

Wastucitra

Jurnal Sekolah Tinggi Desain Indonesia

Vol. 1.1

Volume 1 Nomor 1
Juli Tahun 2025

Jurnal Wastucitra : Jurnal Seni Rupa dan Desain (ISSN 1978-5321, E-ISSN dalam proses pengajuan) merupakan Jurnal Sekolah Tinggi Desain Indonesia yang sebelumnya berbentuk versi cetak sejak tahun 2008. Perpindahan versi cetak ke digital saat ini dilakukan melalui e Journal Wastucitra ini.

Jurnal Wastucitra adalah jurnal ilmiah yang diterbitkan oleh Sekolah Tinggi Desain Indonesia (STDI) sebagai media publikasi dan diseminasi hasil penelitian, kajian ilmiah, serta pemikiran kritis di bidang **desain, seni rupa, komunikasi visual, multimedia**, dan bidang-bidang interdisipliner terkait.

Jurnal ini bertujuan untuk mendorong pengembangan ilmu pengetahuan dan praktik desain yang berakar pada kekayaan budaya lokal, berpijak pada nilai-nilai Pancasila, serta relevan dengan perkembangan global dan teknologi kontemporer.

Wastucitra terbuka bagi akademisi, peneliti, praktisi, dan mahasiswa untuk menyumbangkan karya ilmiah yang berkualitas, inovatif, dan berdampak bagi pengembangan keilmuan desain serta kontribusi nyata bagi masyarakat.

Visi Jurnal Wastucitra

1. *"Menjadi jurnal ilmiah unggulan di bidang desain dan seni rupa yang memadukan nilai-nilai budaya Nusantara, keilmuan global, dan inovasi kreatif."*
2. *"Menjadi wadah publikasi akademik terpercaya yang mendorong pengembangan keilmuan desain dan komunikasi visual berbasis nilai lokal dan relevansi global."*
3. *Menjadi pusat referensi ilmiah dalam bidang desain dan seni visual yang menjunjung etika, keberagaman budaya, dan keberlanjutan."*
4. *"Menjadi jurnal ilmiah terdepan dalam kontribusi terhadap pemikiran dan praktik desain yang berakar pada kearifan lokal dan berorientasi masa depan."*

Wastucitra hanya menerima naskah yang sesuai dengan fokus, ruang lingkup, serta pedoman dan format penulisan jurnal *Wastucitra*. Sebelum memasuki tahap peninjauan ilmiah, setiap naskah akan diperiksa terlebih dahulu oleh tim editorial untuk memastikan kesesuaian tersebut.

Naskah yang memenuhi kriteria awal akan melalui proses **tinjauan sejawat double-blind**, di mana naskah dikirimkan kepada **dua orang reviewer anonim**. Reviewer akan menilai aspek **orisinalitas, kontribusi ilmiah, serta kejelasan penyampaian** dari artikel yang dikirimkan.

Dewan Editor

Editor in Chief: Lano Hapia Penta, S.Sn.,M.T.

Vice Chief Editor: Rizki Maulana Rachman, S.Kom. M.Si.

Administrator: Reny Novia Sari, S.I.Pust.

Design: Helmy Christian Wibowo, S.Ds.

DAFTAR ISI

Jurnal Wastucitra Volume 1 Nomor 1 Juli 2025

- 1. Perancangan Ulang Interior Museum Geologi Bandung**
Muhammad Rifqi Putra Manaf, Lano Hapia Penta, Imelda Astri Rosalin
Hlm. 1 - 8
- 2. Perancangan Ulang Interior Pelayanan Eksekutif Rsud Al-Ihsan dengan Konsep Desain Spa Resort**
Dewi Pratiwi, Yosi Syamsul Maarif, Edwin Rifanindio
Hlm. 9 – 18
- 3. Etika Pemasangan Reklame Pemilu Yang Menjadi Problematika Sampah Visual**
Karmila Sri Rahayu, Rizki Maulana Rachman
Hlm. 19 – 28
- 4. Peranan Desainer Dalam Bermasyarakat Menurut Pandangan Mahasiswa Desain**
Shyva Naira Alvi, Rizki Maulana Rachman
Hlm. 29 – 35
- 5. DAMPAK PERKEMBANGAN AI TERHADAP IMPLIKASI ETIS DAN HUKUM PADA INDUSTRI KREATIF**
Ceceng Muhammad Badrudin, Rizki Maulana Rachman
Hlm. 36 - 43

PERANCANGAN ULANG INTERIOR MUSEUM GEOLOGI BANDUNG

Muhammad Rifqi Putra Manaf¹, Lano Hapia Penta², Imelda Astri Rosalin³

^{1 2 3} Desain Interior, Sekolah Tinggi Desain Indonesia

e-mail: lanopenta@gmail.com

Article History: Submitted/Received 25 Mei 2025

First Revised 27 Juni 2025

Accepted 7 Juli 2025

Publication Date 26 Juli 2025

ABSTRAK

Studi ini mengidentifikasi permasalahan krusial dalam desain interior Museum Geologi Bandung, meliputi alur sirkulasi pengunjung yang tidak optimal, fungsi fasilitas museum yang belum maksimal, serta metode penyajian koleksi yang kurang efektif. Temuan ini berpotensi mengurangi kenyamanan dan pengalaman edukatif pengunjung, khususnya di Ruang Geologi Indonesia, Ruang Gunung Api, Ruang Batuan dan Mineral, serta area Entrance Hall. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan merumuskan konsep perancangan interior komprehensif untuk mengatasi isu-isu desain tersebut. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan staf museum, observasi langsung pada ruang pameran dan Entrance Hall, studi literatur mengenai standar fungsional dan kebutuhan spesifik museum, serta analisis preseden dari desain museum lain. Luaran penelitian ini berupa gambar perancangan interior detail untuk area yang diteliti, dilengkapi visualisasi 3D dan animasi video yang menggambarkan implementasi konsep desain. Harapannya, perancangan ini dapat secara signifikan meningkatkan kenyamanan, interaksi, dan kepuasan pengunjung selama mereka menjelajahi kekayaan geologi di Museum Geologi Bandung.

Kata kunci: Museum, sirkulasi interior, kenyamanan interior

ABSTRACT

This research is motivated by the findings of design problems in the flow of visitor circulation, the functionality of museum facilities, and the form of presentation of collection objects that have the potential to disrupt comfort and reduce the experience of visitors during their visit to the Bandung Geological Museum, especially in the spaces that are the scope of the research, namely the Indonesian Geology Room, Volcano Room, Rock and Mineral Room, and the Entrance Hall area. The purpose of this research is to produce a concept or form of design that can solve the design problems found. Data related to the problems and other data that can help in formulating design solutions are collected through several activities such as interviews with museum staff, conducting direct observations in the exhibition space and Entrance Hall, literature studies related to the needs and functions of museum buildings, and studies of design precedents in several museums. The results of this research are in the form of interior design drawings of the Indonesian Geology Room, Volcano Room, Rock and Mineral Room, and Entrance Hall, equipped with 3D visualization and animated videos that show the results of the interior design with the concept that has been formulated to solve the design problems found. The results of this design are expected to be able to solve the design problems found in the Indonesian Geology Room, Volcano Room, Rock and Mineral Room, and the Entrance Hall area at the Bandung Geological Museum so that in the end it can increase the comfort and satisfaction of visitors while visiting the Bandung Geological Museum.

Keyword: Museum, Interior Circulations, Interior Ergonomics

I. PENDAHULUAN

Museum adalah sebuah lembaga yang bersifat tetap, tidak mencari keuntungan, melayani masyarakat dan terbuka untuk umum. Di dalamnya, terdapat aktifitas penelitian, mengumpulkan, dan memamerkan peninggalan sejarah untuk masyarakat umum. Museum beroperasi dan berkomunikasi secara profesional dengan partisipasi masyarakat, menawarkan

beragam pengalaman untuk pendidikan, kesenangan, refleksi, dan berbagi pengetahuan (International Council of Museum). Disebutkan juga pada PP Nomor 66 Tahun 2015 terkait tugas Museum, yaitu pengkajian, pendidikan, dan kesenangan.

Berdasarkan data museum pada situs museum.kemdikbud.go.id, Museum Geologi Bandung merupakan jenis Museum Khusus, yang

aktifitasnya berada di lingkup pelestarian dan penyajian benda koleksi dan penyajian informasi mengenai ilmu kebumiharian. Dengan jumlah kunjungan yang begitu pesat dan jenis pengunjung yang beragam, ditemukan beberapa permasalahan desain yang berkaitan dengan aktifitas pengunjung dan alur sirkulasi pengunjung, berupa kepadatan pengunjung yang terjadi di sekitar pintu masuk area *Entrance Hall* yang disebabkan oleh antrian pengunjung rombongan sekolah, akibatnya akses masuk bagi pengunjung lain yang terganggu oleh fenomena tersebut. Aktifitas mencatat yang dilakukan oleh beberapa pengunjung juga menjadi permasalahan karena dilakukan dengan menggunakan media interaktif museum sebagai alas untuk menulis, dan juga menulis di lantai yang berpotensi mengganggu pengalaman kunjungan bagi pengunjung lain.

Ditemukan juga permasalahan desain yang berasal dari bentuk penyajian benda koleksi dan informasi pendukung pada Ruang Geologi Indonesia, Ruang Gunung Api, dan Ruang Batuan dan Mineral, seperti alur kunjungan yang tidak terpenuhi akibat penataan *display* objek koleksi yang masih memungkinkan pengunjung untuk bergerak ke arah yang tidak sesuai dengan susunan penyajian objek koleksi yang sudah dirumuskan oleh Museum Geologi Bandung. Penyajian objek koleksi dan informasi pendukung yang begitu banyak di ketiga ruang pameran dinilai belum bisa memberikan ruang perhatian yang baik bagi objek koleksi yang ditampilkan.

Berdasarkan pemaparan fenomena di atas, perancangan ulang interior dengan penerapan prinsip kontras pada elemen interior dinilai mampu memberikan impresi yang lebih baik pada objek koleksi yang ditampilkan, memberikan kesempatan bagi pengunjung untuk memusatkan perhatian lebih banyak pada objek koleksi, dan melakukan perancangan konsep baru untuk penyajian informasi pendukungnya. Diiringi dengan penataan ulang alur sirkulasi dengan tidak mengubah susunan penyajian objek koleksi yang sudah dirumuskan oleh Museum Geologi Bandung, yang bertujuan dapat menyelesaikan permasalahan terkait aktifitas pengunjung di ketiga ruang pameran. Perancangan fasilitas tambahan kursi panjang, *standing desk*, dan *mezzanine* dilakukan untuk merespons permasalahan terkait aktifitas pengunjung di ruang pameran dan kepadatan yang terjadi di area

Entrance Hall.

II. METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini bersifat kualitatif melalui proses observasi lapangan, studi literatur, dan wawancara. Observasi lapangan terkait kondisi eksisting interior Museum Geologi Bandung secara menyeluruh dan observasi lebih lanjut pada area perancangan (Ruang Geologi Indonesia, Ruang Gunung Api, Ruang Batuan dan Mineral, *Entrance Hall*) untuk memperoleh data aktifitas pengunjung, kondisi interior terkini, bentuk penyajian objek koleksi terkini, data dokumentasi objek koleksi, data informasi pendukung pada setiap display, dan data terkait nama-nama dan lokasi penemuan objek koleksi.

Proses studi literatur terkait tinjauan pengertian, fungsi, jenis, dan prasyarat serta pengkondisian ruang museum. Tinjauan terkait latar belakang objek koleksi, tinjauan preseden desain terkait bangunan serupa dan konsep serupa yang akan diaplikasikan pada perancangan ulang interior Ruang Geologi Indonesia. Wawancara dengan petugas dan museolog di Museum Geologi Bandung dilakukan untuk menambah data-data terkait aktifitas pengunjung, dan fenomena yang terjadi di area pameran (Ruang Geologi Indonesia, Ruang Gunung Api, Ruang Batuan dan Mineral) dan *Entrance Hall*.

Data-data yang telah dikumpulkan kemudian diolah kembali untuk menjadi rumusan masalah yang akan dijadikan landasan dalam proses analisa permasalahan. Proses analisa dilakukan untuk mendapatkan solusi-solusi yang berpotensi dapat menjawab permasalahan desain yang diangkat, dalam perancangan ini aspek yang dianalisis ialah terkait *layout display*, alur sirkulasi pengunjung, kebutuhan ruang untuk objek koleksi, informasi pendukung, dan ruang gerak pengunjung, serta analisa konsep perancangan interior. Perumusan konsep dilandaskan atas analisa berbagai permasalahan yang diangkat, hasilnya berupa konsep denah *layout* pada area pameran (Ruang Geologi Indonesia, Ruang Gunung Api, Ruang Batuan dan Mineral), konsep perancangan elemen interior yang terdiri dari konsep bentuk, warna, pencahayaan, akustik, dan keamanan. Hasil akhirnya dipresentasikan dalam bentuk grafis 2D dan 3D.

III. PEMBAHASAN

Museum Geologi Bandung berada di Jl. Diponegoro No.57, Cihaur Geulis, Kec. Cibeunying Kaler, Kota Bandung, Jawa Barat 40122. Akses yang mudah dicapai oleh pengunjung dalam kota maupun luar kota karena lokasinya yang tidak begitu jauh dari pusat kota Bandung menjadi salah satu faktor jumlah pengunjung yang begitu banyak pada Museum Geologi Bandung. Data kunjungan tahun 2023 (per 4 Oktober 2023) sudah mencapai 85.862 kunjungan (museum.geologi.esdm.go.id).

Berdasarkan data kearsipan Museum Geologi Bandung, luas total kawasan Museum Geologi Bandung sebesar 10.857 m², dengan luas total bangunan sebesar 7.225 m². Objek penelitian penulis meliputi:

1. Ruang Geologi Indonesia, yang di dalamnya terdiri dari:
 - a. Ruang Peragaan Geologi Indonesia (326,25 m²)
 - b. Ruang Peragaan Dunia Mineral dan Survei Geologi (saat ini Ruang Peragaan Batuan dan Mineral) (99 m²)
 - c. Ruang Gunung Api (130,50 m²)
2. Entrance Hall (275 m²)

Akumulasi total objek perancangan seluas 1.014 m².



