Keywords: media, perception, signage, infographics, tsunamis.

PENDAHULUAN

Bencana Tsunami menjadi salah satu ancaman besar yang dapat menelan banyak korban jiwa, disebabkan Indonesia berada di area *ring of fire*. Peran keefektifan media informasi dalam memberikan kesadaran menghadapi bencana sangat dibutuhkan. Gempa dan tsunami besar pernah melanda Kota Padang pada tahun 1861 dan pada 30 September 2009 dengan gempa tanpa tsunami yang berkekuatan 8.3 Skala Richter, pada saat itu jatuh korban hingga mencapai 1.500 jiwa. Periode gempa yang terjadi tersebut memiliki rentang 200-300 tahun, yang berarti dalam masa saat ini potensi tsunami dapat terjadi kapan saja.

Ancaman bencana tersebut memerlukan adanya keefektifan media informasi *sign system* terhadap kesadaran masyarakat dalam menghadapi bencana. Topografi Kota Padang yang berhadapan langsung dengan Samudera Hindia, menyimpan potensi gempa besar di waktu mendatang, disebabkan adanya dua sesar aktif, yakni; (1) Sesar Mentawai di sebelah Barat Daya dan (2) Sesar Semangko di Sebelah Timur Laut, membentang dari Teluk Aceh hingga Teluk Semangka. Informasi yang diberikan Pemerintah Kota Padang dalam bentuk media *sign system*, berperan sangat penting dalam meningkatkan kesadaran menghadapi bencana. Media informasi tersebut





bertujuan memberikan edukasi pada masyarakat untuk mengetahui tindakan yang harus dilakukan ketika terjadi bencana, seperti; mengetahui ciri-ciri potensi bencana tsunami, tindakan perlindungan diri, jalur evakuasi dan tempat yang dapat menjadi fasilitas evakuasi.

Berangkat dari fenomena sosial tentang bencana gempa bumi dan tsunami di Indonesia. Peneliti tertarik untuk menganalisa bentuk media informasi yang efektif bagi masyarakat daerah rawan bencana, dalam hal ini pengujian penelitian akan dilakukan di Kota Padang. Meningkatkan kesadaran dalam menghadapi bencana tsunami, perlu adanya evaluasi dari keefektifan media informasi yang telah disediakan pemerintah sejauh ini. Apakah media informasi yang tersedia telah efektif dalam memberikan edukasi menghadapi bencana. Serta bagaimana proses *awarness* masyarakat dalam menerima dan menangkap media informasi.

Program berkelanjutan pada program pengurangan risiko bencana tsunami dengan memberikan edukasi melalui media informasi dan kesadaran bencana, masih menjadi hal yang belum maksimal untuk dilakukan pada hampir setiap daerah. Inisiatif kesadaran masyarakat dalam mengetahui perihal menghadapi bencana tsunami, sering kali hanya terjadi ketika sebuah bencana tersebut telah menghampiri daerah lain.

Media berfungsi sebagai: informasi, memberikan bimbingan, mendidik, membujuk dan memfasilitasi kepedulian. Komunikasi dalam menyampaikan informasi harus dilakukan dengan pendekatan media yang efektif, serta memiliki keakuratan data yang dapat dipercayai dan diterima masyarakat luas, (Kurzweil, 2015). Media informasi yang disediakan memerlukan adanya evaluasi. Evaluasi bertujuan untuk mengukur seberapa besar tingkat kesadaran dan pemahaman masyarakat terhadap media informasi bencana tsunami. Keterkaitan peran dari elemen-elemen desain yang ada pada media informasi tsunami. Serta mengetahui lebih dalam bagaimana persepsi masyarakat terhadap media informasi bencana tsunami yang efektif. Ketika bencana terjadi, waktu evakuasi relatif singkat, hanya dalam hitungan menit, oleh sebab itu peran media informasi bencana tsunami haruslah memadai. Tujuannya untuk Mengetahui bagaimana elemen-elemen desain diimplementasikan dan mengetahui proses persepsi visual pada media informasi.

Konsep kreatif ikon shelter bangunan mitigasi merupakan pengembangan dari bahasa kreatif yang digunakan dalam perancangan visual. Bahasa kreatif merupakan bahasa yang digunakan untuk menyampaikan pesan secara visual dan verbal dalam bentuk yang mudah dimengerti oleh audiens. Dalam hal ini, bahasa kreatif digunakan untuk merancang ikon-ikon mitigasi yang efektif dan komunikatif. Seperti pada konsep kreatif ikon shelter bangunan mitigasi Universitas Negeri Padang (UNP) yang didasari pada pendekatan kreatif yang mengedepankan kemampuan visual dan keberhasilan pesan verbal dalam mengkomunikasikan suatu konsep. Bentuk ikon mitigasi yang dihasilkan dari konsep kreatif ini harus sederhana namun dapat menunjukkan makna yang jelas sehingga dapat dengan mudah dipahami oleh target audiensnya. Konsep kreatif juga memperhatikan strategi visualisasi yang tepat sesuai dengan target audiens, sehingga ikon-ikon bangunan mitigasi tersebut dapat membantu audiens dalam memahami pesan yang disampaikan. Melalui proses konsep kreatif ikon, tidak hanya memiliki nilai estetis saja, tetapi juga memiliki makna yang fungsional dan efektif.

