

# **PETA USAHA KECIL MENENGAH (UKM) JALAN SYAHDAN SEBUAH HASIL PENELITIAN PROYEK WORKSHOP DO GOOD INDONESIA**

**Sari Wulandari**

Jurusan Desain Komunikasi Visual, School of Media, BINUS University  
Jln. K.H. Syahdan No. 9, Palmerah, Jakarta 11480

## **ABSTRACT**

*Syahdan Small Medium Enterprises (SME) map around the campus BINUS Syahdan Syahdan precisely along the streets and alleys that connect with it, ranging from Seven-Eleven to Circle K, which has become the backbone of student activities on campus so as to facilitate students in accessing the small business as well as media liaison for SMEs to communicate with the target market. The research was conducted referring to the science of Visual Communication Design Discipline. The purpose and benefits of this research is to use scientific and practical the SME Map of Jalan Syahdan and research results in the form of advice which are based on Cognitive Principle for ID member, Communication Principles for ID member, which is based on ease of implementation, the function of information for ID, which will tell us the effectiveness of media communications, and aesthetics. It is expected that the information in it will be delivered properly, can bring out the character right BINUS University and establish a positive image in the mind of the reader. In the results of this study will be presented the data and advice needed as a reference by them who will develop the SME Map of Jalan Syahdan.*

**Keywords:** map, Syahdan, SME, aesthetics

## **ABSTRAK**

*Peta Usaha Kecil Menengah (UKM) Jalan Syahdan merupakan peta dari usaha-usaha kecil di sekitar kampus BINUS Syahdan tepatnya di sepanjang jalan Syahdan dan gang-gang kecil yang terhubung dengannya, dimulai dari Seven-Eleven sampai ke Circle K, yang selama ini menjadi tulang punggung aktivitas mahasiswa di kampus sehingga memudahkan mahasiswa dalam mengakses usaha-usaha kecil tersebut. Penelitian dilakukan mengacu pada disiplin ilmu Desain Komunikasi Visual (DKV). Tujuan dan Manfaat dari penelitian ini antara lain memanfaatkan keilmuan dan kemampuan praktis DKV dalam pembuatan Peta UKM Jalan Syahdan dan keluaran hasil penelitian berupa peta itu sendiri, yang didasarkan pada prinsip kognitif, prinsip komunikasi, prinsip estetika, sehingga dapat dioptimalkan faktor-faktor yang dapat memengaruhi berhasilnya sebuah desain informasi. Dengan demikian diharapkan informasi yang ada di dalamnya akan dapat tersampaikan dengan baik, dan dapat memberi solusi secara cepat dan tepat. Hasil penelitian merupakan data dan saran yang diperlukan sebagai rujukan oleh pihak-pihak yang akan mengembangkan Peta UKM Jalan Syahdan ini menjadi lebih baik.*

**Kata kunci:** peta, Syahdan, UKM, estetika

## PENDAHULUAN

Dalam dunia yang kompleks ini, kemudahan berkomunikasi secara luas melalui media menjadi penting. Desain informasi (*information design*) membantu kebutuhan ini melalui cara menggabungkan ilmu tipografi, ilustrasi, komunikasi, ergonomik, psikologi, sosiologi, linguistik, komputer, dan ilmu lainnya untuk menciptakan suatu pesan yang tepat. Meskipun secara virtual semua jenis desain adalah '*human-centered*', namun desain informasi berfokus pada penjelasan yang akurat dari sebuah informasi dan sesuatu yang baru yang didapat dari informasi tersebut untuk disampaikan kepada penerima.

Beberapa hal yang mempengaruhi berkembangnya desain informasi antara lain adalah tren globalisasi melalui teknologi, di mana kecanggihan teknologi dan komunikasi menciptakan suatu perubahan fenomenal, penggunaan internet di seluruh dunia meningkat sebanyak 225% sejak tahun 2000, dengan penyebaran teknologi komunikasi maka komunikasi menjadi sebuah kepentingan saat membagi ide dan konsep dengan masyarakat luas. Oleh karena itu terjadi implikasi desain dimana dunia mengecil dan jumlah penggunanya membesar, dengan demikian maka teknologi komunikasi membuat banyak orang dapat membagikan informasi ke seluruh masyarakat, di mana pada kondisi terdahulu hanya dapat disampaikan kepada sebagian orang. Dengan adanya tren '*berkembangnya media maka bertambahlah informasi*' di mana informasi menjadi lebih mudah dikirimkan, disebar, dan dipublikasikan, maka implikasi desain yang terjadi adalah manusia dapat belajar lebih banyak dan mengajarkan lebih banyak. Dengan banyaknya informasi yang diterima setiap hari, akan masih banyak hal-hal yang belum terjawab dan butuh dijawab dengan cepat untuk memperjelas informasi, yaitu melalui pengetahuan yang dimiliki. Melihat kondisi tersebut, maka keahlian desain komunikasi menjadi sangat penting dalam meningkatkan cara hidup, bekerja, dan membagi ide.