Gambar 1. Denah Eksisting Museum Geologi Bandung
Sumber: Dokumentasi Penulis

Data Temuan Kasus di Lapangan

Melalui observasi dan wawancara dengan beberapa petugas Museum Geologi Bandung, berikut penulis lampirkan data temuan kasus di lapangan yang disusun dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 1. Permasalahan Desain

NO	ASPEK BAHASAN	FENOMENA	ISU DESAIN
1	Alur Sirkulasi Pengunjung	Bentuk sirkulasi terbuka pada ruang Geologi Indonesia	Berpotensi membuat beberapa pengunjung tidak mengunjungi display sesuai dengan urutan <i>storyline</i> yang telah dibuat oleh Museum Geologi Bandung
2	Alur Sirkulasi Pengunjung	Aktifitas pengunjung melakukan pencatatan di lantai dan di atas instalasi	Berpotensi mengganggu alur sirkulasi dan merusak instalasi terkait
3	Alur Sirkulasi Pengunjung	Distraksi pintu keluar pada ruang Gunung Api	Memiliki kecenderungan pengunjung melewati kunjungan pada ruang Batuan dan Mineral
4	Alur Sirkulasi	Kepadatan yang terjadi di sekitar pintu masuk Entrance Hall ketika rombongan sekolah menunggu giliran untuk memasuki Ruang Geologi Indonesia.	Berpotensi mengganggu akses masuk pengunjung non-rombongan untuk memasuki Ruang Geologi Indonesia
5	Penyajian Display Koleksi	Komposisi penyajian antara objek koleksi tiga dimensi dengan sumber informasi teks yang memenuhi display	Berpotensi mengurangi fokus utama pengunjung pada objek koleksi tiga dimensi.
6	Fasilitas Pendukung	Tidak tersedia rest area di beberapa titik	Dengan area yang cukup luas, pengunjung tidak memiliki area khusus untuk istirahat sementara

Tabel 2. Rencana Pemecahan Masalah Desain

NO	ASPEK BAHASAN	FENOMENA	RENCANA PEMECAHAN MASALAH DESAIN
1	Alur Sirkulasi Pengunjung	Bentuk sirkulasi terbuka pada ruang Geologi Indonesia	Penerapan alur sirkulasi dengan <i>directed approach</i> melalui perancangan <i>divider</i> yang diinstal secara diagonal mengarahkan pengunjung ke sebelah kiri
2	Alur Sirkulasi Pengunjung	Aktifitas pengunjung melakukan pencatatan di lantai dan di atas instalasi	Perancangan meja tulis yang juga dapat bersifat sebagai barrier untuk display.
3	Alur Sirkulasi Pengunjung	Distraksi pintu keluar pada ruang Gunung Api	Penerapan alur sirkulasi <i>directed approach</i> dan

			perancangan bentuk pensuasanaan ruang yang berbeda antara ruang Gunung Api dengan ruang Batuan dan Mineral
4	Alur Sirkulasi	Kepadatan yang terjadi di sekitar pintu masuk <i>Entrance Hall</i> ketika rombongan sekolah menunggu giliran untuk memasuki Ruang Geologi Indonesia.	Perancangan furnitur <i>bench</i> disusun beberapa baris.
5	Penyajian Display Koleksi	Komposisi penyajian antara objek koleksi tiga dimensi dengan sumber informasi teks yang memenuhi <i>display</i>	Display base diutamakan untuk objek koleksi tiga dimensi, dan informasi teks dan visual ditampilkan pada <i>reading rail</i> dan layar sentuh interaktif.
6	Fasilitas Pendukung	Tidak tersedia <i>rest area</i> di beberapa titik	Perancangan <i>bench</i> pada beberapa titik di setiap ruang pameran.
7	Fasilitas Pendukung	Kepadatan yang terjadi di sekitar pintu masuk <i>Entrance Hall</i> ketika rombongan sekolah menunggu giliran untuk memasuki Ruang Geologi Indonesia.	Perancangan <i>bench</i> modular yang disusun beberapa baris pada ruang kosong di area <i>Entrance Hall</i> . Serta pemanfaatan ketersediaan ruang <i>vertical</i> dengan perancangan <i>mezzanine</i> untuk menambah fasilitas duduk dan menunggu bagi pengunjung.

Konsep Perancangan

Konsep yang dirumuskan merupakan hasil pertimbangan dari dua kondisi yang ada di ruang pameran Geologi Indonesia, Gunung Api, dan Batuan. Yaitu, objek koleksi tiga dimensi yang cenderung berbentuk organis dan ruang pameran yang luas dan terbagi menjadi 3 ruang (Ruang Geologi Indonesia, Ruang Gunung Api, Ruang Batuan dan Mineral).

Merespons kondisi objek koleksi tiga dimensi yang cenderung berbentuk organis, perancangan bentuk pada elemen interior serta beberapa furnitur pendukung akan dibuat lebih geometris dan tidak banyak bentuk-bentuk yang mencolok, sehingga dapat memberikan persepsi kontras atau perbedaan yang cukup jelas antara objek koleksi tiga dimensi dengan elemen interiornya. Hal ini juga dimaksudkan untuk memberikan ruang perhatian yang lebih besar dari pengunjung terhadap objek koleksi tiga dimensi.

Area pameran pada Ruang Geologi Indonesia terdiri dari 3 Ruangan, yaitu a). Ruang Geologi Indonesia dengan *storyline* yang menjelaskan awal terbentuknya alam semesta hingga dampak aktifitas tektonik lempeng yang salah satunya ialah membentuk gunung api, b). Ruang Gunung Api dengan sajian utamanya menampilkan media audio visual mengenai gunung api di Indonesia dan instalasi peta titik gunung api di Indonesia, c). Ruang Batuan yang menampilkan keberagaman jenis batuan di Indonesia. Dengan area pameran yang panjang, konsep pensuasanaan setiap ruang pameran akan dibuat berbeda dengan tujuan dapat mempertahankan rasa keingintahuan pengunjung dalam aktifitas kunjungan di ketiga Ruang Geologi Indonesia.

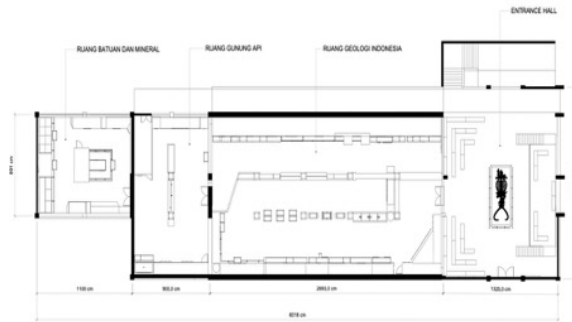
Bentuk pensuasanaan ruang secara garis besar dibangun dari konsep pencahayaan dan pemilihan warna pada setiap ruangan, yang akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Ruang Geologi Indonesia
Kondisi ruangan dibuat gelap, untuk membangun fokus pengunjung. Dengan kondisi yang gelap, penggunaan warna *grayscale* sudah cukup karena bentuk pencahayaan hanya akan berfokus menerangi objek-objek koleksi.
2. Ruang Gunung Api
Kondisi pencahayaan ruang masih dibuat remang seperti pada Ruang Geologi Indonesia, ditambah dengan kombinasi warna merah sebagai bentuk penekanan yang diterapkan pada area media audio visual gunung api di Indonesia dan instalasi titik gunung api di Indonesia.
3. Ruang Batuan dan Mineral
Kondisi ruangan dibuat terang, hal ini merespons juga pada kondisi kecenderungan pengunjung melewati ruang batuan dan langsung keluar dari ruang pameran karena pintu keluar terdapat di ruang gunung api. Bentuk ruangan yang terang juga diharapkan dapat mengarahkan atau menumbuhkan rasa penasaran pengunjung untuk memasuki Ruang Batuan.

Hasil Perancangan

Area perancangan ulang interior yang dipilih pada penelitian ini ialah area pameran Ruang Geologi Indonesia yang terbagi menjadi tiga ruangan: Ruang Geologi Indonesia, Ruang

Gunung Api, Ruang Batuan dan Mineral. Serta tambahan pada area *Entrance Hall* untuk memenuhi syarat luas minimum perancangan pada Tugas Akhir dengan akumulasi total area perancangan seluas 1.014 m².



Gambar 2. Denah Perancangan Khusus
Sumber: Dokumentasi Penulis

Berdasarkan berbagai pengumpulan data yang sudah dipaparkan pada bab-bab sebelumnya, berikut adalah hasil perancangan interior hasil dari respons terhadap beberapa permasalahan desain dan fenomena yang ditemukan di sekitar area perancangan.



Gambar 3. Hasil Perancangan Interior Ruang Geologi
Sumber: Dokumentasi Penulis

Penyelesaian Elemen Interior Ruang Geologi Indonesia:

1. Penyelesaian Lantai: Material *rubber tile* dipilih untuk digunakan pada keseluruhan area pameran merupakan hasil atas pertimbangan kebutuhan fungsi akustik museum. *Rubber tile* dinilai mampu meredam suara derap kaki dengan baik.
2. Penyelesaian Dinding: Pemasangan *gypsum board* pada seluruh permukaan dinding.
3. Penyelesaian Ceiling: Instalasi *gypsum panel* pada area *ceiling* dengan *drop ceiling* sekitar 35cm.

Persyaratan Teknis Ruang pada Ruang Geologi Indonesia:

1. Sistem Penghawaan: Sistem penghawaan menggunakan HVAC.
2. Sistem Pencahayaan: Secara umum sistem pencahayaan didominasi dengan lampu *spotlight* yang menembakkan cahayanya langsung ke arah display dan reader rail, dan *recessed spotlight* untuk menambah pencahayaan pada judul display. Sistem *In Case Lighting* juga diterapkan sehingga objek koleksi mendapat pencahayaan langsung dari dalam display dan mencegah kemungkinan adanya *glare*. LED Strip digunakan pada beberapa furniture seperti fasilitas meja dan tempat duduk.
3. Sistem Pengkondisian Suara: Pengkondisian suara pada interior diupayakan melalui penerapan beberapa material yang dapat menyerap suara seperti *rubber tile* dan *gypsum board*. Keputusan untuk membuat ruangan relatif gelap juga dimaksudkan untuk mengendalikan perilaku pengunjung untuk lebih tenang selama melakukan kunjungan. Untuk fasilitas pendukung yang menghasilkan suara, upaya yang dilakukan ialah penggunaan Sound Dome dan Directional Sound, sehingga suara yang dikeluarkan dapat fokus tersebar di area tertentu saja.
4. Sistem Pengamanan: Beberapa sistem pengamanan yang diterapkan ialah pemasangan CCTV di beberapa sudut ruangan, dan alarm kebakaran serta alat pemadam kebakaran.



Gambar 4. Hasil Perancangan Interior Ruang Gunung Api
Sumber: Dokumentasi Penulis

Penyelesaian Elemen Interior Ruang Gunung Api:

1. Penyelesaian Lantai: Material *rubber tile* dipilih untuk digunakan pada keseluruhan area pameran merupakan hasil atas

pertimbangan kebutuhan fungsi akustik museum. *Rubber tile* dinilai mampu meredam suara derap kaki dengan baik.

2. Penyelesaian Dinding: Pemasangan *gypsum board* pada seluruh permukaan dinding.
3. Penyelesaian Ceiling: Instalasi *gypsum panel* pada area *ceiling* dengan *drop ceiling* 35cm.

Persyaratan Teknis Ruang pada Ruang Gunung Api:

1. Sistem Penghawaan: Sistem penghawaan menggunakan HVAC
2. Sistem Pencahayaan: Sistem pencahayaan masih sama dengan Ruang Geologi Indonesia, dengan tambahan aksen pencahayaan berwarna oranye pada fasilitas media audio visual.
3. Sistem Pengkondisian Suara: Pengkondisian suara pada interior diupayakan melalui penerapan beberapa material yang dapat menyerap suara seperti *rubber tile* dan *gypsum board*. Keputusan untuk membuat ruangan relatif gelap juga dimaksudkan untuk mengendalikan perilaku pengunjung untuk lebih tenang selama melakukan kunjungan. Untuk fasilitas pendukung yang menghasilkan suara, upaya yang dilakukan ialah penggunaan Sound Dome dan Directional Sound, sehingga suara yang dikeluarkan dapat fokus tersebar di area tertentu saja.
4. Sistem Pengamanan :
Beberapa sistem pengamanan yang diterapkan ialah pemasangan CCTV di beberapa sudut ruangan, dan alarm kebakaran serta alat pemadam kebakaran.



Gambar 5. Hasil Perancangan Interior Ruang Batuan dan Mineral
Sumber: Dokumentasi Penulis

Penyelesaian Elemen Interior Ruang Batuan dan Mineral:

1. Penyelesaian Lantai: Material *rubber tile* dipilih untuk digunakan pada keseluruhan area pameran merupakan hasil atas pertimbangan kebutuhan fungsi akustik museum. *Rubber tile* dinilai mampu meredam suara derap kaki dengan baik.
2. Penyelesaian Dinding: Pemasangan *gypsum board* pada seluruh permukaan dinding.
3. Penyelesaian Ceiling: Instalasi *gypsum panel* dengan beberapa variasi *drop ceiling*.

Persyaratan Teknis Ruang pada Ruang Batuan dan Mineral:

1. Sistem Penghawaan: Sistem penghawaan menggunakan HVAC
2. Sistem Pencahayaan: Sistem pencahayaan menggunakan tambahan general lighting untuk menciptakan interior yang lebih terang dibanding dua ruangan sebelumnya. Sistem pencahayaan terhadap objek koleksi menggunakan spotlighting dan penerapan sistem *in case lighting*.
3. Sistem Pengkondisian Suara: Pengkondisian suara pada interior diupayakan melalui penerapan beberapa material yang dapat menyerap suara seperti *rubber tile* dan *gypsum board*.
4. Sistem Pengamanan: Beberapa sistem pengamanan yang diterapkan ialah pemasangan CCTV di beberapa sudut ruangan, dan alarm kebakaran serta alat pemadam kebakaran.