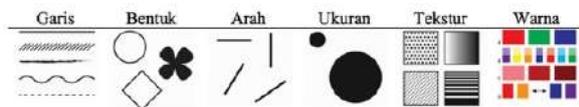
Sehingga pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dan dipahami dengan baik oleh target audiens (Sari, 2022) Selain itu perlu adanya Infografis sebagai cara memvisualisasikan data, gagasan, informasi atau pengetahuan melalui berbagai bentuk seperti bagan, grafis, dan jadwal sehingga lebih mudah dipahami dan memiliki dampak visual yang kuat. Infografis salah satu media yang cukup penting dalam merancang sebuah desiminasi informasi terkait shelter bangunan sebagai mitigasi gempa dan tsunami untuk mengurangi risiko yang diakibatkan oleh gempa bumi (Sari, 2022). Penggunaan font sans serif dan script sudah sesuai untuk di tempatkan pada media poster dengan penggunaan ukuran yang baik maka akan terbaca. Kontras antara warna, gambar/visual, dan tipografi yang bagus akan mendukung tema. Tata letak poster memberikan keseimbangan dan mengikuti pola berurutan agar mudah dibaca. Kesesuaian antara tema dan gambar yang digunakan juga harus baik (Sibirian, 2020).

Sebuah desain memiliki berbagai elemen. Elemen-elemen tersebut adalah garis, bentuk, ruang, tekstur, warna, layout dan tipografi. Prinsip-prinsip desain sangat dibutuhkan untuk menghasilkan sebuah perencanaan komposisi yang serasi dan seimbang di dalam setiap bagiannya, (Sanyoto, 2005). Terdapat enam elemen desain: garis, bentuk, arah, ukuran, tekstur, dan warna. Sebagai desainer, keenam elemen





tersebut digunakan untuk menerjemahkan ide menjadi sebuah gambar, baik secara elektronik atau diatas kertas (Hughes, 2019 : 53-67).



Gambar 1. Elemen-Elemen Desain,
(Hughes, 2019)

Elemen-elemen desain digunakan untuk memberikan variasi dan minat pada suatu objek desain. Menerapkan prinsip elemen-elemen desain dapat membuat kesuksesan sebuah desain. **Garis** berbentuk horizontal, vertikal, diagonal, kurva, garis putus-putus, tebal dan tipis. **Bentuk** dua dimensi atau flat geometri, kubus, lingkaran, segi tiga dan sebagainya. **Arah** garis memiliki arah horisontal (-), vertikal (|), dan miring (/ \). **Ukuran** sebuah perbedaan suatu bentuk dengan bentuk lainnya. **Tekstur** sebuah permukaan yang memiliki bentuk halus, kasar mengkilap. Pola, garis dan bentuk sering digunakan untuk membuat tekstur dalam sebuah desain dua dimensi. **Warna** sebuah cahaya yang dipantulkan dari objek, warna memberikan kesan serta identitas dari latar belakang yang melihatnya (Hughes, 2019).

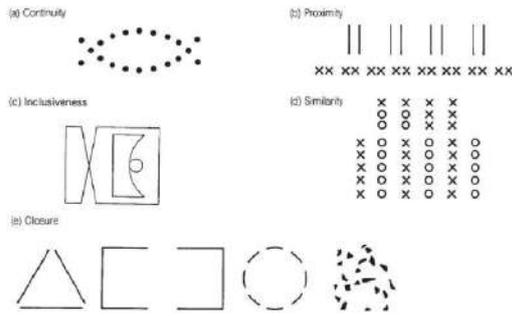
Persepsi diawali dengan proses penginderaan, stimulus diterima alat indra, kemudian individu memiliki perhatian, diteruskan ke otak, dan setelah itu individu menyadari tentang sesuatu, yaitu persepsi. Dengan persepsi individu menyadari dan dapat mengerti tentang keadaan lingkungan disekitarnya maupun tentang yang ada dalam diri individu. Persepsi dapat diartikan sebagai proses diterimanya rangsangan melalui pancaindra, didahului oleh perhatian sehingga individu mampu mengartikan, mengetahui, dan menghayati tentang hal yang diamati baik yang ada di luar maupun dalam diri individu, (Sunaryo, 2002).