Pada sebuah hari di akhir bulan Mei 2011, jurusan Desain Komunikasi Visual (DKV) BINUS University telah menyelenggarakan sebuah *international workshop* yang dilatarbelakangi oleh semangat '*do good*', diambil dari buku ber-cover merah yang dibuat oleh David B. Berman berjudul *Do Good Design*. Buku ini mengingatkan pentingnya seorang desainer yang tidak saja memiliki kemampuan membuat desain yang baik namun juga berbuat kebaikan serta mempertimbangkan tanggungjawab sosial yang akan timbul di kemudian hari atas karya yang dihasilkan. Dalam perspektif yang lebih luas, buku yang sangat bagus untuk dibaca semua kalangan masyarakat, tidak terbatas pada mereka yang berprofesi sebagai desainer namun juga para pengambil keputusan. *Workshop* ini terselenggara berkat kerjasama DKV BINUS dengan Aikon Media selaku penerbit buku *Do Good* terjemahan bahasa Indonesia yang telah memberi kesempatan kepada mahasiswa dan dosen DKV BINUS University untuk berkolaborasi di dalam sebuah *research workshop* yang mendapat pengarahan secara langsung dari David melalui media sosial internet.

*International workshop* bernama "*Do Good Indonesia: Better Jakarta*" ini mengusung harapan agar hasil karya workshop sedikit banyak dapat memberi solusi dalam membantu memperbaiki kondisi kota Jakarta, dimulai dari lingkungan terdekat. Oleh karenanya, *workshop* diawali dengan survei mengunjungi sentra-sentra ekonomi dan pendukungnya di sekitar kampus BINUS University (pasar Palmerah, pasar Slipi dan pasar bunga Rawa Belong). Untuk mencapainya digunakan moda angkutan umum sehingga peserta dekat dengan keseharian masyarakat dan akan lebih banyak lagi hal-hal menarik yang dapat ditemui.

Berjalannya *workshop* ini disertai pembekalan bagi mahasiswa, di mana ketika peserta melakukan analisa hasil survei dan menentukan isu serta solusi desain yang tepat dihadirkan seorang tokoh kampanye sosial Iwan Esjepe dari Indonesia Bertindak yang membagi pengalamannya dalam melakukan kampanye sosial, di mana dengan mengangkat isu yang cerdas, melalui tampilan desain akhir yang sederhana, sebuah kampanye dapat berhasil dan memberi dampak positif yang luas.

Selanjutnya studi terus dilakukan untuk menentukan strategi desain yang tepat dengan menghadirkan Enrico Halim dari Aikon untuk membagi pengalaman dan wawasannya dalam hal *social design*. Dikemukakan bahwa desain memiliki tanggung jawab sosial dan desain yang baik dapat membawa perubahan nyata di dunia ke arah yang lebih baik. Desainer dapat berkontribusi pada produk-produk desain yang ekologis dengan berhati-hati dalam memilih bahan-bahan yang digunakan. *Sharing* ini membuka wawasan peserta *workshop* bahwa selain memiliki komunikasi yang tepat di dalam visual yang berestetika, sebuah desain perlu mempertimbangkan pemilihan material yang ramah lingkungan. Yang tidak kalah penting adalah perlu adanya keterlibatan masyarakat sebagai target penelitian dan ikut serta di dalam proses eksekusi desain sehingga tercipta interaksi sosial antara masyarakat dengan karya desain yang dihasilkan.

Pada proses desain selanjutnya, peserta berkesempatan untuk mempresentasikan kemajuan dari proyek serta mendengar ulasan dari dosen dan peserta lainnya. Pada kesempatan ini dihadirkan Aditya Yoga dari Hiduplah Indonesia Raya dengan kampanyenya "*I Love RI*" melalui media kaos oblong dan dijelaskan bagaimana karya desain yang mendukung sebuah kampanye memiliki kemampuan membiayai kelangsungan hidup dari kampanye tersebut secara mandiri.

Saatnya puncak kegiatan *workshop* pada acara *Informal Gathering with David Berman*. Dihadiri oleh beberapa mahasiswa DKV BINUS dan perguruan tinggi lain, pelaku industri desain grafis serta para komunitas seniman, masing-masing tim mempresentasikan hasil karyanya kepada David untuk dibahas kembali dan diberikan saran terhadap hasil karya workshop secara proporsional sehingga diketahui kekuatan serta kelemahan dari proyek yang dibuat agar selanjutnya dapat dikembangkan menjadi lebih baik.