Gambar 6. Hasil Perancangan Interior Ruang Entrance Hall
Sumber: Dokumentasi Penulis

Penyelesaian Elemen Entrance Hall:

1. Penyelesaian Lantai: Material Vinyl tile dengan motif concrete
2. Penyelesaian Dinding: Treatment dinding masih tetap memperlihatkan elemen eksisting
3. Penyelesaian Ceiling: Instalasi *gypsum panel*

Persyaratan Teknis area *Entrance Hall*:

1. Sistem Penghawaan: Sistem penghawaan alami
2. Sistem Pencahayaan : Sistem pencahayaan memanfaatkan pencahayaan alami, dengan tambahan beberapa lampu spot untuk menyorot instalasi patung Gajah Blora.
3. Sistem Pengamanan: Beberapa sistem pengamanan yang diterapkan ialah pemasangan CCTV di beberapa sudut ruangan, dan alarm kebakaran serta alat pemadam kebakaran.

IV. KESIMPULAN

Perancangan ulang interior Ruang Geologi Indonesia pada Museum Geologi Bandung ini merupakan sebuah respons atas berbagai fenomena, kondisi, maupun aktifitas yang ditemukan pada ruang lingkup perancangan. Kemudian bentuk responsnya berupa berbagai perancangan dan konsep yang diupayakan dapat memecahkan permasalahan desain yang ditemukan dalam ruang lingkup perancangan tersebut, atau dalam hal ini ialah pada Ruang Geologi Indonesia, Ruang Gunung Api, Ruang Batuan dan Mineral, serta area *Entrance Hall*.

Permasalahan-permasalahan yang telah dipecahkan dapat dilihat mulai dari bentuk alur sirkulasi yang baru pada seluruh area pameran, khususnya pada Ruang Geologi Indonesia. Bentuk perancangan alur sirkulasi dibuat untuk mengarahkan pengunjung pada urutan kunjungan yang sudah dirumuskan oleh Museum Geologi Bandung.

Fenomena pengunjung menulis di sembarang tempat dan di atas media interaktif dipecahkan melalui perancangan *reader rail* dengan tambahan fitur meja. Fasilitas untuk menulis lainnya juga dapat ditemukan di dua titik pada Ruang Geologi Indonesia, bersebelahan dengan fasilitas duduk yang juga merupakan tambahan fasilitas untuk menyediakan ruang beristirahat kepada pengunjung.

Kondisi pengunjung yang teralihkan oleh pintu keluar yang berpotensi melewati kunjungan pada Ruang Batuan dan Mineral dipecahkan melalui perancangan pencahayaan pada Ruang Batuan dan Mineral yang dibuat lebih terang dibanding Ruang Gunung Api untuk meningkatkan perhatian pengunjung pada Ruang Batuan dan Mineral.

Penyampaikan objek koleksi dan informasi pendukung yang terkesan menumpuk dan mengurangi perhatian pengunjung terhadap objek koleksi dipecahkan melalui perancangan *reader rail* pada setiap display. *Reader rail* ini berfungsi sebagai area untuk informasi pendukung berupa teks dan visual, sehingga nantinya yang dilihat pengunjung pada display hanyalah objek koleksi saja. *Reader rail* juga berfungsi sebagai *barrier* untuk menjaga jarak pengunjung dengan objek koleksi.

Kepadatan pengunjung di sekitar pintu masuk area *Entrance Hall* dipecahkan dengan perancangan kursi panjang yang disusun di area kosong pada *entrance hall* dan dirancang untuk mampu menampung hingga 90 pengunjung. Penambahan *mezzanine* juga difungsikan sebagai ruang tunggu dengan memanfaatkan ketinggian *ceiling* yang tersedia pada area *Entrance Hall*.

DAFTAR PUSTAKA

- Culliford, A. (2013) *French museum architecture*. Hong Kong: Design Media Publishing Limited.
- Furman, A.N. (2018) *Ad classics: Sainsbury Wing, National Gallery London / venturi scott brown, ArchDaily*. <https://www.archdaily.com/781839/ad-classics-sainsbury-wing-national-gallery-london-venturi-scott-brown> (Diakses: 09 Mei 2023).
- Fracalossi, I. (2011) *Ad classics: Kimbell Art Museum / Louis Kahn, ArchDaily*. <https://www.archdaily.com/123761/ad-classics-kimbell-art-museum-louis-kahn> (Diakses: 05 Mei 2023).
- Glyptothek. Encyclopædia Britannica*. <https://www.britannica.com/topic/Glyptothek> (Diakses: 15 Mei 2023).
- Hill, McG. (1980). "Time-Saver Standards for Building Types Second Edition" (International ed), hlm 329-335.
- Kunsthaus Graz. Architectuul*. <https://architectuul.com/architecture/kunsthaus-graz> (Diakses: 05 Mei 2023).

Kementerian Pendidikan Dan Kebudayaan
(2023) *Ditjen Kebudayaan*.
<https://kebudayaan.kemdikbud.go.id/>
(Diakses: 10 Mei 2023).

Marotta, A. (2022) *Typology: Museums, Architectural Review*.
<https://www.architectural-review.com/essays/typology/typology-museums> (Diakses: 10 Mei 2023).

Muse definition & meaning Dictionary.com.
<https://www.dictionary.com/browse/muse> (Diakses: 12 Mei 2023).

Panero, J., & Zelnik, M. (1979). *Human dimension and interior space: A source book of design reference standards*. Watson-Guptill. Hlm 557-576.

Saieh, N. (2010) *New Acropolis Museum / Bernard tschumi architects*, *ArchDaily*.
<https://www.archdaily.com/61898/new-acropolis-museum-bernard-tschumi-architects> (Diakses: 05 Mei 2023).

Sejarah Museum Geologi. Museum Geologi.
<https://museum.geologi.esdm.go.id/sejarah> (Diakses: 05 Mei 2023).

Tzortzi, K. (2015) *Museum space: Where architecture meets museology*. Farnham: Ashgate.

PERANCANGAN ULANG INTERIOR PELAYANAN EKSEKUTIF RSUD AL-IHSAN DENGAN KONSEP DESAIN *SPA RESORT*

Dewi Pratiwi¹, Yosi Syamsul Maarif², Edwin Rifanindio³

^{1 2 3} Desain Interior, Sekolah Tinggi Desain Indonesia

e-mail: lanopenta@gmail.com

Article History: Submitted/Received 27 Mei 2025

First Revised 29 Juni 2025

Accepted 10 Juli 2025

Publication Date 26 Juli 2025

ABSTRAK

Proses penyembuhan pasien sekarang ini dapat dilakukan melalui *Hospital Tourism* yang di dalamnya terdapat salah satunya konsep *SPA Resort*. RSUD Al-Ihsan akan diproyeksikan menjadi *Hospital Tourism*, namun kondisi fungsional dan estetika ruang dalamnya kurang memadai dan tidak mencerminkan pelayanan kelas eksekutif. Di samping itu sebagai rumah sakit milik Pemerintah Daerah Jawa Barat, desain interiornya belum mencerminkan ciri identitas lokal Jawa Barat. Maka dari itu, diperlukan perancangan ulang pada area pelayanan eksekutif RSUD Al-Ihsan. Tujuan dari perancangan ulang interior ini adalah untuk menciptakan atmosfer baru bagi RSUD Al-Ihsan sebagai rumah sakit pariwisata dengan pendekatan nuansa *SPA Resort* yang memberikan kenyamanan bagi pengunjung dengan meningkatkan fasilitas yang ada. Perancangan ini tetap memperhatikan segi fungsional dan estetika ruangan, salah satunya melalui penataan ulang area tunggu poliklinik dengan pendekatan nuansa *SPA Resort* yang menciptakan atmosfer yang tenang dan damai. Dalam penyusunan karya tulis ini, metode pengumpulan data melalui studi literatur dipergunakan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh memiliki dasar yang relevan. Selain itu, survei lapangan dan wawancara dilakukan di lokasi objek penelitian guna mengumpulkan data yang lebih mendalam. Data tersebut kemudian dianalisis dengan menggunakan pendekatan kualitatif interpretatif, yang melibatkan perbandingan dengan teori dan literatur yang relevan. Metode lainnya melalui analisis yang menghasilkan konsep desain, membuat gambar kerja, 3D rendering, dan animasi Walkthrough. Perancangan ulang interior ini menghasilkan desain area pelayanan eksekutif RSUD Al-Ihsan yang lebih elegan dan nyaman yang diwujudkan melalui penggunaan bahan, warna, furnitur, tata letak ruang, elemen bentuk ragam hias, pencahayaan, dan penghawaan.

Kata kunci: Rumah Sakit, Fungsional, *SPA Resort*, Identitas Lokal

ABSTRACT

The hospital is a place to provide health services to the community. Within the hospital, there are various service units including medical, medical support, and administration. One type of medical service is an outpatient unit, where patients can receive observation, diagnosis, treatment, and other services without needing to stay overnight. Outpatient units are usually divided into regular and executive units. The basic principle of ideal outpatient services is to provide comfort to patients through good service, room environment, aesthetics, and physical space. However, in reality, infrastructure facilities in the executive service area of Al-Ihsan Hospital still doesn't meet comfort standards. The purpose of compiling this final project research report is to provide comfort for visitors by improving existing facilities. This design still pays attention to the functional and aesthetic aspects of the room, one of which is by rearranging the polyclinic waiting area with a *SPA Resort* nuance approach which creates a calm and peaceful atmosphere. In preparing this paper, the method of collecting data through literature study is used to ensure that the data obtained has a relevant basis. In addition, field surveys and interviews were conducted at the research object locations to collect more in-depth data. The data is then analyzed using an interpretive qualitative approach, which involves comparisons with relevant theories and literature. This research report resulted in a redesign for the executive service area of Al-Ihsan Hospital which emphasizes functional and aesthetic design aspects, with an emphasis on design expression that describes the nuances of the *SPA Resort*.

Keyword: Hospital, Functional, *SPA Resort*, Local Identity

I. PENDAHULUAN

Rumah sakit merupakan sarana pelayanan kesehatan bagi masyarakat. Pelayanan kesehatan tersebut meliputi kegiatan pengobatan dan penyembuhan bagi pasien. Secara umum pengguna rumah sakit terdiri dari pasien, staf medis, dan perawat medis. Unit pelayanan di rumah sakit dibagi menjadi tiga bagian, meliputi pelayanan medis, pelayanan penunjang medis, dan pelayanan administrasi. Pelayanan medis, terdiri dari unit rawat jalan, unit layanan rawat inap, unit gawat darurat, unit bedah sentral, unit layanan kebidanan dan kandungan, unit perawatan intensif, dan unit perawatan khusus dan isolasi.

Pelayanan medis di rumah sakit terbagi menjadi dua, yakni pelayanan reguler dan pelayanan eksekutif. Pelayanan eksekutif menawarkan pelayanan premium dengan tarif terjangkau dan memberikan prioritas yang sama kepada semua pasien, termasuk pasien umum dan pemegang BPJS kesehatan. Visi dari pelayanan eksekutif yakni untuk memberikan aksesibilitas yang luas. Di sisi lain, pelayanan reguler menyediakan pelayanan standar yang dapat diakses oleh pasien umum dan pemegang BPJS kesehatan. Fasilitas dan tarif yang ditetapkan mengikuti peraturan yang berlaku. Pandangan masyarakat terhadap rumah sakit sekarang ini bukan hanya sekadar tempat atau bangunan yang memberikan pelayanan kesehatan yang lengkap, namun juga sebuah tempat yang memiliki elemen estetika atau keindahan serta menimbulkan suasana nyaman bagi pengunjung dan pasien. Kesan tersebut dapat memengaruhi pilihan, harapan, kepuasan, serta perilaku konsumen kesehatan. (Herdyanti, 2016).

Rumah sakit merupakan hal yang sangat penting dalam memberikan citra positif bagi layanan kesehatan yang diberikan. Bangunan rumah sakit yang indah, fungsional, efisien, dan bersih dapat memberikan kesan positif pada seluruh pengguna rumah sakit, termasuk pasien, keluarga pasien, karyawan, dan masyarakat. (M. Galih, 2010).

Menurut sebuah penelitian yang dilakukan oleh CABE (*Commission for Architecture and Built Environment*) pada bulan Agustus 2003 terhadap 500 perawat dan dokter di London, ditemukan bahwa 91% perawat dan 100% dokter yang disurvei sangat menyadari dan percaya bahwa desain yang baik dari rumah sakit

dan lingkungannya memiliki dampak langsung terhadap kecepatan kesembuhan pasien (*Patients Recovery Rate*). Selain itu, 90% perawat dan 91% dokter setuju bahwa rumah sakit yang tidak didesain dengan baik berkontribusi tinggi terhadap peningkatan stres pasien, sementara 90% dokter menyatakan bahwa sikap pasien terhadap staf medik akan lebih baik jika mereka berada dalam ruangan yang didesain dengan baik. (Haripradianto, 2009).

Proses penyembuhan pasien rumah sakit terus berkembang, tidak hanya metode *Healing Environment* yang dikenal masyarakat tetapi juga muncul konsep *Hospital Tourism*. Intinya konsep *Hospital Tourism* adalah membawa pasien ke luar lingkungan rumah sakit seperti mengunjungi tempat-tempat wisata.

Atmosfer *SPA Resort* yang alami dan tenang dibutuhkan untuk mempercepat proses penyembuhan pasien dapat dihadirkan dengan cara visualisasi dalam bentuk ilustrasi dari elemen-elemen utama *SPA Resort* seperti air mineral, kolam, sungai, tumbuh-tumbuhan, pegunungan, dll. Kegiatan *Hospital Tourism* sekarang ini lebih beragam, contohnya adalah seorang pasien dari suatu negara yang mengidap penyakit tertentu pergi ke tempat fasilitas kesehatan yang berada di negara lain karena fasilitas dan tenaga medis lebih berkualitas dari negara asal pasien. Aktivitas *Hospital Tourism* pada saat ini didukung oleh fasilitas dan kualitas perawatan yang lebih cepat, lebih bagus, dan lebih hemat biaya. Salah satu alternatif kegiatan *Hospital Tourism* sekarang ini adalah pasien yang menjalani perawatan akan mendapatkan paket wisata sebelum menjalani proses pengobatan.