Persepsi adalah proses kesadaran seseorang terhadap berbagai obyek, yang dirasakan melalui 6 panca indera manusia, salah satunya penglihatan. Kognisi dari sensasi, persepsi dan kesadaran adalah: sensasi memproses stimulan reseptor kemudian informasi dikirim ke otak. Setelah terjadi sensasi persepsi memproses makna dari berbagai sensasi yang diterima oleh otak. Pengalaman akan sekitar, lingkungan keadaan fisik dan genetik dapat membentuk persepsi. Ekspektasi juga mempengaruhi proses kecepatan dan efisiensi dalam persepsi. Persepsi pada warna sering dikaitkan dengan perasaan atau dengan filosofi tersendiri. Persepsi tersebut memiliki tiga dimensi psikologis seperti kecerahan, corak dan saturasi pada

gambar. Dari gambar, persepsi tentang keindahan kemudian muncul kesadaran seseorang untuk tertarik pada sebuah objek yang menarik perhatian. Teori Gestalt adalah sebuah teori yang menjelaskan tentang proses persepsi, bagian proses tersebut menjadi bagian-bagian sensasi yang memiliki prinsip-prinsip dasar. Rustan berpendapat bahwa Teori Gestalt adalah sebuah teori psikologi yang mengatakan bahwa seseorang akan mempersepsikan apa yang terlihat dari lingkungannya sebagai satu kesatuan yang utuh (Rustan, 2009). Warna dan kontras memainkan peran penting dalam desain komunikasi visual, yaitu mendukung estetika serta memiliki keterbacaan yang fungsional. Warna dan kontras tidak hanya membantu membedakan kontur, detail, dan kedalaman, tetapi juga membantu menarik dan mengalihkan perhatian, sehingga dengan jelas menggambarkan area utama teks seperti *headline* dan logo. Penggunaan warna dan kontras secara baik dalam hubungannya dengan teori persepsi Gestalt dapat mendukung tujuan berbagai komunikasi (O'Connor, 2015).

Teori Gestalt merupakan sebuah teori psikologi yang dikembangkan oleh sekelompok ahli psikologi dari Jerman pada awal abad ke-20. Salah satu buku yang menjadi sumber utama dalam pengembangan teori ini adalah buku karya Kurt Koffka berjudul "*Principles of Gestalt psychology*". Dalam bukunya, Koffka mengajukan bahwa manusia memiliki kemampuan untuk melihat dan mempersepsikan dunia secara utuh, tidak hanya sebagai kumpulan bagian-bagian yang terpisah. Ia berpendapat bahwa pikiran manusia berfungsi sebagai sebuah sistem yang mengorganisir dan menyusun informasi yang diterima dari lingkungan. Koffka juga mempertegas bahwa dalam melihat suatu benda, manusia memiliki kecenderungan untuk membentuk *figur* dan *ground*. *Figur* merupakan bagian dari benda yang menarik perhatian dan memunculkan makna tertentu, sedangkan *ground* adalah lingkungan atau latar belakang yang membentuk benda tersebut. Koffka juga menekankan bahwa manusia memiliki kemampuan untuk mengisi kekosongan informasi yang tidak diberikan oleh stimulus yang ada. Ia menyebut hal ini sebagai "*completion*" (Koffka, 1935).





Gambar 2. Gestalt Principles
(Sartain et al, 1973. Hergenhahn, 2009)

Pada Gambar 2 menjelaskan ilustrasi dari **Proximity**: Sebuah kesatuan atau pengelompokan objek yang terbentuk karena adanya korelasi antara elemen-elemen yang saling berdekatan. Objek yang terlihat memiliki relasi dengan objek lainnya dan terlihat berkelompok. **Similarity**: Objek yang terlihat memiliki kesamaan akan terlihat secara bersama sebagai suatu kelompok visual. Hal ini dapat ditentukan lewat bentuk, warna, arah, tekstur, simbol dan ukuran. **Continuation**: Penataan visual yang dapat menggiring gerak mata ke arah tertentu. **Closure**: Bentuk yang tertutup atau menyambung, mendefinisikan objek yang dilihat menjadi objek yang terdekat. Memanipulasi otak jika objek yang masih kosong harus dipenuhi. **Connectednes**: Melihat sebuah objek dengan bentuk yang serupa dan seragam.

METODE PENELITIAN

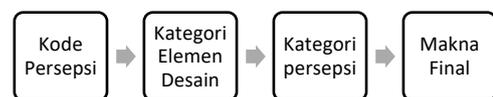
Pengumpulan data sumber literasi melalui jurnal-jurnal dan website kebencanaan yang kredibel, perpustakaan ITB dan data yang dimiliki BPBD Kota Padang. Literasi yang akan dicari berkaitan dengan *natural disaster*, khususnya pada kesadaran bencana tsunami. Tinjauan literasi melalui pendekatan penelitian yang terkait kebencanaan dan media informasi. Data observasi berupa narasi teks, verbal, visual dan dokumentasi. Serta melakukan wawancara dengan pihak Pemerintah.