Satu di antara beberapa proyek *workshop* yang dibuat adalah Peta UKM Jalan Syahdan, proyek ini berusaha menjawab permasalahan untuk UKM di sepanjang jalan syahdan dan jalan-jalan kecil di sekitarnya, yang jumlahnya sangat banyak, baik dari segi varian maupun merek. UKM ini merupakan bisnis dari masyarakat sekitar BINUS yang mana produk atau jasa yang diberikan menjadi tulang punggung bagi aktivitas para BINUSian. Dari data bagian pemasaran disebutkan bahwa pada tahun ajaran 2010/2011 BINUS menerima sekitar 7200 mahasiswa baru, dan mengalami peningkatan dimanapada tahun ajaran 2011/2012 BINUS akan menerima sekitar 7900 mahasiswa baru, baik dari Jakarta maupun dari luar Jakarta yang membutuhkan bantuan dan arahan mengenai situasi di sekitar jalan Syahdan.

Selain itu, dalam 2 tahun terakhir BINUS University mengadakan program *Buddy Coordinator*, yaitu program pembimbingan selama 1 semester bagi mahasiswa yang baru masuk oleh kakak kelas (semester 3 atau 5). *Buddy Coordinator* ini membutuhkan alat bantu untuk membimbing dan mengarahkan para mahasiswa baru. Oleh karena itu, perlu adanya alat bantu yang dapat membimbing dan mengarahkan mahasiswa baru agar mereka dapat mengakses UKM-UKM ini dengan mudah untuk memenuhi kebutuhannya baik dalam hal mendukung tugas kampus maupun kebutuhan sehari-hari. Dengan demikian, mereka akan dapat segera beradaptasi dengan cepat di lingkungan barunya di sekitar BINUS Univ serta akan segera siap memulai perkuliahan di BINUS dengan nyaman. Dengan adanya alat bantu ini selain akan mempermudah proses adaptasi para mahasiswa baru dengan lingkungan di sekitar kampus BINUS, juga menjadi media bagi para UKM untuk menyapa para sasaran pasarnya. Perlu dibuat sebuah peta mengenai UKM di sepanjang jalan Syahdan dan jalan-jalan di sekitarnya. Di awal tahun ajaran, yang mana setiap tahun perlu *direview* kembali untuk menjaga keakuratan dalam pendataan UKM yang akan dilibatkan.

Untuk itu dibuatlah sistem informasi berupa peta dari usaha-usaha kecil di sekitar kampus BINUS Syahdan tepatnya di sepanjang jalan Syahdan dan gang-gang kecil yang terhubung dengannya, dimulai dari Seven-Eleven sampai ke Circle K, yang selama ini menjadi tulang punggung aktivitas mahasiswa di kampus (seperti warung makan, fotokopi, cetak digital, dan lain-lain) sehingga memudahkan mahasiswa dalam mengakses usaha-usaha kecil tersebut. Media berbentuk peta dipilih

mengingat media ini sarat akan muatan informasi yang harus dikomunikasikan dan desainer komunikasi visual disini memiliki peran yang sangat besardi dalam keberhasilan penyampaian informasi. Oleh karena itu kesempatan ini dipergunakan seluas-luasnya sebagai topik penelitian bagi mahasiswa sehingga mereka dapat mempraktikkan kemampuan dan keilmuan mereka akan Desain Komunikasi Visual yang telah mereka miliki. Saat ini Peta UKM Jalan Syahdan dibuat untuk format cetak namun karena pertimbangan minimnya dana saat ini disamping distribusi informasi yang mudah dan cepat, untuk sementara menggunakan media internet sebagai medium penyebaran informasinya, yaitu melalui situs web tidak-berbayar yaitu <http://exploresyahdan.moonfruit.com>. Mengingat peta ini diunggah melalui *website* non-berbayar, tentunya performa yang ditampilkan tidak maksimal dengan adanya keterbatasan fitur yang disediakan, sehingga pemanfaatan teknologi informasi tidak dapat dioptimalkan. Selain itu tidak adanya keleluasaan dalam menggarap tampilan komunikasi visual dengan dihadapkannya pengguna pada pilihan *theme* yang terbatas. Peta bisa dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1 Peta UKM Jalan Syahdan

Berikut ini adalah beberapa visual yang tampil pada web:

## Halaman HOME

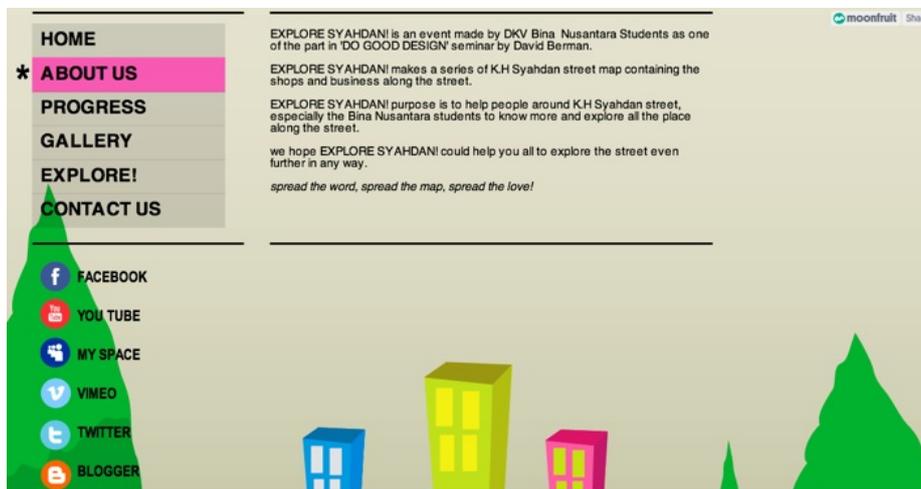
Menampilkan Peta UKM Jalan Syahdan yang dinamakan *Explore Syahdan*. Kondisi gambar peta tidak memadai karena informasi teks yang sangat kecil dan resolusi gambar yang sangat rendah sehingga informasi pada peta tidak dapat ditangkap dengan sempurna.



Gambar 2 Explore Syahdan

## Halaman *ABOUT US*

Berisi tentang penjelasan mengenai latar belakang dibuatnya proyek ini atas inisiasi dari *workshop* internasional “*Do Good Indonesia: Better Jakarta*” hasil kerjasama DKV BINUS University dan Aikon Media atas semangat yang diambil dari buku *Do Good Design* oleh David Berman.



Gambar 3 Halaman *about us*

## Halaman *PROGRESS*

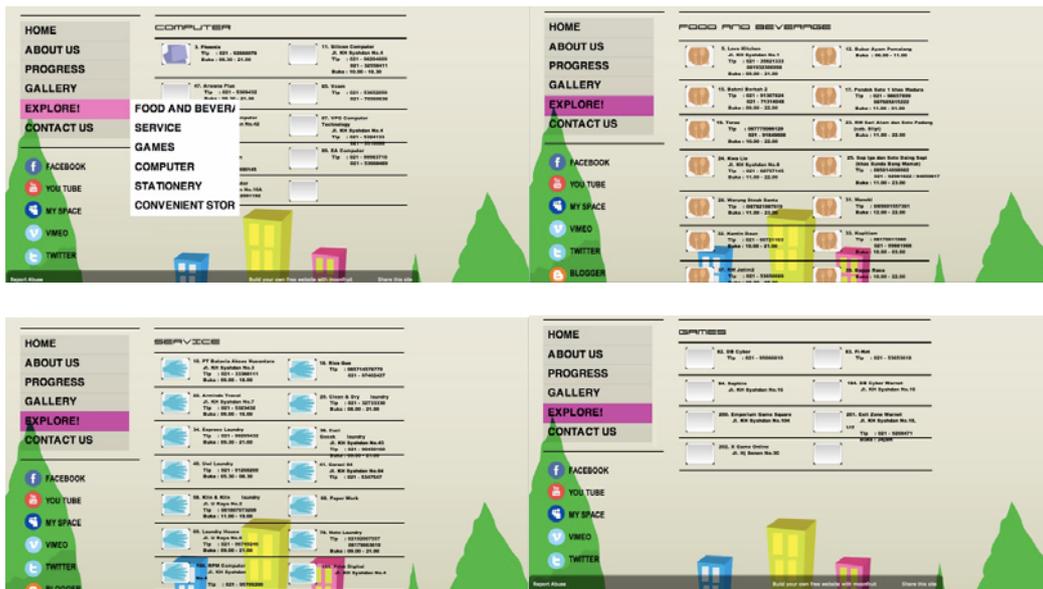
Menampilkan dokumentasi mengenai proses berjalannya *workshop* dari awal hingga selesai.



Gambar 4 Halaman *progress*

## Halaman *EXPLORE!*

Berisi data atau informasi mengenai warung-warung atau unit usaha yang ada di sepanjang jalan Syahdan, terkait dengan kebutuhan mahasiswa BINUS University. Informasi ini dibagi dalam beberapa segmen, yaitu; *food and beverages, service, games, computer, stationery, convenient store*.