Pemerintah Provinsi Jawa Barat memiliki aset berupa fasilitas kesehatan yang salah satunya adalah Rumah Sakit Umum Daerah Al-Ihsan yang beralamat di Jl. Kiastramanggala, Baleendah, Kec. Baleendah, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. RSUD Al-Ihsan merupakan rumah sakit kelas B. RSUD Al Ihsan memainkan peran penting dalam memberikan layanan kesehatan bagi masyarakat sekitar. (Alinka, 2022). RSUD Al-Ihsan diproyeksikan menjadi *Hospital Tourism* pada tahun 2026. Konsep *Hospital Tourism* yang pertama adalah setiap pasien yang akan menjalani perawatan akan mendapatkan paket wisata berupa perjalanan wisata ke objek-objek wisata yang berlokasi di daerah Bandung dan sekitarnya

dengan maksud membantu proses penyembuhan pasien supaya lebih cepat. Konsep yang kedua adalah memanfaatkan ruang terbuka hijau di tapak RSUD Al-Ihsan untuk menjadi tempat relaksasi bagi pasien dan keluarga. Konsep yang ketiga adalah perancangan pada ruang-ruang fasilitas umum harus menghadirkan atmosfer rumah sakit yang berbeda dengan atmosfer rumah sakit pada umumnya.

Sebagai rumah sakit milik pemerintah Jawa Barat, sudah selayaknya keberadaan gedung RSUD Al-Ihsan dapat mengangkat identitas lokal Jawa Barat. Maka dari itu upaya RSUD Al-Ihsan untuk mengangkat identitas lokal Jawa Barat dengan mendesain gerbang utama yang ditambahkan ornamen yang berasal dari elemen atap gedung sate yang berbentuk tusuk sate. Ornamen berbentuk tusuk sate ini di tambahkan dibagian atas gerbang utama. Selain itu juga menerapkan elemen batik pada fasad gedung serta interior. Berikut merupakan *Block Plan* dari kompleks RSUD Al-Ihsan:



Gambar 1. *Block Plan* RSUD AL-IHsan
Sumber: <https://investasi.jabarprov.go.id>

RSUD Al-Ihsan menyediakan pelayanan eksekutif yang mencakup rawat jalan di gedung A dan rawat inap VIP di gedung B1. Terdapat beberapa keluhan dari masyarakat terkait pelayanan eksekutif, terutama dalam hal alur berobat, keindahan, dan kenyamanan bagi pengguna. Oleh karena itu, perancangan ulang interior akan dilakukan di area pelayanan eksekutif di gedung A dan gedung B1. Area *Food Court* di lantai dasar gedung A RSUD Al-Ihsan merupakan zona publik di mana mayoritas area pengunjung yang sehat berada, letaknya sangat dekat dengan area pelayanan USG dan CT-Scan yang merupakan zona semi publik di mana area pasien rumah sakit berada. Pengunjung yang

sedang makan di *Food Court* merasa terganggu dengan aktivitas pasien yang keluar masuk ruang USG dan CT-Scan, karena aktivitas tersebut menimbulkan pemandangan yang kurang nyaman. Zona area pendaftaran berjauhan dengan zona ruang pemeriksaan, *Nurse Station*, dan area tunggu, hal tersebut menyebabkan pasien kesulitan berorientasi serta jarak antar ruang fungsional yang tidak efisien. Alur sirkulasi dan aktifitas pasien pada area poliklinik eksekutif yang seharusnya berurutan mulai dari pasien datang menuju area pendaftaran hingga pemeriksaan kenyataannya tidak sesuai dengan tahapan-tahapan aktifitas fungsionalnya.

Di lantai dasar dan lantai 1, terutama pada ruang tunggu, ruang poliklinik rawat jalan, dan lobby, terdapat permasalahan dalam segi estetika. Kombinasi warna pada elemen dinding kurang baik, begitu pula dengan kombinasi warna antara elemen lantai, dinding, dan plafon. Desain pola lantai juga kurang memadai. Secara keseluruhan, kesan estetika dari desain interior tidak mencerminkan kelas pelayanan eksekutif yang diinginkan. Selain itu, dalam perancangan interior ruang rawat inap VIP di gedung B1, penggunaan warna, bahan, dan bentuk tidak mencerminkan kelas layanan eksklusif yang diharapkan. Pada lantai 1 gedung A, terdapat permasalahan dalam alur berobat di area poliklinik rawat jalan eksekutif.

Perancangan interior pelayanan eksekutif yang ada sekarang ini secara keseluruhan masih mempertahankan nuansa rumah sakit pada umumnya seperti penggunaan warna pada dinding dan plafon dominan warna putih, pola lantai dan plafon masih menggunakan pola grid kotak yang teratur, material plafon berupa modul kotak plafon akustik. Sehingga nuansa yang dihasilkan kualitasnya tidak sesuai dengan kualitas nuansa *Hospital Tourism*.

Permasalahan lain muncul dari sisi kenyamanan lingkungan ruang interior antara lain segi pencahayaan buatan dan sirkulasi udara. Kondisi eksisting pencahayaan di ruang rawat inap tidak bisa diatur tingkat intensitas cahayanya. Sesuai peraturan PERMENKES Republik Indonesia no 7 thn. 2019 tentang kesehatan lingkungan rumah sakit bahwa pencahayaan untuk ruang pasien rawat inap saat pasien terbangun sebesar 250 lux, sedangkan intensitas cahaya saat pasien tidur sebesar 50 lux. Kondisi eksisting area *Food Court* dengan alur

jalan pasien yang akan diobservasi sangat berdekatan tanpa penghalang atau sekat, hal ini dapat menimbulkan udara di area Food Court dapat tercemar yang berasal dari penyakit pasien.

II. METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam menyusun perancangan tugas akhir adalah sebagai berikut:

1. Metode pengumpulan data menggunakan metode pengumpulan data lapangan seperti observasi dan dokumentasi keadaan RSUD Al-Ihsan dari segi fisik bangunan, aktifitas pengguna, dan lainnya. Melakukan *Interview* dengan pihak rumah sakit. Metode pengumpulan data lainnya menggunakan metode data pustaka.
2. Metode pengumpulan data:
 - a) Wawancara
Melakukan wawancara dengan pihak Rumah Sakit Umum Daerah Al- Ihsan bagian *Human Resource* dan bagian pemeliharaan lingkungan rumah sakit.
 - b) Observasi
Melakukan observasi ke RSUD Al-Ihsan untuk mengetahui kondisi lapangan supaya mengetahui permasalahan interior, perilaku sosial budaya pengunjung, dan sisi ergonomis bagi pengguna yang akan dirancang ulang.
 - c) Kaji Literatur
Mencari informasi terkait pedoman dan peraturan bagi rumah sakit baik dari buku, jurnal, makalah, artikel, dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan Rumah Sakit Umum Daerah Al-Ihsan.
 - d) Dokumentasi
Hasil pengambilan gambar di RSUD Al-Ihsan terkait fisik bangunan, aktifitas, fasilitas, dll. yang dilakukan saat survei.
3. Metode analisis data menggunakan kualitatif-interpretatif yang dilakukan dengan membandingkan hasil observasi lapangan dan teori serta literatur.
4. Daftar hasil analisis berupa permasalahan yang akan dipecahkan di dalam desain.
5. Rencana pemecahan masalah desain yang terdiri dari programatik konsep dan desain konsep.
6. Hasil akhir perancangan dan penyelesaian

berupa gambar kerja, 3D *Rendering*, animasi *Walktrough* interior, dan maket studi arsitektur.

III. PEMBAHASAN

Berikut merupakan temuan di lapangan melalui observasi dan wawancara dengan pihak RSUD Al-Ihsan:

Tabel 1. Observasi lapangan

NO	NAMA RUANG	ANALISA PERMASALAHAN
1	Food Court 	• Letak area <i>Food Court</i> bersebelahan langsung dengan area radiologi. Dikonfirmasikan dari hasil wawancara dengan 10 orang pengguna pada area ini baik itu pasien radiologi, pengunjung <i>Food Court</i>, dan karyawan <i>Food Court</i> merasakan ketidaknyamanan dalam melakukan aktivitas dikarenakan merasa tidak memiliki privasi dan merasa kasihan dengan kondisi pasien yang membuat selera makan berkurang • Akses langsung antara area <i>Food Court</i> dengan area radiologi membuat penghawaan di area ini tercampur menjadikan ruangan ini kualitas udaranya kurang baik.
2	Area Poliklinik Eksekutif 	• <i>Sign System</i> (tanda oranye) desain berwarna hitam yang sama dengan warna tembok membuat pengunjung tidak mudah mengidentifikasi • Kombinasi warna dan bentuk antara elemen lantai, dinding, dan plafon terkesan ramai dan tidak selaras • Area tunggu poliklinik (lingkaran merah) terkesan sederhana dan monoton tidak seperti kelas eksekutif yang seharusnya memiliki kesan indah, mewah, dan elegan • Desain area pendaftaran terkesan sederhana, peletakan identitas fasilitas kurang baik, dan meja pendaftaran (lingkaran kuning) tertutup oleh sekat ruangan
3	Lobi	• Desain dari <i>Sign System</i> (tanda oranye) kurang mencolok dan peletakkannya sembarang yang membuat pengunjung kurang memperhatikan hal tersebut • Kombinasi warna dan bentuk antara elemen lantai, dinding,

		dan plafon terkesan ramai dan tidak selaras Area menunggu di lobi (lingkaran merah) memiliki fasilitas yang sederhana tidak seperti kelas eksekutif yang seharusnya indah, elegan, dan mewah.
4	Kamar Rawat Inap VIP 	- Elemen interior kamar rawat inap - VIP terkesan sederhana tidak seperti kelas eksekutif yang seharusnya indah, elegan, dan mewah - Hanya memiliki satu jenis penerangan lampu buatan dengan intensitas cahaya yang sama - Area luar depan kamar tidak tersedia fasilitas tempat duduk dan desainnya terkesan sederhana tidak seperti kelas eksekutif yang seharusnya indah, elegan, dan mewah.

Tabel 2. Rencana Pemecahan Masalah Desain

NO	PERMASALAHAN	ANALISA SITUASI	RENCANA PEMECAHAN MASALAH DESAIN
1	Aktivitas pasien di area tunggu radiologi dan pengunjung di <i>Food Court</i> merasa terganggu atau kurang nyaman. Udara di area <i>Food Court</i> dapat tercemar akibat area jalur jalan pasien memiliki akses langsung area <i>Food Court</i> .	Pembatas antara area <i>Food Court</i> dengan area radiologi hanya terlihat pada pola lantai, tidak adanya pembatas antar ruang di area tersebut.	Melakukan pemisahan kedua area tersebut dengan menambahkan pembatas antar ruang menggunakan dinding. Membuat pintu masuk dari bagian samping luar supaya memudahkan akses pengunjung ke dalam area <i>Food Court</i> . Jadi terdapat dua pintu masuk yang diterapkan pada sisi samping bagian luar dan dari bagian dalam dekat area radiologi. Terdapat jendela di bagian sisi samping <i>Food Court</i> yang membuat cahaya alami lebih mudah masuk ke dalam

			ruangan.
2	Alur sirkulasi dan aktifitas pasien di area poliklinik eksekutif tidak beraturan, hal tersebut menyebabkan pasien sulit berorientasi untuk kegiatan fungsional.	Permasalahan muncul akibat tata letak yang jaraknya jauh antara zona area pendaftaran dengan zona tunggu poliklinik, sedangkan menurut Ernst and Peter Neufert (2000) salah satu syarat ruang tunggu harus berdekatan dengan area <i>Front Desk</i> yang meliputi tempat registrasi, kasir, dan	Memindahkan area pendaftaran ke area yang dekat dengan area tunggu pasien poliklinik. Melakukan <i>Re-layout</i> ruang poliklinik yang sesuai dengan besaran kebutuhan ruang supaya memudahkan orientasi pasien terhadap ruang poli, sirkulasi area tunggu
3	Kombinasi warna dan pola lantai yang tidak baik pada ruang tunggu, poliklinik rawat jalan, dan lobby tidak mencerminkan kelas pelayanan eksekutif secara keseluruhan, sedangkan kesan eksklusif harus memberikan kesan yang luwes, dinamis, indah, elegan, dan mewah. (D.Signers, 2021).	Pola lantai dan <i>Treatment</i> interior lainnya tidak maksimal yang menyebabkan kesan terlalu ramai dan tidak selaras. Pada area tunggu poliklinik masih menggunakan plafon <i>Grid</i> yang terkesan sedikit kaku. Menurut pandangan Gilles Ronin (2009), bentuk persegi tersebut akan menciptakan kesan statis, kokoh, serta teratur secara formal.	Pemecahan masalahnya dengan mendesain ulang interior ruangan dengan memperhatikan <i>Treatment</i> elemen interior yang sesuai desain eksklusif yang memberikan kesan luwes, dinamis, indah, elegan, dan mewah.
	Kesulitan mengidentifikasi area pendaftaran dan kasir.	Penempatan kasir berada di sebelah kanan <i>Entrance</i> dengan jarak yang cukup jauh, hal tersebut tidak dapat diidentifikasi langsung oleh pengunjung saat pertama kali masuk ke lantai satu. Hal tersebut dikarenakan tidak ada lagi ruang/ <i>Space</i> yang muat untuk penempatan area pendaftaran.	Menghitung ulang kembali kebutuhan ruang, dan <i>Re-layout</i> ulang supaya tempat pendaftaran dan kasir mudah diidentifikasi oleh pengunjung.