Tujuan utama dari penelitian FGD adalah untuk mengidentifikasi berbagai perspektif tentang topik penelitian, dan untuk mendapatkan pemahaman dari perspektif peserta FGD, dengan adanya FGD memungkinkan berbagai wawasan tentang penelitian dari peserta dikumpulkan menjadi satu pada satu kesempatan yang ada, (Hennink, 2014). Dari penjelasan tersebut, peneliti melakukan penelitian melalui *Focus Group Discussion* (FGD). Dalam rangka mendapatkan hasil penelitian yang lebih dalam dari wawasan, pernyataan, pemikiran, dan pendapat peserta. Dengan adanya FGD melalui

peserta yang bersifat *heterogen*, diskusi akan memiliki fokus yang sama terhadap persoalan tentang bagaimana media informasi mitigasi dapat di persepsi dan di pahami oleh masyarakat. Peserta FGD dipilih berdasarkan karakteristik *heterogen*, dari 11 masyarakat Kota Padang, masing-masing peserta dipilih untuk mewakili daerah tingkat kecamatan.

Masyarakat yang dipilih dianggap mengetahui potensi bencana yang ada di Kota Padang, khususnya tsunami. Dalam proses FGD memerlukan moderator sebagai pengarah acara, notulen untuk menulis proses FGD, nara hubung, menyediakan konsumsi, insentif atau cinderamata, membuat dokumentasi, dan menyediakan ATK. Peserta terdiri dari 11 peserta. Durasi waktunya sekitar 60 hingga 90 menit. Peserta dari unsur heterogen atau kesamaan dari penelitian untuk dapat fokus pada maksud dan tujuan. Moderator memberikan penjelasan kepada peserta bahwa FGD bukan memberikan materi, tetapi mengajak diskusi untuk menghasilkan persepsi dan rekomendasi terhadap media informasi tsunami di Kota Padang. Pada tahap awal, moderator akan menyediakan pertanyaan untuk memancing topik, serta menampilkan topik bahasan penelitian untuk mendapatkan tanggapan, opini serta diskusi diantara seluruh peserta FGD.

Proses analisis penelitian FGD akan menggunakan teori Gestalt. Analisis tersebut untuk menentukan makna final melalui terjemahan data dari hasil persepsi visual yang diperoleh melalui FGD, elemen desain, observasi, wawancara dan dokumentasi penelitian. Terjemahan data akan disusun untuk melakukan pemaknaan dan dikategorikan berdasarkan prinsip-prinsip teori Gestalt yang mengacu pada tujuan penelitian, yaitu mendapatkan persepsi visual dari media informasi mitigasi tsunami. Proses analisis seperti pada Gambar 3.



Gambar 3. Proses analisis Data FGD

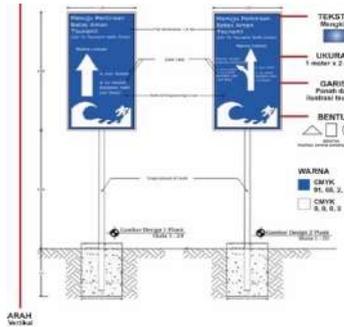




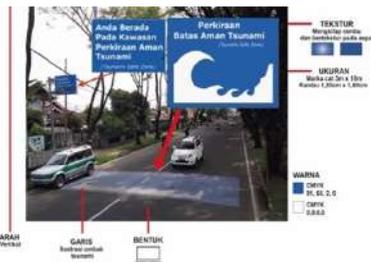
HASIL DAN PEMBAHASAN



Gambar 4. Analisis Deskriptif Signage 1



Gambar 5. Analisis Deskriptif Signage 2



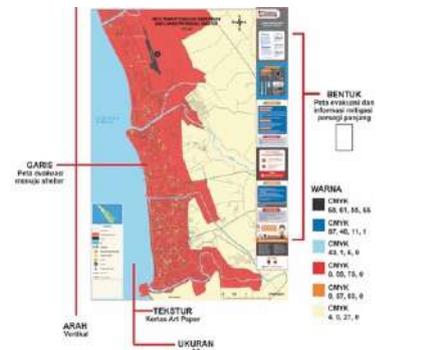
Gambar 6. Analisis Deskriptif Signage 3



Gambar 7. Analisis Deskriptif Signage 4 Billboard Mitigasi Tsunami



Gambar 8. Analisis Deskriptif Baliho



Gambar 9. Analisis Deskriptif Brosur Peta Evakuasi



Gambar 10. Analisis Deskriptif Poster Mitigasi Bencana



Gambar 11. Analisis Deskriptif Instagram



1. Hasil

Adapun data yang peneliti dapatkan berupa persepsi dari 5 jenis media informasi dan rekomendasi. Hasil diskusi tersebut disajikan pada Tabel 1 berikut:

Signage 1

Persepsi: *Signage 1* Sudah pas untuk dijadikan patokan jalur shelter. Perbanyak plang agar masyarakat mengetahui jalur evakuasi tsunami. Rekomendasi: *Signage 1* harus dibuat kuat dan bertahan, karna material dari besi yang membuat rawan pencurian.

Signage 2

Persepsi: Sudah baik dari segi desain dan tampilan. Rekomendasi: Pemasangan media harus ditambah di titik-titik tertentu. Penambahan peta yang disertai petunjuk arah.

Signage 3

Persepsi: Informasi pada *Signage 3*, apakah menunjukkan batas aman untuk mengungsi ketempat tinggi atau batas akhir air. Rekomendasi: Berikan pengertian/penjelasan batas aman kepada masyarakat.