Gambar 5 Halaman *Explore*

## METODE

Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metodologi observasi dan partisipatif dengan melakukan survei, pengamatan dan pendataan dengan mengunjungi sentra-sentra ekonomi dan pendukungnya di sekitar kampus BINUS. Selain itu dilakukan penyebaran kuesioner yang berkaitan dengan media tersebut kepada para pemilik, pengelola warung, pengunjung, serta masyarakat sekitar warung.

Studi kepustakaan dengan melakukan riset pustaka dengan topik *information design* yang mempelajari prinsip kognitif, prinsip komunikasi, prinsip estetikawawancara nara sumber terkait yaitu wawancara selain para pemilik, pengelola warung, pengunjung, serta masyarakat sekitar warung juga dengan sekelompok BINUSian untuk mengetahui seberapa jauh warung-warung yang akan dimasukkan ke dalam sistem informasi ini, mengingat merekalah yang akan menjadi target pembaca dari informasi ini serta untuk mengetahui apa yang mereka dapatkan dan harapan dari peta ini.

Setelah data diperoleh maka dibuatlah analisa data lapangan dan membandingkan dengan literatur teori ideal. kemudian dilakukan sintesa dengan mencari solusi kreatif melalui disiplin ilmu Desain Komunikasi Visual untuk kemudian disusun sebuah usulan berupa Peta UKM Jalan Syahdan. Hasil sintesa penelitian akan diterapkan dalam panduan yang dapat digunakan sebagai rujukan para BINUSian sehingga informasi atau pesan yang akan disampaikan dapat diterima sepenuhnya, baik yang sifatnya tersurat maupun tersirat, didasarkan pada kemudahan pengaksesan, fungsi informasi, efektivitas media komunikasi, dan estetika, melalui penggunaan elemen-elemen desain.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Melalui metodologi observasi dan partisipatif telah dilakukan pengamatan dan pendataan atas UKM di sepanjang jalan Syahdan, dengan menyebarkan kuesioner kepadapara pemilik, pengelola warung, pengunjung, serta masyarakat sekitar warung. Selain itu juga dilakukan wawancara kepada para responden yang sudah disebutkan di atas. Dapat disimpulkan bahwa target pembaca akan

mengakses informasi pada Peta UKM Jalan Syahdan apabila: (1) informasi menarik untuk diketahui; (2) informasi nyaman untuk dibaca; (3) tampilan menarik; dan (4) mudah didapat. Berdasarkan kesimpulan di atas, hal yang dapat diselesaikan melalui disiplin ilmu Desain Komunikasi Visual adalah poin 2 (dua) yaitu informasi nyaman untuk dibaca serta poin 3 (tiga) yaitu tampilan yang menarik.

Melalui studi kepustakaan, ditinjau dari sudut disiplin ilmu Desain Komunikasi Visual khususnya seputar Information Design, di mana peta merupakan satu di antara berbagai bentuk media information design. Di dalam *information design* dibahas beberapa prinsip yang meliputi prinsip kognitif, prinsip komunikasi, prinsip estetika, sehingga dapat dioptimalkan faktor-faktor yang dapat memengaruhi berhasilnya sebuah desain informasi.

Peta merupakan bentuk dua dimensi piktorial yang merepresentasikan sebuah dunia tiga dimensi. Peta menggambarkan dunia tersebut dengan mengecilkan skala, dan memilah informasi yang akan ditampilkan. Peta didefinisikan oleh cara mereka berhubungan dengan tiga abstraksi: proyeksi, skala, penanda. Proyeksi, yaitu menggambarkan kembali dengan cara memindahkan kondisi nyata di lapangan yang berbentuk tiga dimensi ke dalam bentuk 2 dimensi; skala yaitu rasio ukuran yang konsisten sehingga akan merepresentasikan kondisi nyata secara tepat: penanda yaitu simbol-simbol yang digunakan untuk menunjukkan adanya suatu tempat atau alam (misalnya, jalan, sungai, bangunan mesjid, bangunan rumah sakit, dan lain sebagainya).

Kartografer membedakan antara peta yang berhubungan dengan tanah, grafik yang berhubungan dengan laut, dan plan yang berhubungan dengan kota dan lantai. Yang akan dibahas disini berkaitan dengan peta dan plan. Masyarakat umumnya sebagai non-kartografer, mengikuti penggunaan umum dan mengacu pada plan sebagai peta. Desainer grafis terkadang membedakan antara peta dan diagram. Dalam kasus ini, peta adalah peta topografi, sedangkan diagram adalah peta struktural seperti yang digunakan pada sistem rute bis. Di sini juga, kita harus mengikuti penggunaan umum dan kadang-kadang mengacu pada diagram sebagai peta.