	Kesulitan mengidentifikasi <i>Nurse Station</i>	<i>Nurse Station</i> pada kenyataannya tidak mempunyai identitas nama fungsinya yang menyebabkan pengunjung kesulitan dalam identifikasi	Dibuat kembali <i>Nurse Station</i> yang dapat dengan mudah diidentifikasi oleh pengunjung dengan warna yang dibuat lebih mencolok dari desain ruangan area tunggu
	Ruang pemeriksaan terkesan menegangkan, hal tersebut membuat pasien kurang nyaman ataupun merasa cemas, sedangkan dikutip dari <i>REDESIGN RUMAH SAKIT MATA Dr. YAP YOGYAKARTA</i> , n.d. bahwa ruang periksa harus memberikan kesan yang akrab, berani, dan terbuka yang dapat meredam ketakutan dan kecemasan pasien.	Permasalahan ada karena tidak maksimalnya <i>Treatment</i> yang ada di ruang pemeriksaan poliklinik, menggunakan warna- warna yang monoton, desain plafon dan pola lantai terkesan kaku.	Mendesain ulang ruangan poliklinik dengan pemilihan warna yang netral, bahan yang lembut, dan bentuk yang dinamis agar dapat meredam kecemasan dan ketakutan pasien.
4	Elemen desain interior yang ada di ruang rawat inap VIP terkesan sederhana tidak sesuai dengan kelas eksklusif yang harus memberikan kesan yang luwes, dinamis, indah, elegan, dan mewah. (D.Signers, 2021).	<i>Material</i> dari ruang rawat inap VIP seperti elemen interior lantai menggunakan keramik dengan pola kotak-kotak yang terkesan kaku. Penempatan fasilitas penunjang pasien tidak menggunakan <i>Treatment</i> yang kesan eksklusif. Warna dari ruang rawat inap VIP menggunakan warna <i>Soft</i> , namun warna sofa menggunakan warna hitam pekat yang tidak selaras dengan warna ruangan	Mendesain ulang ruangan kamar rawat inap VIP dengan memperhatikan <i>layouting</i> penempatan furnitur dan <i>Treatment</i> yang lebih mencerminkan kelas eksklusif.
	Kondisi eksisting pencahayaan di ruang rawat inap tidak bisa diatur tingkat intensitas cahayanya. Padahal perbedaan tingkat	Hanya ada satu jenis lampu yang tersedia di ruang rawat inap VIP.	Membuat dua jenis lampu yang berbeda menyesuaikan standar lux lampu saat pasien

intensitas cahaya diperlukan pada saat pasien bangun tidur dan pasien tidur.		tidur maupun terbangun.
--	--	-------------------------

Konsep Perancangan

Perancangan ini menggunakan tema *SPA Resort* yang biasanya berlokasi di tengah lingkungan alam yang terbuka jauh dari pusat keramaian kota. Elemen-elemen utama yang umumnya terdapat pada *SPA Resort* adalah elemen air, elemen kolam, elemen *Shelter*, dan elemen lingkungan alam. Tema *SPA Resort* akan diterapkan dengan pendekatan metode visualiasi gambar elemen-elemen yang ada di *SPA Resort* pada ruang rawat inap VIP, ruang poliklinik, area tunggu, lobi, dan *Food Court* dengan tujuan untuk mempercepat proses penyembuhan pasien di mana pasien merasa lebih rileks dalam masa pengobatan, baik berobat rawat jalan maupun rawat inap.

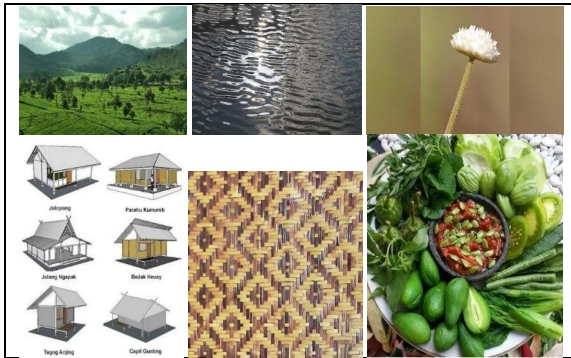
Unsur ragam hias dari Jawa Barat juga dipakai pada perancangan ini sebagai upaya memperkenalkan seni ragam hias Jawa Barat kepada masyarakat luas serta menjadi ciri khas rumah sakit Al-Ihsan yang merupakan rumah sakit kepemilikan pemerintah Jawa Barat.

Konsep Bentuk

Berikut merupakan tabel dari konsep bentuk yang diangkat pada perancangan ulang interior pelayanan eksekutif RSUD Al Ihsan:

Tabel 3. Konsep bentuk

BENTUK	KETERANGAN
Bentuk yang akan digunakan menggunakan bentuk-bentuk alam yang diambil dari lingkungan alam <i>SPA Resort</i> seperti pepohonan, gunung, dan air. Bentuk tersebut akan diterapkan dengan cara penyederhanaan bentuk namun tidak jauh dari karakteristik bentuk aslinya supaya kesan alami yang membuat rileks tetap terasa. Konsep bentuk lainnya akan diperkaya dengan elemen ragam hias dari Jawa Barat.	- Bentuk dari aliran air akan diterapkan pada area lobi, <i>Food Court</i>, koridor, dan area tunggu poliklinik dengan esensi bentuk yang diterapkan pada pola lantai dan pola plafon. - Bentuk pegunungan, pohon, dan elemen ragam hias Jawa Barat akan diterapkan di semua ruangan pada dinding maupun furnitur dengan bagian yang berbeda – beda.



Konsep Material

Berikut merupakan tabel dari konsep material yang diangkat pada perancangan ulang interior pelayanan eksekutif RSUD Al-Ihsan:

Tabel 4. Konsep material

BENTUK	KETERANGAN
Material yang digunakan adalah material yang dapat mendukung tema SPA Resort yang banyak menggunakan unsur-unsur material alam. Maka dari itu material yang akan diambil pada perancangan ini yakni kayu, WPC, HPL, kaca, cat, HT, marmer, akrilik, metal, PVC, dan gypsum.	- Material kayu dan WPC akan dipakai untuk furnitur sofa, meja, dan rak majalah supaya tidak mudah rusak - Kaca yang dipakai menggunakan kaca <i>laminated</i> yang tidak mudah pecah dan membatasi sinar UV ke dalam ruangan - HT akan dipakai sebagai lantai - Cat yang digunakan untuk semua ruangan menggunakan cat yang ramah lingkungan, mudah dibersihkan, dan tidak mudah terkena bakteri.

Konsep Warna

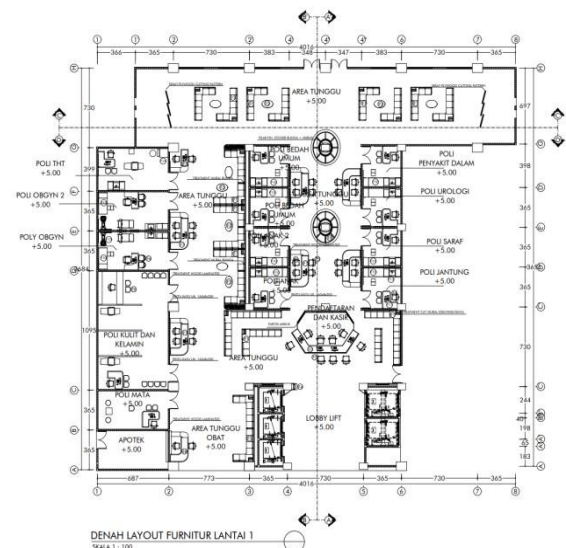
Berikut merupakan tabel dari konsep warna yang diangkat pada perancangan ulang interior pelayanan eksekutif RSUD Al-Ihsan:

Tabel 5. Konsep warna

BENTUK	KETERANGAN
Warna yang akan dipakai pada perancangan ini mengambil visualisasi warna dari keadaan alam di sekitar <i>SPA Resort</i> , seperti <i>Sunshine</i> , <i>Sunrise</i> , dan alam hijau. Warna tersebut diadaptasi menjadi warna pastel supaya terkesan ringan.	Penerapan warna tersebut akan diterapkan ke berbagai elemen ruang interior di semua ruangan pelayanan eksekutif RSUD Al-Ihsan

Hasil Perancangan

Dalam perancangan ini, denah khusus yang diambil berlokasi di lantai dasar dan lantai satu gedung A dan lantai satu gedung B1. Lantai dasar gedung A meliputi area lobi, koridor, dan *Food Court*. Lantai satu gedung A meliputi area pendaftaran dan pembayaran, area tunggu poliklinik, *Nurse Station* poliklinik, ruang poliklinik, dan area farmasi. Lantai satu gedung B1 meliputi ruang rawat inap VIP. Berikut merupakan salah satu denah khusus dalam perancangan ini.



Gambar 2. Denah lantai 1
Sumber: dokumentasi pribadi

Berikut merupakan hasil perancangan interior yang menjadi pemecahan masalah dari beberapa permasalahan desain di area pelayanan eksekutif RSUD Al- Ihsan.



Gambar 3. Area lobi
Sumber: dokumentasi pribadi



Gambar 4. Area informasi lobi
Sumber: dokumentasi pribadi



Gambar 5. Area tunggu lobi
Sumber: dokumentasi pribadi



Gambar 6. Area food court
Sumber: dokumentasi pribadi



Gambar 7. Area koridor radiologi
Sumber: dokumentasi pribadi



Gambar 8. Area pendaftaran dan kasir
Sumber: dokumentasi pribadi



Gambar 9. Area tunggu poliklinik
Sumber: dokumentasi pribadi



Gambar 10. Ruang poliklinik anak
Sumber: dokumentasi pribadi



Gambar 11. Ruang poliklinik obgyn
Sumber: dokumentasi pribadi



Gambar 12. Kamar rawat VIP
Sumber: dokumentasi pribadi

IV. KESIMPULAN

Proses penyembuhan pasien saat ini telah berubah menjadi pengalaman bagi pasien yang lebih baik melalui Hospital Tourism. Hospital Tourism merupakan konsep inovatif yang mengintegrasikan elemen-elemen layanan kesehatan yang dipadukan dengan kenyamanan dan relaksasi. Kenyamanan dan relaksasi dapat dicapai dengan salah satunya konsep SPA Resort.

RSUD Al-Ihsan akan diproyeksikan menjadi Hospital Tourism yang memiliki pusat perawatan kesehatan yang unggul, akan tetapi saat ini masih terdapat beberapa permasalahan yang perlu diatasi. Permasalahan salah satunya adalah kurangnya pemenuhan standar fungsional dan aspek estetika dalam ruangnya, ruangan belum sepenuhnya mencerminkan pelayanan kelas eksekutif yang seharusnya. Selain itu, sebagai rumah sakit yang dimiliki oleh Pemerintah Daerah Jawa Barat, desain interior RSUD Al-Ihsan juga belum sepenuhnya mencerminkan ciri identitas lokal yang kaya dari Jawa Barat. Permasalahan tersebut perlu dilakukan perancangan ulang menyeluruh pada area pelayanan eksekutif RSUD Al-Ihsan.

Tujuan dari perancangan ulang interior ini adalah menciptakan suatu atmosfer baru bagi RSUD Al-Ihsan yang akan menjadi rumah sakit pariwisata dengan pendekatan nuansa SPA Resort, yang bertujuan untuk memberikan kenyamanan dan pengalaman yang baik bagi para pengunjung. Hal ini akan dicapai dengan meningkatkan fasilitas yang ada, mengoptimalkan tata letak ruangan, dan memperbaiki elemen-elemen desain yang relevan. Selain itu, perancangan ini juga akan tetap mempertimbangkan aspek fungsionalitas, sehingga ruangan dapat digunakan dengan optimal untuk keperluan medis dan layanan

kesehatan. Sebagai contoh, penataan ulang area tunggu poliklinik akan dilakukan dengan pendekatan nuansa SPA Resort, menciptakan suasana yang tenang, nyaman, dan damai bagi para pasien dan pengunjung yang menunggu. Dengan demikian, perancangan ulang ini bertujuan untuk tidak hanya memperbaharui visual ruangan, tetapi juga meningkatkan kualitas layanan serta meningkatkan pengalaman secara keseluruhan bagi semua yang datang ke RSUD Al-Ihsan.

Hasil dari perancangan ulang interior ini adalah menciptakan sebuah desain yang mengubah area pelayanan eksekutif RSUD Al-Ihsan menjadi lebih elegan dan nyaman. Perubahan ini terwujud melalui sejumlah aspek desain, seperti pemilihan bahan-bahan berkualitas, penggunaan warna yang tepat, pemilihan furnitur yang berkualitas, penataan tata letak ruang yang ergonomis, penambahan elemen bentuk ragam hias yang mempercantik ruangan, serta penyusunan sistem pencahayaan dan penghawaan yang optimal. Semua elemen ini dapat menciptakan sebuah lingkungan pelayanan eksekutif yang tidak hanya memanjakan mata dengan estetika yang memukau, akan tetapi juga memberikan kenyamanan serta pengalaman yang tak terlupakan bagi para pasien dan pengunjung RSUD Al-Ihsan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alinka. (2023). *RSUD Al-Ihsan Provinsi Jawa Barat*. Jabarprov.go.id. <https://rsudalihsan.jabarprov.go.id/>
- Department of Health. 2001. The expert patient: a new approach to chronic disease management for the 21st century. London: Department of Health.
- Hatmoko, A. U., Wulandari, W., Alhamdani, M. R., & Lionar, M. L. (2011). *Arsitektur rumah sakit*. PT. Global Rancang Selaras.
- Health Tourism. (2014). Health-Tourism.com. <https://www.health-tourism.com/medical-tourism/history/>
- Kemkes, R. I. (2019). Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 30

Tahun 2019 Tentang Klasifikasi dan Perizinan Rumah Sakit.

Keputusan Menteri Republik Indonesia No. 983
MENKES/SK/1992 tentang Pedoman
Rumah Sakit Umum.

Pangerapan, D. T., Palandeng, O. E. L. I., & Rattu,
A. J. M. (2018). Hubungan antara mutu
pelayanan dengan kepuasan pasien di
poliklinik penyakit dalam rumah sakit
umum GMIM Pancaran Kasih Manado.
JKK (Jurnal Kedokteran Klinik), 2(1), 9-
18.

Pranata, A. S. A., Andry, A., & Kusumapradja, R.
(2021). The Influenced Factor of Revisits
Patient Intention to The Executive
Polyclinic Hospital. *Journal of
Multidisciplinary Academic*, 5(4), 360-
366.

Qonitah, L., Nanik Rachmaniyah, & Prasetyo
Wahyudie. (2017). Redesain Interior
Rumah Sakit Negeri Kelas B Dengan
Konsep Healing Environment. *Jurnal Sains
Dan Seni ITS*, 5(2), 134185.

Rahmani, S. A., Cardiah, T., & Nugroho, A.
(2020). Perancangan Ulang Interior Rumah
Sakit Umum Kelas C Rama Hadi Kota
Purwakarta Dengan Pendekatan Healing
Environment. *eProceedings of Art &
Design*, 7(2).

*Redesain Interior Rumah Sakit Bhayangkara
Dengan Konsep Healing Environment.*
(n.d.). Retrieved August 20,
2023, from

Rokom. (2012, December). *Health Tourism,
Penggerak Perekonomian Kawasan Asia
Pasifik*. Sehat Negeriku.