Signage 4

Persepsi: salah penempatan, perpaduan warna tidak cocok, dan salah dalam pemasangan plang. Rekomendasi: sebaiknya dipasang di pinggir pantai dan tempat ramai pejalan kaki, dan ditempatkan di tempat wisata, pasar, dan tempat umum yang didatangi banyak orang. Tulisan harus bisa dibaca dengan jelas.

1). Baliho

Persepsi: Foto (tokoh) terlalu mendominasi, sulit dibaca karena font terlalu kecil, harus berhenti jika ingin membaca. Baliho tertutup oleh baliho Pilgub. Penempatan tidak banyak. Rekomendasi: Menghilangkan foto/ gambar tokoh karena tidak perlu. Tulisan harus jelas dan dapat dibaca oleh pengendara dan konten berisi informasi mitigasi.

2). Peta Evakuasi

Persepsi: Media sudah pas, zona merah dan zona aman sudah sesuai. Penempatan Shelter-shelter sudah sesuai. Rekomendasi: Perlu memperbanyak shelter. Masyarakat dapat menjaga aset-aset shelter seperti, lampu kabel, dll). Mengadakan edukasi kepada masyarakat mengenai shelter. Menerapkan sanksi bagi masyarakat yang menyalahgunakan shelter. Shelter menjadi tempat yang multifungsi, contoh : mengadakan kegiatan kemasyarakatan dan menjadi pemasukan ekonomi untuk bersama. Sebaiknya

dikelola oleh RT/RW setempat sehingga tidak terbengkalai.

3). Poster

Persepsi: Perlu memakai ilustrasi maskot yang sesuai dengan informasi yang ingin disampaikan. Desain tidak menarik dan kurang efektif. Rekomendasi: Lebih baik menampilkan ilustrasi yang berhubungan dengan bencana. Melampirkan akun instagram pada media-media cetak. Tempel poster di tempat-tempat yang strategis.

4). Instagram

Persepsi: Jarang dibuka, karena banyak mengkonsumsi kuota paket data internet. Sebagian masyarakat lebih sering menggunakan facebook. Feed/ konten hanya sekedar lewat di *timeline* (tidak terbaca). Tidak di *follow* oleh banyak orang. Rekomendasi: Tambahkan konten berupa video, dan ilustrasi menarik, karna kebanyakan hanya foto-foto. Perlu inovasi media baru yang atraktif dan menarik.

Diskusi dihadiri oleh 11 orang peserta FGD, 1 orang notulen, 1 orang moderator, dan 1 orang dokumentasi. Data pada Tabel 2, berdasarkan rentan usia, peserta FGD berusia 27 tahun hingga 50 tahun. Peserta terdiri dari masing-masing kecamatan yang ada di Kota Padang. Jenis kelamin peserta 5 perempuan dan 6 laki-laki.

Tabel 2. Karakteristik Peserta FGD

Peserta	Usia	Domisili Kecamatan	Jenis Kelamin
P1	32	Lubuk Begalung	Perempuan
P2	37	Padang Selatan	Laki-laki
P3	38	Bungus Teluk Kabung	Laki-laki
P4	50	Lubuk Kilangan	Perempuan
P5	34	Padang Timur	Perempuan
P6	38	Kuranji	Laki-laki
P7	39	Nanggalo	Laki-laki
P8	27	Koto Tengah	Laki-laki
P9	32	Padang Barat	Perempuan
P10	47	Pauh	Perempuan
P11	33	Padang Utara	Laki-laki

Analisis media informasi terdiri dari 5 kategori media informasi, yaitu: (1) *signage* sebanyak empat media, (2) baliho/*billboard* sebanyak 1 media, (3) brosur peta sebanyak 1 media, (4) poster sebanyak 1 media, (5) sosial media instagram sebanyak 1 media.

2. Pembahasan

Adapun Kategori Persepsi dan makna final dari persepsi Gestalt adalah sebagai berikut: *Continuation*, penataan visual yang dapat menggiring gerak mata ke arah tertentu. *Closure*, bentuk yang tertutup atau menyambung, mendefinisikan objek yang dilihat





menjadi objek yang terdekat. Memanipulasi otak jika objek yang masih kosong harus dipenuhi. *Similarity*, objek yang terlihat kelompok visual dan ditentukan lewat bentuk, warna, arah, tekstur, simbol dan ukuran. *Proximity*, objek yang terlihat memiliki relasi dengan objek lainnya dan terlihat berkelompok. Adanya korelasi antara elemen-elemen yang saling berdekatan dan berulang. *Connectednes*, melihat sebuah objek dengan bentuk yang serupa dan seragam.