Beberapa pendapat mengenai *information design*, di antaranya adalah (Text Matters, 1996) yang menyatakan bahwa *information design* dibuat untuk membantu menjelaskan hal-hal dan menggunakan bahasa, tipografi, desain grafis, sistem dan perbaikan proses bisnis sebagai alat bantu. *Information design* difokuskan pada pengguna dan berkomitmen untuk menggunakan dan penelitian lainnya dan pengujian untuk menentukan apakah produk benar-benar mencapai tujuan mereka. Selain itu pada tahun 1999 ID News mengatakan bahwa *Information Design* adalah aktivitas merencanakan, mendefinisikan dan pembentukan isi pesan dan lingkungan disajikan dengan maksud mencapai tujuan tertentu dalam kaitannya dengan kebutuhan pengguna.

Simpulannya, menurut O'Grady & O'Grady (2008), *information design* adalah kegiatan perancangan yang menggabungkan ilmu tipografi, ilustrasi, komunikasi, ergonomik, psikologi, sosiologi, linguistik, komputer, dan ilmu lainnya untuk menciptakan suatu pesan yang tepat. Prinsip kognitif yang berhubungan dengan proses mengenali, mengingat dan memanggil kembali informasi dengan mempelajari *learning styles* yang terbagi dalam 3 kategori yaitu: (1) visual yang lebih menyukai melihat gambar; (2) *auditory* yang lebih menyukai bentuk verbal baik tulisan maupun suara dalam menerima informasi; dan (3) *kinesthetic* yang lebih mudah menyerap informasi melalui praktik.

Selain itu juga dipelajari *stage theory model* di mana kemampuan manusia dalam mengingat dicapai melalui tiga tahapan yaitu tahap *sensory input (notice)* yang mengenali sebuah informasi dan memilah informasi mana yang perlu disimpan dan dibuang; tahap *short-term memory* di mana ketika informasi masuk ke dalam tahap ini maka manusia secara sadar menyimpan informasi ini namun masih terbuka pilihan apakah informasi ini perlu terus disimpan atau sudah saatnya dibuang, dan yang terakhir adalah Tahap Long-Term Memory yaitu tahapan di mana informasi disimpan secara permanen dan siap untuk digunakan ketika dibutuhkan.

Dalam memahami Memory, perlu diketahui teori Miller's *magic number* dari seorang profesor psikologi dari Harvard University bernama George Miller yang mengidentifikasi bahwa rata-rata manusia pada umumnya memiliki kemampuan untuk mengingat informasi sebanyak 7 obyek (plus minus 2 obyek). *Difference Threshold: Gestalt principles of perception* yang merupakan teori mengenai persepsi yang terbentuk melalui visual dibuat oleh tiga orang psikolog bernama Koffka, Kohler dan Wertheimer; yang memandang bahwa manusia menangkap sebuah komposisi visual sebagai satu kesatuan yang utuh, tidak berupa beberapa kepingan visual yang terdiri dari beberapa bentuk individual.

Beberapa prinsip Gestalt yaitu *principle of proximity* yang menyatakan bahwa dengan mendekatkan elemen-elemen maka akan menimbulkan pemahaman tertentu. Kemudian *principle of similarity* yang mengemukakan bahwa elemen-elemen yang sama dapat dilihat sebagai satu kelompok; *principle of pragnanz* yang meyakini bahwa manusia cenderung memisahkan obyek (*figure*) dan latar belakangnya (*background*); serta *principle of closure* yang menyatakan bahwa pikiran dapat mengisi bagian-bagian yang hilang. Selain itu dipertimbangkan juga kebiasaan *eye tracking* pada manusia di mana menurut ilmuwan yang meneliti masalah ini, bahwa mata manusia memiliki pergerakan untuk waktu yang lama dalam merekam data dan megirimkannya ke dalam otak. Serta *wayfinding*, yaitu mendeskripsikan bagaimana seseorang dapat meng'orientasi'kan dirinya di dalam suatu lingkungan baru, dan proses kognitif digunakan untuk memilah informasi dan dapat memutuskan arahan selanjutnya.

Prinsip komunikasi yang berhubungan dengan pengorganisasian informasi, aspek familiaritas dan aspek literatur. AIDA yang merupakan sebuah model komunikasi persuasi yang dikembangkan oleh seorang pelopor periklanan Amerika yaitu E. St. Elmo Lewis menggambarkan bagaimana proses terjadinya penjualan. Dalam beriklan, yang pertama kali harus dimiliki adalah *attention* atau *awareness*, di mana audiens harus dapat mengenali produk atau servis yang ditawarkan. Selanjutnya perlu mengembangkan *interest* pada benak audiens sehingga mereka tergerak untuk mempelajari produk atau servis lebih lanjut. Kemudian ciptakan *desire* yang membangkitkan respon secara emosional. Setelah tahapan ini diupayakan, maka diharapkan *action* akan diambil oleh audiens yang muncul karena respon *desire* sebelumnya.