ETIKA PEMASANGAN REKLAME PEMILU YANG MENJADI PROBLEMATIKA SAMPAH VISUAL

Karmila Sri Rahayu¹, Rizki Maulana Rachman²

Sekolah Tinggi Desain Indonesia, Bandung

¹karmilasr@stdi.ac.id; ²rizkimaulanarachman@stdi.ac.id

Article History: Submitted/Received 20 Mei 2025

First Revised 15 Juni 2025

Accepted 1 Juli 2025

Publication Date 26 Juli 2025

ABSTRAK

Pemasangan papan reklame politik selama periode pemilu telah menjadi subjek perdebatan bagi sebagian orang yang peduli dengan placemaking mereka, terkait dengan implikasi lingkungan estetika dan visualnya. Artikel ini menyajikan pandangan individu yang terdampak oleh pemasangan papan reklame selama pemilu, dan mengeksplorasi dampaknya terhadap lingkungan visual, khususnya dalam konteks pemborosan visual. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kompleksitas etika di balik papan reklame pemilu, yang telah menjadi sumber kontroversi dalam estetika perkotaan dan pengelolaan lingkungan. Melalui pendekatan kuantitatif, peneliti menganalisis isu-isu selama pemilu, dan menyoroti pentingnya menjaga keseimbangan antara ekspresi politik tanpa merusak keindahan visual ruang publik. Hasil penelitian ini memiliki dampak positif pada praktik pemasangan papan reklame di masa depan dengan meningkatkan tata kelola dan estetika yang lebih baik.

Kata kunci: Etika, Pemilu, Papan Reklame, Masalah Limbah Visual

ABSTRACT

The installation of political billboards during election periods has been a subject of debate for some people concerned with their placemaking, in relation to their aesthetic and visual environmental implications. This article presents the views of individuals affected by the installation of billboards during elections, and explores their impact on the visual environment, particularly in the context of visual waste. This research aims to analyze the ethical complexities behind election billboards, which have become a source of controversy in urban aesthetics and environmental management. Through a quantitative approach, the researcher analyzed the issues during elections, and highlighted the importance of maintaining a balance between political expression without damaging the visual beauty of public spaces. The results of this study have a positive impact on the future practice of billboard installation by improving better governance and aesthetics.

Keywords: Ethics, Election, Billboards, Visual Waste Problems

I. PENDAHULUAN

Hal yang biasa terjadi menjelang pemilihan umum, maupun pemilihan kepala daerah, seluruh pikiran, dan kegiatan partai politik juga peserta pemilu yang gencar melakukan berbagai kegiatan kampanye, seperti bakti sosial, pemasangan atribut partai, pengumpulan massa, hingga pembuatan iklan politik. Fenomena tersebut menjadikan suasana pemilu semakin meriah.

Pemilihan umum adalah sebuah proses yang menjadi sarana bagi rakyat untuk menegaskan prinsip kedaulatan, yang pada akhirnya akan menciptakan suatu dinamika kekuasaan yang berasal dari, dijalankan oleh, dan untuk kepentingan rakyat. Hal ini merupakan esensi dari demokrasi. Sesuai

dengan UU Nomor 8 Tahun 2012 tentang Pemilihan Umum, pemilu dianggap sebagai instrumen penting dalam mengaktualisasikan kedaulatan rakyat yang bersifat aspiratif, berkualitas, dan bertanggung jawab, terutama dalam memilih anggota-anggota dewan seperti DPR, DPD, dan DPRD (Jurdi, 2018).

Ditambah lagi dengan sistem multi partai yang dianut oleh Indonesia. Sistem ini ditunjukkan oleh keberadaan dua atau lebih partai politik dalam parlemen atau badan perwakilan, tanpa ada satu pun partai yang mendominasi atau memiliki mayoritas kekuasaan mutlak. Keberadaan sistem multi partai juga dianggap lebih mencerminkan keragaman budaya dan politik dibandingkan dengan sistem dua partai. Selain itu, sistem multi partai menciptakan persaingan antara

partai politik, mendorong setiap partai untuk bersaing dengan berbagai cara demi mendapatkan dukungan dari pemilih (Amrurrobbi, 2021).

Kampanye politik adalah salah satu strategi yang umum digunakan oleh partai politik atau peserta pemilu untuk mempromosikan pesan-pesan, visi dan misi, serta menyampaikan arah kebijakan mereka kepada pemilih. Mereka mengusung tema atau topik khusus yang akan dijelaskan kepada pemilih atau masyarakat (Ulfa dkk., 2020). Kampanye merupakan aspek krusial dari komunikasi politik. Perencanaan dan pengaturan tim strategis untuk mencapai kemenangan menjadi faktor penting dalam pelaksanaan kampanye politik. Beberapa jenis kampanye yang sering digunakan mencakup poster, banner, baliho, dan lain sebagainya. Sebagai representasi diri calon dengan tujuan persuasif, diperlukan perangkat kampanye yang menggabungkan unsur teks dan grafis, meskipun terkadang alat kampanye belum sepenuhnya memenuhi standar dalam menyampaikan informasi dengan akurat.

Iklan politik, baik dalam bentuk verbal maupun visual seperti alat peraga kampanye, seharusnya dirancang sebagai media yang artistik, komunikatif, dan persuasif. Namun, jika tidak diatur dengan baik, hal tersebut dapat menyebabkan terjadinya sampah visual yang mengganggu keindahan kota dan mengurangi apresiasi terhadap nilai-nilai seni visual itu sendiri (Harsanto, 2015).

Pemasangan reklame pemilu seringkali memunculkan dilema terkait dengan estetika dan lingkungan visual. Definisi "reklame" adalah promosi atau iklan yang dibuat dengan tujuan untuk memperkenalkan, mempromosikan, atau memasarkan suatu produk, layanan, atau gagasan kepada khalayak. Reklame biasanya berupa materi visual atau audiovisual yang dipasang di tempat-tempat strategis seperti jalan raya, stasiun televisi, radio, atau media online, dengan tujuan untuk menarik perhatian dan mempengaruhi perilaku atau persepsi target audiens. Media ini memiliki jangka waktu publikasi yang relatif singkat, terutama ketika dipakai sebagai alat peraga politik. Penggunaan media ini khususnya bertujuan sebagai sarana interaksi politik antara calon legislatif dan pemilih. Melalui reklame, calon legislatif berusaha memperlihatkan dirinya dan identitas politiknya, membentuk hubungan interaktif

antara kedua belah pihak, meskipun pada akhirnya interaksi tersebut bersifat lebih pasif (Lestari, 2022). Dengan demikian, reklame berfungsi sebagai penanda identitas calon legislatif dan menjadi sarana interaksi yang dibangun melalui simbol dan bahasa yang terdapat di dalamnya. Penempatan reklame biasanya dilakukan di tempat-tempat terbuka dan strategis, ditujukan kepada pengguna jalan agar mengetahui informasi yang terdapat di dalamnya.

Dalam konteks politik, reklame berperan sebagai alat sosialisasi yang mempromosikan figur calon dan program kerjanya dalam pemilihan umum. Meskipun Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 14 Pasal 22 tidak secara rinci mengatur mengenai ukuran dan penempatan baliho, namun pemasangannya harus memperhatikan aspek etika, estetika, dan penataan ruang agar tidak mengganggu tata kota (Sutarini, 2019). Ketika jalanan dipenuhi oleh spanduk, baliho, dan poster yang mencolok, muncul pertanyaan tentang dampaknya terhadap keindahan kota dan kualitas visual ruang publik. Lebih jauh lagi, masalah sampah visual yang dihasilkan oleh reklame pemilu menjadi sebuah problematika yang perlu mendapat perhatian serius (Asra dkk., 2023).

Problematisasi sampah visual adalah masalah yang berkaitan dengan peningkatan jumlah material visual yang tidak teratur, tidak terkoordinasi, atau tidak teratur yang tersebar luas di lingkungan perkotaan atau sosial. Sampah visual mencakup berbagai bentuk seperti spanduk, baliho, poster, atau tanda-tanda lain yang tidak teratur atau berlebihan, mengganggu estetika kota, merusak pemandangan, dan mengganggu pengalaman visual pengguna jalan atau masyarakat umum. Masalah ini juga dapat menimbulkan keragaman informasi yang tidak terkendali, membingungkan, atau bahkan menimbulkan kebisingan visual yang merugikan. Dengan demikian, problematisasi sampah visual menimbulkan tantangan dalam pengelolaan lingkungan visual dan memerlukan pendekatan yang holistik untuk penataan kembali tata ruang visual yang lebih teratur, estetis, dan fungsional (Amrurrobbi, 2021).

Pemasangan atribut kampanye semakin melanggar standar etika seiring berjalannya waktu. Menurut Khadijah (2022) etika berasal dari istilah *etika* yang berarti pengetahuan tentang sopan santun dan

moralitas, serta kata *ethica* yang mencakup konsep etika, moralitas, kebiasaan, karakter, dan kemanusiaan. Sebagai sebuah disiplin, etika berkaitan dengan pandangan individu atau kelompok mengenai kebenaran dan keburukan suatu tindakan. Etika memberikan pedoman dan standar yang mengatur perilaku manusia dalam masyarakat. Dalam konteks hubungannya dengan interaksi sosial, etika sering diwujudkan dalam bentuk kode perilaku yang ditetapkan berdasarkan prinsip-prinsip moral. Dengan demikian, etika adalah hasil dari kontrol diri yang berakar pada kepentingan kolektif atau profesi itu sendiri.

Meskipun Komisi Pemilihan Umum (KPU) telah menetapkan aturan terkait dengan pemasangan alat peraga kampanye, seperti yang diatur dalam Peraturan KPU nomor 23 tahun 2018 tentang kampanye pemilihan umum dan Peraturan KPU nomor 11 tahun 2020 tentang Perubahan Atas Peraturan Komisi Pemilihan Umum nomor 4 Tahun 2017 Tentang Kampanye Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, Walikota dan Wakil Walikota (Amrullohi, 2021).



Gambar 1. Pemasangan Baliho yang tidak tertata di wilayah Jawa Barat

Sumber: *Tribun Jabar*

Pada tahap kampanye, seharusnya yang menjadi prioritas adalah bagaimana kandidat mengomunikasikan pesan-pesan mereka kepada masyarakat. Setiap kandidat berusaha memilih topik atau isu tertentu yang ingin mereka sampaikan kepada publik. Beberapa di antaranya mungkin lebih dikenal karena komitmen-komitmen politik yang mereka buat. Hal ini penting dalam pesan yang disampaikan oleh Pasangan Calon selama periode Pemilu berlangsung (Mokodompit dkk., 2022).

Menurut Mokodompit, alat peraga kampanye dalam bentuk baliho, billboard atau videotron, umbul-umbul, dan spanduk memiliki ketentuan ukuran dan jumlah yang

telah ditetapkan. Baliho, dengan ukuran terbesar 4 meter x 7 meter, dapat dipasang paling banyak 5 buah untuk setiap Pasangan Calon di setiap kabupaten/kota. Sementara itu, billboard atau videotron, dengan dimensi maksimal 4 meter x 8 meter, juga dibatasi hingga 5 buah per Pasangan Calon dalam setiap kabupaten/kota. Umbul-umbul, dengan ukuran paling besar 5 meter x 1,15 meter, dapat dipasang hingga 20 buah per Pasangan Calon di setiap kecamatan. Sedangkan spanduk, dengan ukuran paling besar 1,5 meter x 7 meter, memiliki batas maksimal 2 buah per pasangan Calon untuk setiap desa atau kelurahan.

Selain ketentuan tersebut, Pasal 28 ayat 3 PKPU nomor 11 Tahun 2020 memberikan kemungkinan bagi pasangan calon untuk menambah alat peraga kampanye. Namun, penambahan ini harus sesuai dengan ukuran yang telah ditetapkan oleh lembaga penyelenggara pemilu setempat, baik itu KPU provinsi, kabupaten atau kota. Alat peraga kampanye tambahan ini juga tidak diperkenankan melebihi 200% dari jumlah maksimal yang telah ditetapkan.

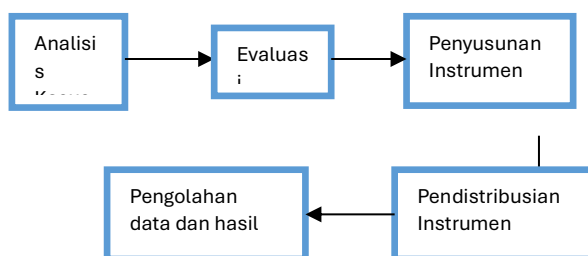
Proses penetapan jumlah maksimal alat peraga kampanye dilakukan melalui koordinasi antara KPU kabupaten atau kota dengan pasangan calon serta atau tim kampanye pasangan calon, sesuai dengan Pasal 28 Ayat (4) sampai (6) PKPU nomor 11 Tahun 2020. Penetapan jumlah penambahan alat peraga kampanye dilakukan melalui keputusan KPU kabupaten atau kota. Pasangan calon atau tim kampanye wajib melaporkan secara tertulis kepada KPU mengenai ukuran, jenis, dan jumlah alat peraga kampanye yang akan dicetak. Penyelenggara pilkada perlu memberikan perhatian khusus terhadap hal ini, mengingat bahwa pelanggaran kampanye yang telah ditetapkan dalam PKPU nomor 11 Tahun 2020 termasuk dalam kategori ini.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi etika pemasangan reklame pemilu dan dampaknya terhadap lingkungan visual. Dengan fokus pada konteks sampah visual yang dihasilkan, penulis akan menguraikan permasalahan yang terkait serta implikasi sosial, politik, dan lingkungan dari fenomena ini. Selain itu, artikel ini juga akan membahas upaya-upaya yang dapat dilakukan untuk mengatasi masalah tersebut, baik dari sudut pandang kebijakan publik maupun partisipasi aktif masyarakat dalam mengadvokasi perubahan.

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti mengambil judul “Etika Pemasangan Reklame Pemilu yang Menjadi Problematika Sampah Visual” dengan tujuan untuk memulai langkah-langkah perubahan terhadap permasalahan yang sering terjadi pada saat berlangsungnya pemilihan umum.

II. METODE

Penelitian ini dimulai dengan beberapa tahapan yang meliputi analisis kasus pemasangan reklame pemilu dan sampah visual, evaluasi, distribusi instrumen penelitian melalui kuesioner yang terdiri dari 20 pertanyaan dengan menggunakan Skala Likert 1-5, serta pengolahan data dan hasil. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang dapat diperoleh melalui penerapan prosedur statistik atau metode kuesioner. Menurut ahli Punch (1988) mengatakan bahwa metode penelitian kuantitatif didefinisikan sebagai suatu penelitian empiris di mana data-data yang dikumpulkan dapat dihitung. Metode ini memfokuskan perhatian pada proses pengumpulan dan analisis data dalam bentuk numerik. Dengan kata lain, penelitian kuantitatif mengutamakan penggunaan data yang dapat diukur secara kuantitatif untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam terhadap fenomena yang sedang diteliti. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menggunakan prosedur statistik dan metode kuantifikasi lainnya guna menghasilkan temuan yang dapat diinterpretasikan secara lebih obyektif dan terukur. Dengan cara membagikan kuesioner kepada objek yang akan diteliti. Fokus utama penelitian ini terarah pada masyarakat yang diwakili oleh sebagian mahasiswa yang berada di wilayah Priangan, Jawa Barat.