Signage 1 Sudah pas untuk dijadikan patokan jalur *shelter*. Kategori Elemen Desain: Arah jalur evakuasi, bentuk gambar jalur evakuasi tsunami terlihat jelas. Informasi dapat terbaca karena adanya kekontrasan pada garis font dan ilustrasi yang digunakan. Warna, orange dan putih. Ukuran tinggi 225 cm dari tanah yang mengikuti standar ISO, menyebabkan Signage 1 mudah ditemukan disepanjang jalan zona merah tsunami. Kemudahan menemukan Signage 1 disebabkan oleh tekstur mengkilap dari bahan materialnya, seperti besi dan cat yang cerah. Diketahui bahwa *Signage 1* Rambu arah evakuasi tsunami sudah sesuai untuk menjadi patokan atau rambu-rambu evakuasi mitigasi tsunami, hal ini dapat dilihat dari pernyataan peserta sebagai berikut: “...*Harus jauh dari bibir pantai jika terjadi bencana tsunami tidak boleh melawan arus atau arah...*” (P2). “...*kembali kepada kesadaran masyarakat untuk menyikapi media informasi yang telah disediakan...*” (P3).

Signage 2 Sudah baik dari segi desain dan tampilan. Kategori Elemen Desain: Desain dari media informasi tersebut memiliki arah vertikal Bentuk gambar ada 3: bulat pada ilustrasi orang dan gelombang tsunami, persegi panjang pada bentuk media dan bentuk segitiga pada gambar panah. Kekontrasan warna biru dan putih. Informasi dapat terbaca karena adanya kekontrasan pada garis panah dan ilustrasi tsunami. Ukuran tinggi media 2 meter x 1 meter, serta tinggi tiang 2 meter. Tekstur yang mengkilap dari bahan materialnya. Diketahui bahwa *Signage 2* Marka Informasi *Tsunami Safe Zone* sudah sesuai untuk menjadi patokan atau rambu-rambu evakuasi mitigasi tsunami, hal ini dapat dilihat dari pernyataan peserta sebagai berikut: “...*kalaupun sudah mengetahui arah kemana informasi evakuasi...*” (P1). “...*ketika terjadi bencana signage 2 menjadi patokan memulai arah evakuasi...setiap kelurahan ada signage 2...*” (P3).

Informasi pada **Signage 3**, apakah menunjukkan batas aman untuk mengungsi ketempat tinggi atau batas akhir air. Kategori Elemen Desain: Garis pada media marka yang dicat diaspal berbentuk ilustrasi ombak air

tsunami, serta tulisan “*perkiraan batas aman tsunami*”. Media informasi Signage 3, Marka *Blue Life/ Tsunami Safe Zone* memiliki bentuk persegi panjang. Marka memiliki tekstur aspal yang dicat ke jalan raya, dan memiliki tektur mengkilap pada Marka rambu. Warna yang digunakan biru dan putih. Ukuran yang dimiliki Signage 3 yang dicat ke aspal adalah 3m x 10m, sementara Signage 3 bentuk rambu memiliki ukuran 1,20cm x 1,80cm. Desain media informasi memiliki arah horizontal. Diketahui bahwa *Signage 3* Marka *Blue Life/ Tsunami Safe Zone* masih memiliki kekurangan pada informasi batas aman seperti apa, hal ini dapat dilihat dari pernyataan peserta sebagai berikut: “...*apakah batas akhir aman tsunami atau batas akhir air?, setidaknya berikan titik jelas pengertian penjelasan batas aman pada media informasi...*” (P3). “...*harus menunggu tsunami untuk tau batas aman... tergantung dari kekuatan gempa... perkiraan yang ada sebagai prediksi terburuk dari BPBD... zona aman yang paling aman dilihat pada peta ada di Jalan By Pass arah Solok...*” (P2).

Signage 4, Salah tempat, harusnya dipasang di pinggir pantai dan tempat ramai pejalan kaki. Tulisan harus bisa dibaca dengan jelas. Perpaduan warna tidak cocok. Kategori Elemen desain: Media Signage 4 memiliki arah vertikal, sehingga pergerakan membaca informasi dari atas kebawah. Garis pada media informasi Signage 4 hanya terdapat pada bagian tagline. Ukuran media informasi 3m x 2m. Lokasi peletakan media Signage 4 terletak pada jalan raya, karena ukuran teks sangat kecil membuat masyarakat yang berkendara mengalami kesulitan dalam membaca informasi. Warna yang dominan pada media ini adalah orange. Bentuk media persegi panjang dan bentuk bulat pada bagian logo dan pada lingkaran tagline. Tekstur yang dimiliki oleh media Signage 4 ini adalah mengkilap. Diketahui bahwa *Signage 4* memiliki kekurangan pada penempatan media, hal ini dapat dilihat dari pernyataan peserta sebagai berikut: “...*sebaiknya ditempatkan di tempat wisata, pasar, dan tempat umum...*” (P8) “...*warna tidak cocok...ganti dengan yang lebih nyaman di mata...*” (P7) “...*banyak plang yang salah pasang, karena tidak ditempatnya...terlihat dari ukuran tulisan.. dijalan hanya sebatas membaca judul saja...*” (P2) “...*kalaupun dilampu merah hanya terlihat beberapa detik...*” (P3).