Selain itu digunakan teori LATCH yang membahas mengenai model untuk mengorganisasi informasi yang dikembangkan oleh Richard Saul Wurman, seorang penulis, desainer dan pendiri beberapa konferensi TED (*Technology, Entertainment, Design*). Wurman mengidentifikasi adanya lima cara pengelompokkan informasi: (1) pengelompokkan berdasarkan lokasi; (2) pengelompokkan berdasarkan alfabet; (3) pengelompokkan berdasarkan waktu; (4) pengelompokkan berdasarkan kategori (produk/jasa); (5) pengelompokkan berdasarkan hirarki (sesuai dengan kebutuhan). Alternatif lain dalam pengorganisasian informasi, dalam dunia jurnalistik dikenal dengan gaya penulisan *Inverted Pyramid Writing* yang juga banyak diaplikasikan pada *web* karena merupakan struktur penulisan yang efektif untuk penyampaian informasi melalui online. Pada gaya penulisan ini, informasi penting dikemukakan di awal artikel, kemudian diikuti oleh informasi pendukung. Dengan demikian pembaca dapat memperoleh pemahaman dari isu melalui fakta-fakta yang relevan, bahkan hal inimerupakan antisipasi apabila audiens berhenti membaca sebelum artikel seluruhnya selesai dibaca.

Selain pengorganisasian informasi, perlu diperhatikan mengenai aspek familiaritas. Satu di antaranya adalah *principle of least effort*, sebuah teori yang dikembangkan oleh Thomas Mann, seorang pustakawan dari US Library Congress. Teori ini menjabarkan bahwa manusiacenderung memanfaatkan alat bantu yang sederhana, mudah diakses, akrab dengan keseharian serta nyaman. Banyak peneliti lebih senang memperoleh informasi melalui sumber-sumber yang mudah diakses (misalnya internet dibandingkan menemukannya di perpustakaan, meskipun informasi yang akan diperoleh dapat lebih baik).

Selain itu digunakan *uncertainty reduction theory* yaitu sebuah prinsip komunikasi interpersonal yang memberikan wawasan dalam konteks interaksi sosial, di mana dijelaskan bagaimanaseseorang atau individu mengatasi keadaan ketika bertemu dengan orang asing. Alasan yang mendasar dari teori ini sangat sederhana, yaitu ketidakpastian tentunya tidak menyenangkan. Oleh karenanya manusia menggunakan bahasa dan komunikasi untuk mengurangi ketidaknyamanan tersebut. Dalil teori ini adalah ketika manusia memasuki wilayah baru (berinteraksi dengan orang, kelompok atau masyarakat baru) manusia akan melalui tiga tahapan: (1) *entry*, di mana saat ini komunikasi dilakukan berdasarkan aturan sosial yang diterima di masyarakat pada umumnya; (2) *personal*, yaitu tahapan di mana kedua belah pihak mulai merasa nyaman dan dapat berbagi informasi dengan lebih bebas. Dialog yang dibicarakan dapat menyinggung soal apa yang diyakini dan nilai-nilai yang dianut, tanpa bermaksud untuk memperdebatkan; (3) *exit*, adalah tahapan di mana manusia akan memutuskan apakah ia akan meneruskan hubungan di masa selanjutnya atau cukup sampai di sini. Simpulannya adalah ketika manusia dalam keadaan ketidakpastian, maka manusia akan aktif mencari informasi. Kondisi kepastian dapat diciptakan dengan meningkatkan kesamaan dan meminimalisasi perbedaan.

Aspek lain yang turut mendukung proses komunikasi adalah adanya *information literacy*, di mana memahami permasalahan yang ada sangatlah penting bagi information designers karena mereka dapat mempengaruhi kemampuan audiens untuk menerima pesan. Yang merupakan komponen penting dari *information literacy* adalah *visual literacy*. *Visual literacy* menitikberatkan pada kemampuan manusia dalam menginterpretasi, apresiasi, menggabung serta mencipta imaji. Imaji ini dapat membantu untuk berpikir, memperjelas pengambilan keputusan, meningkatkan pembelajaran dan memperkuat komunikasi. Teknologi komputer dari hari ke hari memberikan penggunanya kemampuan untuk menciptakan bentuk visual dari sebuah informasi secara cepat, di mana diagram, table, dan gambar-gambar pendukung hampir selalu terlihat di dalam sebuah presentasi.