Gambar 3. Tahapan Penelitian
Sumber: Desain Peneliti

III. PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, melibatkan sejumlah 30 responden yang merupakan mahasiswa di wilayah Priangan, Jawa Barat, yang telah mencapai usia sah dan telah aktif berpartisipasi dalam pemilihan umum. Kuesioner tersebut digunakan sebagai alat pengumpulan data dan dilaksanakan di lingkungan tersebut. Responden yang terlibat dalam penelitian ini adalah mahasiswa Sekolah Tinggi Desain Indonesia Bandung, Mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia Bandung, Mahasiswa Politeknik Kesehatan Yakesbi Sukabumi, Mahasiswa Kemenkes Poltekkes Tasikmalaya, Mahasiswa Institut Manajemen Wiyata Indonesia Sukabumi, Mahasiswa Universitas Widyatama Bandung, Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sukabumi, Mahasiswa Universitas Suryakencana Cianjur. Dengan demikian, objek penelitian utama adalah mahasiswa di lingkungan tersebut, yang memberikan respon terkait penelitian yang berjudul “Etika Pemasangan Reklame Pemilu yang Menjadi Problematika Sampah Visual”. Oleh karena itu, dari total 30 responden yang telah mengisi angket kuesioner penelitian ini, terdapat 11 responden berjenis kelamin pria dan 19 responden berjenis kelamin wanita.

Tabel 1.
Rekapitulasi Tanggapan Responden mengenai Penelitian Terkait

N	Min	Max	Mean	Std.	
				Deviation	Persentase
30	1	5	4,47	0,563	89%
30	2	5	4,31	0,626	86%
30	1	5	2,53	0,430	51%
30	3	5	4,59	0,466	92%
30	3	5	4,66	0,765	93%
30	2	5	4,41	0,504	88%
30	1	5	3,81	0,714	76%
30	2	5	4,00	0,430	80%
30	1	5	3,56	0,479	71%
30	2	5	4,00	0,728	80%
30	1	5	4,22	0,740	84%
30	2	5	4,22	0,819	84%
30	1	5	3,72	0,675	74%
30	2	5	4,34	0,669	87%
30	3	5	4,50	0,809	90%
30	3	5	4,44	0,507	89%
30	3	5	4,44	0,479	89%
30	2	5	3,69	0,504	74%
30	3	5	4,44	0,490	89%
30	3	5	4,53	0,662	91%

Sumber : Hasil Pengolahan Data Responden

Tabel 2. Uji Reliabilitas Hasil Penelitian

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
0,886	20

Sumber : Data responden yang diolah

Berdasarkan tabel 2 terdapat nilai "Alpha Cronbach" sebesar 0,886 lebih besar dari 0,600 maka dapat dinyatakan bahwa seluruh pertanyaan atau instrumen dinyatakan reliabel atau memenuhi persyaratan.

Dari analisis tabel 2, dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan pada setiap aspek pertanyaan dalam uji reliabilitas dianggap valid dan reliabel karena jawaban yang diberikan konsisten untuk setiap pertanyaan. Oleh karena itu, dapat diakui bahwa semua pertanyaan telah memenuhi kriteria reliabilitas atau memenuhi persyaratan

Berdasarkan hasil dari tabel 1 tersebut maka dapat ditunjukkan bahwa saat menjelang pemilu hampir 100% masyarakat memiliki pandangan sama bahwa menjelang pemilu sering kali disugahi pemandangan kampanye yang bertebaran dalam bentuk reklame. Reklame-reklame ini menghiasi berbagai sudut kota, mulai dari jalan-jalan utama, pusat perbelanjaan, hingga area permukiman. Warna-warna mencolok dan gambar para calon yang berpose penuh percaya diri seolah berlomba menarik perhatian setiap mata yang melintas. Pesan-pesan singkat dan slogan-slogan yang diusung tampak berusaha keras untuk menyampaikan visi dan misi masing-masing kandidat. Kehadiran reklame kampanye ini menjadi bagian tak terpisahkan dari atmosfer pemilu yang meriah dan penuh persaingan (Holli A, 2008). Namun, 86% masyarakat merasa terganggu oleh jumlah reklame Pemilu yang dipasang di lingkungan sekitar. Reklame-reklame ini tak hanya mendominasi pemandangan, tetapi juga mengurangi estetika lingkungan. Tiang-tiang listrik, dinding bangunan, hingga pohon-pohon tidak luput dari pemasangan poster dan spanduk. Keberadaan reklame yang begitu banyak dan berdekatan membuat suasana terasa sumpek dan kacau. Akibatnya, ketenangan yang biasanya dirasakan di lingkungan sekitar menjadi terganggu, menimbulkan rasa tidak nyaman dan frustrasi bagi responden (Marcedes, 2020).

Akan tetapi, Pemasangan reklame Pemilu dianggap efektif dalam mempengaruhi pendapat publik. Reklame-reklame ini berhasil menarik perhatian masyarakat dengan desain yang mencolok dan pesan yang kuat. Reklame tersebut ditempatkan strategis pada lokasi-lokasi dengan lalu lintas tinggi, memastikan bahwa sebanyak mungkin orang melihatnya setiap hari. Gambar-gambar kandidat yang tampak percaya diri dan slogan-slogan yang mudah diingat membantu membentuk citra positif dan memperkuat pesan kampanye. Selain itu, keberadaan reklame yang masif menciptakan kesan pentingnya pemilu dan urgensi untuk memilih, yang mendorong publik untuk lebih memikirkan pilihan mereka. Dengan demikian, reklame Pemilu tidak hanya menyebarkan informasi, tetapi juga secara aktif membentuk opini dan sikap masyarakat terhadap para kandidat dan partai yang bersaing (David, 2021).

Tetapi sebagian masyarakat merasa bahwa jumlah reklame Pemilu yang dipasang secara berlebihan mengganggu estetika lingkungan sekitar. Reklame-reklame ini, dengan ukuran dan jumlah yang berlimpah, mendominasi pemandangan di setiap sudut kota. Tiang-tiang listrik, pagar, dan bahkan pohon-pohon dipenuhi poster, spanduk, dan baliho yang beraneka warna. Keberadaan reklame-reklame tersebut merusak keindahan alami lingkungan, mengubah area yang biasanya terlihat rapi dan hijau menjadi penuh dengan visual yang berlebihan dan tidak teratur. Warna-warna mencolok dan desain yang ramai dari reklame-reklame ini menciptakan kebisingan visual yang membuat suasana sekitar menjadi kacau dan tidak nyaman. Akibatnya, keselarasan estetika lingkungan sekitar menjadi terganggu, menimbulkan ketidakpuasan di kalangan masyarakat yang mendambakan keindahan dan ketenangan di tempat tinggal mereka (Hernimawati, 2018).

Dan masyarakat menganggap penting untuk memperhatikan etika dalam pemasangan reklame Pemilu. Masyarakat percaya bahwa meskipun reklame memiliki peran signifikan dalam kampanye politik, penempatannya harus dilakukan dengan cara yang tidak mengganggu kenyamanan publik atau merusak keindahan lingkungan. Pemasangan reklame sebaiknya memperhatikan aspek estetika dan tidak asal tempel di sembarang tempat, seperti di fasilitas umum, pohon, atau bangunan bersejarah. Responden juga menekankan pentingnya

mematuhi peraturan yang berlaku mengenai ukuran, jumlah, dan lokasi pemasangan reklame. Dengan demikian, kampanye dapat tetap efektif tanpa mengabaikan keindahan dan ketertiban lingkungan sekitar. Penerapan etika dalam pemasangan reklame pemilu mencerminkan rasa hormat terhadap ruang publik dan kepedulian terhadap kenyamanan masyarakat (Hernimawati, 2018).

Masyarakat setuju bahwa pemasangan reklame pemilu dapat menjadi sumber sampah visual. Reklame-reklame ini, yang sering kali dipasang secara berlebihan, mendominasi pemandangan kota dengan poster, spanduk, dan baliho yang tersebar di mana-mana. Penempatan yang sembarangan dan jumlah yang berlebihan menyebabkan lingkungan terlihat berantakan dan tidak teratur. Warna-warna mencolok dan desain yang ramai menambah kebisingan visual, membuat pemandangan sehari-hari menjadi tidak nyaman dan kurang estetis. Selain itu, banyak reklame yang tidak segera dibersihkan setelah pemilu usai, sehingga meninggalkan jejak yang mengganggu di ruang publik. Akibatnya, pemasangan reklame Pemilu yang tidak terkendali ini menjadi sumber utama sampah visual yang merusak keindahan dan keselarasan lingkungan sekitar (Afdhal, 2022).

Reklame Pemilu yang dipasang dapat menciptakan kebingungan di kalangan pemilih, hal ini dibuktikan dengan 76% masyarakat setuju akan hal ini. Ketika berbagai sudut kota dipenuhi dengan poster, spanduk, dan baliho dari beragam kandidat dan partai, informasi yang disajikan menjadi berlebihan dan sulit untuk diproses. Pemilih sering kali dihadapkan pada banyaknya pesan kampanye yang saling bersaing, masing-masing dengan janji dan slogan yang serupa, sehingga sulit membedakan satu kandidat dari yang lain. Selain itu, visual yang berlebihan dan desain yang mencolok dapat membuat pesan inti kampanye menjadi kurang jelas dan membingungkan. Alhasil, alih-alih membantu pemilih membuat keputusan yang terinformasi, jumlah reklame yang berlimpah justru menciptakan kebingungan dan kebimbangan, mengurangi efektivitas kampanye dan mempersulit proses pemilihan (Purnama, 2021).

Upaya pengaturan pemasangan reklame pemilu dianggap efektif untuk mengurangi dampak negatifnya. Dengan menerapkan aturan yang jelas mengenai lokasi,

jumlah, dan ukuran reklame, pemasangan dapat dilakukan secara lebih terkendali dan tidak semrawut. Regulasi yang ketat membantu mencegah penempatan reklame di area yang tidak pantas, seperti di fasilitas umum, pohon, atau bangunan bersejarah, sehingga keindahan dan estetika lingkungan tetap terjaga. Selain itu, pengaturan ini juga mengurangi kebisingan visual yang sering kali mengganggu kenyamanan masyarakat. Dengan mematuhi peraturan yang ada, reklame pemilu dapat tetap berfungsi sebagai alat kampanye yang efektif tanpa mengorbankan keindahan dan ketertiban ruang publik. Upaya pengaturan ini menunjukkan bahwa keseimbangan antara kebutuhan kampanye politik dan kenyamanan serta kepentingan masyarakat dapat dicapai, menciptakan suasana pemilu yang lebih tertib dan menyenangkan bagi semua pihak (Michelle & Sabrina, 2024).

Sebanyak 71% masyarakat merasa bahwa terdapat aturan yang cukup jelas terkait dengan pemasangan reklame Pemilu. Aturan-aturan ini mencakup berbagai aspek penting, seperti lokasi yang diperbolehkan untuk pemasangan, batasan jumlah reklame yang dapat dipasang oleh masing-masing kandidat atau partai, serta ukuran maksimal dari setiap reklame. Selain itu, ada ketentuan yang mengatur tentang desain reklame agar tidak mengganggu estetika lingkungan dan tidak menyebabkan kebisingan visual yang berlebihan. Aturan-aturan ini juga menetapkan bahwa pemasangan reklame harus dilakukan dengan memperhatikan keselamatan publik, misalnya tidak menghalangi pandangan di persimpangan jalan atau tidak mengganggu pejalan kaki. Dengan adanya regulasi yang jelas dan ketat ini, diharapkan bahwa kampanye Pemilu dapat berjalan dengan tertib dan efisien, tanpa mengorbankan kenyamanan dan keindahan lingkungan sekitar.

Sebanyak 80% masyarakat setuju bahwa pemasangan reklame Pemilu yang tidak terkendali dapat menimbulkan ketidaksetaraan dalam kontes politik. Ketidaksetaraan ini terjadi karena pemasangan reklame yang berlimpah dari kandidat atau partai tertentu dapat memberikan keuntungan yang tidak adil dalam menjangkau pemilih. Kandidat atau partai dengan dana kampanye yang lebih besar dapat membanjiri ruang publik dengan reklame mereka, sementara pesaing dengan sumber daya yang lebih terbatas tidak memiliki kesempatan yang sama untuk bersaing secara

visual. Hal ini dapat mengubah dinamika pemilihan menjadi lebih ditentukan oleh faktor keuangan daripada kualitas atau visi dari para kandidat. Akibatnya, terdapat risiko bahwa suara pemilih tidak sepenuhnya tercermin dari keinginan mereka sendiri, tetapi juga dipengaruhi oleh eksposur yang lebih besar terhadap satu pihak politik daripada yang lain. Dengan demikian, pengaturan yang ketat terhadap pemasangan reklame pemilu diperlukan untuk memastikan bahwa proses pemilihan berlangsung secara adil dan setara bagi semua kandidat dan partai politik (Margaret, Olugbemisola dkk, 2016).

Sebanyak 84% masyarakat sering melihat reklame Pemilu yang tidak sesuai dengan aturan. Meskipun terdapat ketentuan yang jelas mengenai lokasi, ukuran, dan jumlah reklame yang diperbolehkan, namun masih banyak reklame yang dipasang di tempat-tempat yang tidak semestinya. Beberapa reklame mungkin terlalu besar atau menghalangi pandangan, sementara yang lain mungkin dipasang di fasilitas umum atau bangunan bersejarah yang seharusnya tidak diperbolehkan. Selain itu, ada juga reklame yang menggunakan desain yang berlebihan atau mengganggu estetika lingkungan sekitar. Ketidaksesuaian ini tidak hanya melanggar peraturan yang telah ditetapkan, tetapi juga menciptakan ketidaknyamanan dan kebingungan bagi masyarakat. Dengan demikian, pengawasan yang lebih ketat terhadap pemasangan reklame Pemilu diperlukan untuk memastikan bahwa aturan yang ada dijalankan dengan benar dan menjaga ketertiban serta keindahan ruang publik.