Billboard

Foto (tokoh) terlalu mendominasi. Sulit dibaca karena font informasi terlalu kecil. Kategori Elemen Desain: Bentuk tampilan foto pada *Billboard* terlihat lebih jelas dan dominan, sementara pada bagian informasi



tidak terlihat jelas. *Billboard* memiliki arah vertikal, membacanya dari atas kebawah. Sehingga masyarakat yang menggunakan kendaraan memiliki keterbatasan. Informasi dapat terbaca jika adanya ukuran font. Garis pada font kurang terlihat. Tekstur *Billboard* terbuat dari material printing. Warna pada media ini sudah cukup memiliki kontras. Diketahui bahwa *Billboard* memiliki foto yang lebih dominan daripada informasi yang ingin disampaikan, hal ini dapat dilihat dari pernyataan peserta sebagai berikut: "...tulisan tidak efektif, tapi jika kampanya efektif..." (P1). "...berada dipusat-pusat kota.... tulisan tidak terlihat, hanya pada bagian bawah billboard dan nama pemilik foto..."(P4). "...kalau mau membacanya harus berhenti dekat baliho... lebih dominan tulisan sosialisasi lantas dibaliknya..." (P7). "...baliho-baliho kebencanaan beberapa ada yang tertutup atribut kampanye pilkada/pilgub..." (P11).

1). Brosur Peta Evakuasi Bencana Tsunami

Media sudah pas, zona merah dan zona aman sudah sesuai. Penempatan *Shelter-shelter* sudah sesuai. Kategori Elemen Desain: Desain dari media informasi tersebut memiliki arah vertikal jika dibentangkan. Bentuk tampilan gambar dan informasi mitigasi pada Brosur Peta Evakuasi. Peta Evakuasi dapat terbaca karena ukuran kertas yang cukup besar, yaitu A3. Garis jalur evakuasi menuju shelter dan garis batas zona merah. Tekstur media dari kertas Art Paper, yang mengkilap dan licin pada kedua sisi kertas. Warna yang digunakan memiliki kontras yang baik, sehingga titik-titik lokasi shelter dapat terlihat dan terbaca. Diketahui bahwa *Signage 3* sudah sesuai untuk menjadi patokan atau rambu-rambu evakuasi mitigasi tsunami, hal ini dapat dilihat dari pernyataan peserta sebagai berikut: "...peta menunjukkan zona merah... sudah disebarkan.. peta sudah pasti dan pas..." (P2).

2). Poster Mitigasi Bencana

Tidak perlu memakai ilustrasi maskot. Perlu ilustrasi yang berhubungan dengan bencana. Kategori Elemen Desain: Arah poster berbentuk vertikal, membaca informasi dari atas kebawah. Tekstur media dari kertas *Art Cartoon*, yang memiliki tekstur halus, licin, putih, mengkilap dan tebal. Bentuk media persegi panjang, dan terdapat bentuk segi empat dan lingkaran pada konten media informasi poster. Ukuran yang digunakan adalah ukuran yang sama dengan Brosur Peta Evakuasi, yaitu A3. Warna yang digunakan cukup banyak, namun dominan pada warna biru dan orange seperti pada media *Signage*, *Billboard* dan Peta Evakuasi. Diketahui bahwa Poster memiliki cukup informasi, tetapi perlu menambahkan gambar yang berhubungan dengan bencana, hal ini dapat dilihat dari

pernyataan peserta sebagai berikut: "...ikut membagikan waktu itu...membagikan door to door.. tidak hanya dikasih tapi juga diberikan paparan kepada masyarakat... poster terlihat lengkap... tapi kembali kepada kesadaran masyarakat dalam menyikapi...poster membantu memperkenalkan media rambu-rambu batas aman juga..."(P2). "...maskotnya tidak mewakili poster, seharusnya mewakili gambar ilustrasi bencana gempa atau tsunami..." (P8).

3). Instagram BPBD Kota Padang

Konten kurang menarik dan kurang kreatif. Kategori Elemen Desain: Bentuk pada masing-masing konten akan berbeda, segi empat dan persegi panjang. Konten format media .jpg dan video .mp4. Garis yang ditampilkan berbentuk grid atau segi empat. Tekstur dan Ukuran yang ditampilkan menyesuaikan dengan merk dan tipe layar LCD dari smartphone. Warna yang digunakan menyesuaikan dengan konten. Pada tampilan foto profil, terdapat unsur warna orange, merah dan biru. Dari proses FGD, diketahui bahwa Media sosial Instagram kurang menarik kreatif dalam memberikan informasi mitigasi tsunami, hal ini dapat dilihat dari pernyataan peserta sebagai berikut: "...Instagram itu tertentu yang memfollow...setidaknya masukkan juga di lembaran brosur dan media poster alamat Instagram....anak milenial yang sering menggunakan...sering lihat tapi tidak follow..." (P3). "...mengetahui instagram tapi tidak memfollow...kebanyakan instagram ini, kalau ada bencana baru dilihat...hadirkan video dan gambar-gambar menarik..."(P8). "...memasukkan konten-konten kreatif..."(P6). "...memberikan link pada media instagram pada media lain seperti poster, brosur peta...masukkan ke story instagram untuk memudahkan pencarian..." (P10).