Dalam sebuah budaya di mana pengaruh internet, film dan televisi jauh melebihi budaya cetak, maka *visual literacy* dengan analisa kritisnya sangatlah penting. Selain itu desainer perlu memperhatikan ilmu semiotika, yang merupakan ilmu yang mempelajari tanda dan symbol sebagai elemen dari bahasa dan komunikasi. Semiotik bertujuan pemahaman dan penjelasan dari pemaknaan yang berbeda, berdasarkan variabel dari pengirim, penerima, konteks dan kultur. Setiap tanda memiliki pemaknaan denotatif dan konotatif.

Denotatif yaitu makna yang langsung tersurat pada visual sedangkan konotatif merupakan makna yang tersirat pada visual dan terasosiasi tergantung pada pengalaman pribadi yang melihat visual tersebut. Penandaan dapat dikelompokkan menjadi 3 jenis, yaitu: (1) *icon*, representasi visual sebagaimana adanya (misalnya, menggambarkan sebuah mobil melalui visual yang betul-betul menyerupai mobil); (2) *symbol*, abstraksi dari sebuah objek di mana visual yang dihasilkan memiliki kemungkinan sangat jauh berbeda dengan obyeknya (misalnya, kata 'stop' dengan lingkaran merah dan garis putih); (3) *index*, yaitu adanya hubungan di antara obyek (misalnya payung dengan hujan).

Yang terakhir namun bukan berarti tidak penting dalam proses Information Design adalah prinsip estetika, di mana kemampuan desainer dalam mengolah visual tertuang sepenuhnya di dalam prinsip ini. Aspek-aspek yang terdapat dalam prinsip estetika sebuah information design yaitu *grid system* yang meliputi pengorganisasian informasi, pergerakan informasi serta pengelompokan informasi. Dalam mengelola informasi, tentunya seorang desainer informasi tidak lepas dari aspek *hierarchy* dan aspek *legibility* yang dalam hal ini jelas sekali hubungannya dengan warna, komposisi dan tipografi.

## PENUTUP

Saat ini peta didistribusikan hanya melalui website non-berbayar yang memiliki keterbatasan fitur. Diharapkan kedepannya media ini dapat dikembangkan dan dilengkapi dengan fitur-fitur yang lebih interaktif dan user friendly, sehingga pemanfaatan TIK dapat dimaksimalkan untuk tercapainya sistem informasi yang informatif, komunikatif dan nyaman. Untuk selanjutnya perlu dipertimbangkan adanya 2 format yaitu cetak dan web, di mana masing-masing memiliki karakter dan spesifikasi yang berbeda sehingga masing-masing format membutuhkan adanya perlakuan khusus. Peta edisi cetak ini dapat dibagikan secara gratis untuk seluruh mahasiswa baru BINUS University, khususnya di lingkungan DKV BINUS, melalui *Buddy Coordinator* yang diorganisir oleh *Student Creativity Development Center (SCDC)*.

Peta ini berpotensi untuk dikembangkan ke arah komersial, di mana akan mengajak UKM-UKM untuk turut mensponsori hadirnya peta ini dengan disediakannya ruang untuk beriklan. Jurusan DKV dapat mengajak HIM DKV untuk berperanserta dalam mewujudkan proyek ini. Adapun dana yang diperoleh bisa menjadi *non-tuition fee* bagi Jurusan dan menambah kas kegiatan untuk HIM DKV. Akan lebih lengkap lagi apabila *Community Development* BINUS University juga dapat terlibat dalam hal peningkatan kualitas UKM, serta BCC dalam hal peningkatan kerjasama dengan korporasi kelas besar yang menjadi pemasok produk. Untuk itu akan dibuat skema / model kerjasama dalam beberapa kelas yang disesuaikan dengan minat dan kemampuan UKM, terdapat beberapa pilihan 'treatment' dalam memvisualisasikan. Peta ini perlu ditinjau setiap tahun untuk menjaga keakuratan dari data UKM.

## DAFTAR PUSTAKA

- Knight, C. (2003). *Layout: Making it fit*. Gloucester: Rockport Publishers.
- Mollerup, P. (2005). *Wayshowing: A guide to environmental Signage Principles & Practices*. Baden: Lars Muller.
- O'Grady, J. V., & O'Grady, K. V. (2008) *The information design handbook*. Mies, Switzerland: Rotovision.
- Rustan, S. (2008). *Layout dasar & penerapannya*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Samara, T. (2005). *Publication design workbook*. Beverly: Rockport Publishers.
- Samara, T. (2005). *Making and breaking the grid: A graphic design layout workshop*. Beverly: Rockport Publishers.
- Samara, T. (2007). *Design elements: A graphic style manual*. Beverly: Rockport Publishers.