KESIMPULAN DAN SARAN

1.Kesimpulan

Dari hasil penelitian, Media Informasi yang menerapkan elemen-elemen desain memberikan perbedaan signifikan terhadap pemahaman masyarakat, Diterima. Peneliti membuktikannya dengan melakukan analisis deskriptif terkait elemen-elemen desain yang ada di media informasi. Keseluruhan media memiliki elemen-elemen desain: garis, bentuk, arah, ukuran, tekstur, dan warna. Tetapi Peneliti menemukan adanya kekurangan penerapan elemen-elemen desain, hal tersebut lebih banyak terkait pada ukuran yang masih belum diterapkan antara konten pendukung dan konten yang harus difokuskan, yaitu informasi mitigasi itu sendiri. Warna yang masih belum senada antara media satu





dengan lainnya, serta belum adanya bentuk ciri khas karakteristik desain.

Peneliti melakukan pendalaman analisis lebih lanjut melalui FGD. Dari data FGD yang dianalisis menggunakan teori Gestalt, peneliti menemukan bahwa media informasi memiliki perbedaan persepsi. Persepsi visual yang dihasilkan, masyarakat cenderung melihat tampilan elemen-elemen desain dalam mencari pemahaman atas media informasi. Kekurangan dan keterbatasan media informasi yang ditemukan terkait visual dari desain, mempengaruhi masyarakat dalam mencerna informasi.

2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang dilakukan, Peneliti merekomendasikan agar media informasi lebih memperhatikan penggunaan elemen-elemen desain secara lebih cermat dan konsisten. Dalam hal ini, perlu dipertimbangkan untuk mengoptimalkan penggunaan ukuran konten pendukung agar tidak mengganggu fokus pada konten utama, yaitu informasi mitigasi. Selain itu, penggunaan warna dan bentuk yang khas dan konsisten dapat membantu meningkatkan pemahaman dan mudah diingat oleh masyarakat.

Peneliti juga menyarankan adanya pelatihan atau workshop bagi tim kreatif atau media informasi mengenai penggunaan elemen-elemen desain yang tepat dan efektif dalam menyampaikan informasi. Hal ini dapat membantu meningkatkan kualitas desain media informasi dan membuatnya lebih efektif dalam memberikan pemahaman kepada masyarakat.

Terakhir, Peneliti menyarankan adanya penelitian lebih lanjut terkait pengaruh elemen-elemen desain media informasi terhadap persepsi dan pemahaman masyarakat. Dalam studi ini, penggunaan teori Gestalt dapat digunakan sebagai panduan untuk memperdalam analisis terhadap persepsi visual masyarakat terkait desain media informasi. Dengan begitu, diharapkan dapat meningkatkan efektivitas media informasi dalam menyampaikan informasi mitigasi secara lebih efektif dan efisien.

DAFTAR RUJUKAN

- Hennink, M. M. (2014). *Focus Group Discussions*. United States of Amerika: Oxford University Press. 2.
- Hergenhahn, B. (2009). *An Introduction to the History of Psychology*. 6th Edition. Belmont: Cengage Learning.

- Hughes, K. A. (2019). *Graphic Design: Learn it, do it*. Boca Raton: CRC Press. 53-67.
- Koffka, K. (1935). *Principles of Gestalt Psychology*. New York: Harcourt, Brace & World.
- Kurzweil, E. (2015). *Jaring Kuasa Strukturalisme Dari Lévi-Strauss sampai Foucault*. Diterjemahkan oleh Nurhadi. Bantul (ID): Kreasi Wacana.
- O'Connor, Z. (2015): Colour, contrast and Gestalt theories of perception: The impact in contemporary visual communications design, *Color Research and Application* 40(1): 85–92. doi:10.1002/col.21858.
- Rustan, S. (2013). *Mendesain Logo*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sanyoto, S. (2005). *Dasar-Dasar Tata Rupa dan Desain*, Yogyakarta: Arti Bumi Intaran.
- Sunaryo, S. (2002). *Psikologi untuk Keperawatan*. Jakarta: Penerbit Buku Kedokteran EGC.
- 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.
- Sari, D. M., Fitriyona, N., Purnomo, E., & Sandra, Y. (2022). Konsep Kreatif Desain Ikon Bangunan Peta Shelter Mitigasi Universitas Negeri Padang. *Gorga: Jurnal Seni Rupa*, 11(2), 355-360.
- Sartain, J.; North, J.; Strange, R.; Chapman, M. (1973). *Psychology: Understanding the Human Behavior*. New York: McGraw-Hill.
- Siburian, S. A., Saragi, D., Harahap, S. (2020). Tinjauan Tata Letak (Layout) Poster Anti Narkoba Badan Narkotika Nasional Provinsi Sumatera Utara. *Gorga: Jurnal Seni Rupa*, 09(1), 01-06.