Sebanyak 84% masyarakat merasa bahwa reklame pemilu yang dipasang di tempat yang tidak seharusnya dapat memengaruhi pandangan mereka terhadap kandidat. Ketika reklame ditempatkan di lokasi yang tidak pantas, seperti di fasilitas umum, bangunan bersejarah, atau area yang mempengaruhi keindahan lingkungan, hal ini dapat menimbulkan ketidaknyamanan dan kesan negatif terhadap kandidat yang dipromosikan. Mereka mungkin dianggap kurang memperhatikan etika atau tidak memedulikan kepentingan masyarakat umum. Akibatnya, persepsi tentang integritas, tanggung jawab, dan kebijaksanaan dari kandidat tersebut dapat terpengaruh secara negatif. Terlebih lagi, ketika reklame dipasang dengan cara yang mengganggu, hal itu dapat mengaburkan pesan

kampanye yang sebenarnya ingin disampaikan, sehingga mempersulit pemilih dalam membuat keputusan yang terinformasi. Dengan demikian, penting untuk memperhatikan lokasi pemasangan reklame Pemilu agar tidak hanya efektif dalam menjangkau pemilih, tetapi juga menjaga integritas dan citra kandidat yang bersangkutan.

Tindakan hukuman terhadap pelanggar aturan pemasangan reklame pemilu dianggap efektif. Dengan menghadirkan konsekuensi yang nyata bagi mereka yang melanggar ketentuan-ketentuan yang telah ditetapkan, seperti denda atau pencabutan izin pemasangan reklame, pemerintah atau lembaga terkait dapat menegakkan ketaatan terhadap aturan-aturan tersebut. Hukuman-hukuman ini tidak hanya berfungsi sebagai peringatan bagi pelaku pelanggaran, tetapi juga sebagai upaya pencegahan bagi orang lain untuk tidak melakukan hal yang sama. Selain itu, dengan memberlakukan tindakan hukuman yang konsisten dan tegas, pemerintah atau lembaga terkait dapat memastikan bahwa pemasangan reklame Pemilu dilakukan dengan lebih tertib dan sesuai dengan peraturan yang berlaku. Dengan demikian, keberadaan tindakan hukuman ini juga berperan dalam menjaga keseimbangan antara kebutuhan kampanye politik dengan ketertiban dan keindahan lingkungan (Debora & Egunyomi., 2016).

Masyarakat sering melihat reklame Pemilu yang rusak, tidak kokoh dalam pemasangan, dan tidak terawat. Reklame-reklame ini menjadi gambaran buruk dari kampanye politik yang tidak terorganisir dengan baik. Banyak dari mereka mungkin terpasang secara sembarangan tanpa memperhatikan kualitas pemasangan atau perawatan yang memadai. Tiang-tiang reklame yang miring, spanduk yang robek, atau baliho yang kusam menjadi pemandangan umum di sepanjang jalan. Keadaan ini menciptakan kesan bahwa kampanye tersebut kurang serius atau kurang peduli terhadap penampilan dan reputasi mereka. Selain itu, reklame-reklame yang tidak terawat juga dapat memberikan kesan negatif terhadap kandidat atau partai yang dipromosikan, menunjukkan ketidakefisienan atau ketidakteraturan dalam pengelolaan kampanye. Oleh karena itu, penting bagi pihak yang terlibat dalam kampanye politik untuk memastikan bahwa setiap reklame yang dipasang dirawat dengan

baik agar tetap memberikan kesan profesional dan serius kepada masyarakat

Oleh karena itu pentingnya peran masyarakat dalam mengawasi pemasangan reklame pemilu. Dengan partisipasi yang lebih besar dari masyarakat dalam mengidentifikasi pelanggaran aturan pemasangan reklame, potensi pelanggaran dapat diminimalisir. Melalui keterlibatan aktif ini, masyarakat dapat membantu menegakkan kepatuhan terhadap peraturan yang ada, sehingga menjaga ketertiban dan keadilan dalam proses kampanye politik. Dengan menjadi mata dan telinga yang waspada terhadap reklame yang tidak sesuai aturan, masyarakat dapat memastikan bahwa ruang publik tetap terjaga dari kebisingan visual yang berlebihan dan pemasangan reklame yang mengganggu estetika lingkungan. Dengan demikian, peran aktif masyarakat dalam mengawasi pemasangan reklame Pemilu tidak hanya membantu memastikan kepatuhan terhadap aturan, tetapi juga mendukung terciptanya lingkungan pemilu yang lebih tertib, adil, dan terbuka bagi semua pihak (Sergio & Abrahão, 2016)

Sebanyak 89% masyarakat setuju bahwa pemasangan reklame pemilu yang tidak terkendali dapat menciptakan kebisingan visual. Dalam konteks ini, "kebisingan visual" merujuk pada tampilan yang berlebihan, tidak teratur, dan mengganggu dari berbagai reklame kampanye yang dipasang di sekitar kota. Reklame-reklame ini mungkin beragam dalam ukuran, warna, dan desain, dan ketika dipasang secara berlebihan, mereka dapat mengganggu kenyamanan mata dan pikiran masyarakat. Tidak hanya itu, kebisingan visual ini juga dapat mengganggu estetika lingkungan, mengubah pemandangan yang biasanya rapi menjadi kacau dan tidak teratur. Dengan demikian, pemasangan reklame Pemilu yang tidak terkendali tidak hanya menghasilkan kebisingan visual secara harfiah, tetapi juga menciptakan ketidaknyamanan dan gangguan bagi masyarakat. Oleh karena itu, penting untuk mengatur pemasangan reklame dengan bijaksana untuk menjaga keseimbangan antara kebutuhan kampanye politik dan keindahan lingkungan sekitar.

Mengadakan kampanye sadar lingkungan terkait dengan pemasangan reklame pemilu dianggap penting. Kampanye ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran akan dampak lingkungan yang ditimbulkan oleh pemasangan reklame kampanye. Dalam

konteks ini, "kampanye sadar lingkungan" mencakup edukasi tentang pentingnya menjaga keindahan dan kebersihan lingkungan, serta cara-cara untuk mengurangi dampak negatif dari pemasangan reklame yang tidak terkendali. Kampanye ini mungkin mencakup penyuluhan tentang penggunaan bahan-bahan ramah lingkungan dalam pembuatan reklame, pengurangan limbah visual, dan pentingnya pemilihan lokasi yang tepat untuk pemasangan reklame. Dengan meningkatkan kesadaran akan masalah ini, diharapkan bahwa para kandidat dan partai politik akan lebih memperhatikan dampak lingkungan dari kampanye mereka dan mengambil langkah-langkah untuk mengurangi jejak karbon serta visual yang ditinggalkan oleh reklame pemilu. Dengan demikian, kampanye sadar lingkungan ini dapat memainkan peran penting dalam menciptakan pemilu yang lebih berkelanjutan dan ramah lingkungan.

Sebanyak 74% masyarakat juga percaya bahwa pemasangan reklame pemilu yang tidak terkendali dapat menciptakan persaingan yang tidak sehat antara kandidat. Dalam situasi di mana jumlah reklame yang dipasang secara berlebihan atau tanpa pengawasan yang memadai, terjadi kompetisi yang lebih fokus pada kuantitas daripada kualitas atau substansi pesan kampanye. Persaingan semacam itu dapat mendorong kandidat untuk bersaing dalam menampilkan diri mereka secara lebih agresif, bahkan mungkin dengan mengorbankan integritas atau kebijakan yang konsisten. Selain itu, pemasangan reklame yang tidak terkendali dapat menciptakan suasana yang cenderung panas dan tidak teratur, di mana pemilih lebih terpapar pada tampilan visual yang mencolok daripada pada pemahaman yang mendalam tentang isu-isu politik yang sesungguhnya. Akibatnya, persaingan menjadi tidak sehat karena terlalu dipengaruhi oleh aspek visual dan kurang memperhatikan substansi dari platform politik masing-masing kandidat. Oleh karena itu, penting untuk mengatur pemasangan reklame pemilu dengan bijaksana guna mencegah terjadinya persaingan yang tidak sehat dan memastikan bahwa proses pemilihan didasarkan pada pertimbangan yang lebih mendalam dan bermakna.

Ada kebutuhan untuk mengatur lebih ketat pemasangan reklame pemilu untuk melindungi lingkungan dan nilai-nilai sosial. Pengaturan yang lebih ketat diperlukan untuk

memastikan bahwa pemasangan reklame dilakukan dengan memperhatikan dampaknya terhadap lingkungan dan masyarakat. Melalui aturan yang lebih tegas, seperti batasan lokasi, ukuran, dan jumlah reklame yang diizinkan, serta penegakan hukum yang lebih ketat terhadap pelanggar aturan, lingkungan sekitar dapat terlindungi dari dampak negatif pemasangan reklame yang tidak terkendali. Selain itu, regulasi yang lebih ketat juga dapat membantu menjaga nilai-nilai sosial dalam masyarakat, seperti kebersamaan, keindahan lingkungan, dan keselamatan publik. Dengan mengatur lebih ketat pemasangan reklame Pemilu, diharapkan bahwa proses kampanye politik dapat tetap berjalan dengan tertib dan efektif, tanpa mengorbankan lingkungan dan nilai-nilai sosial yang penting bagi masyarakat. Sebanyak 91% masyarakat bahwa pentingnya menjaga keseimbangan antara ekspresi politik tanpa merusak keindahan visual di ruang publik. Pada satu sisi, ekspresi politik adalah hak demokratis yang harus dijaga, termasuk melalui pemasangan reklame kampanye dalam konteks pemilihan umum. Namun, keberadaan reklame yang berlebihan atau tidak terkendali dapat merusak estetika lingkungan dan menciptakan kebisingan visual yang mengganggu. Oleh karena itu, penting untuk menemukan titik keseimbangan di mana ekspresi politik dapat dilakukan tanpa mengorbankan keindahan ruang publik. Ini dapat dicapai melalui pengaturan yang bijaksana terkait lokasi, ukuran, dan jumlah reklame yang diizinkan, serta dengan mengedepankan prinsip-prinsip desain yang ramah lingkungan dan harmonis dengan lingkungan sekitar. Dengan menjaga keseimbangan antara ekspresi politik dan keindahan visual, ruang publik dapat tetap menjadi tempat yang nyaman dan menyenangkan bagi semua warganya, sambil tetap memberikan platform untuk perdebatan politik yang hidup dan beragam

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil survei yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pemasangan reklame pemilu memiliki dampak yang signifikan pada masyarakat. Meskipun beberapa responden menganggapnya efektif dalam mempengaruhi opini publik, mayoritas merasa terganggu oleh jumlah yang berlebihan dan lokasi yang tidak sesuai. Selain itu, kekhawatiran akan dampak negatif seperti

pemasangan yang tidak kokoh, kebingungan pemilih, ketidaksetaraan dalam kontes politik, dan kerusakan lingkungan juga menjadi sorotan.

Untuk mengatasi permasalahan ini, dibutuhkan peraturan yang sejalan dengan Undang-Undang No 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup untuk mengantisipasi partisipasi para calon anggota dalam pemilihan umum, terutama dalam konteks kampanye. Pertama, diperlukan penerapan regulasi yang lebih ketat terhadap pemasangan reklame pemilu guna melindungi lingkungan dan nilai-nilai sosial. Regulasi yang jelas dan tegas harus dirumuskan serta ditegakkan untuk mengontrol jumlah reklame dan lokasi pemasangannya. Kedua, pentingnya meningkatkan kesadaran lingkungan terkait pemasangan reklame pemilu harus ditekankan oleh pihak terkait, agar proses kampanye tidak mengganggu estetika lingkungan dan keindahan visual ruang publik.

Dengan penerapan langkah-langkah ini, pemasangan reklame pemilu dapat dilakukan secara lebih efisien, bertanggung jawab, dan memperhatikan kepentingan masyarakat serta lingkungan secara keseluruhan.

Untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk melakukan studi kualitatif mendalam yang dapat dilakukan melalui wawancara atau fokus kelompok dengan responden yang representatif, untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang pengalaman dan persepsi mereka terhadap pemasangan reklame Pemilu.

DAFTAR PUSTAKA

- Afdhal, M. (2022). Persepsi Pemilih Pemula Terhadap Caleg Pohon Pada Pemilu 2019. *Doctoral dissertation, Uin Ar-Raniry Banda Aceh*, 15.
- Amrurrobi, A. A. (2021). Problematika Sampah Visual Media Luar Ruang: Tinjauan Regulasi Kampanye Pemilu dan Pilkada. *Jurnal Adhyasta Pemilu*, 4(2), 66-78., 4(2)(66-78).
- Asra, S., Chairuddin, C., & Fadlia, F. (2023). Edukasi Kota Bersih melalui Kampanye Bebas Sampah di Kota Langsa. *Jurnal*

Pengabdian Pada Masyarakat, 8(4)(946-958.).

David, Owuor. (2021). The Effects Of Public Opinion On Multi-Track Diplomacy Actors' Critical Assessment Of Kenya's Presidential Elections. *The Open Journal Of Political Science*, 15.

Debora, A., & Egunyomi. (2016). Electioneering Campaigns, Solid Waste And sustainable Physical Environment In Nigerian Cities: A Case Study Of Lagos Metropolis. *A Case Study Of Lagos Metropolis*, 15.

Harsanto, P. W. (2015). Budaya Narsistik Dalam Iklan Pilkada 2015. *Jurnal Seni dan Pendidikan Seni*, 13(2).

Hernimawati, M. S. (2018). Model Implementasi Kebijakan Penataan Reklame. *Jakad Media Publishing*, 10.

Holli A, ., Semetko. "Holli, A., Semetko. (2008). *Election Campaign Communication*. . 10.

Jurdi. (2018). Pengantar Hukum Pemilihan Umum. *Kencana*, 5.

Lestari, A. (2022). SELUBUNG MAKNA BALIHO ELITE PARTAI POLITIK; PERSPEKTIF FILSAFAT BAHASA BIAS. *Jurnal Adhikari*, 2(2)(302-317.), 1-16.

Marcedes, C. (2020). *Election Campaign Audiences And Urban Security: Citizens And Elections Promises During A Mediatized Political Campaign (Argentina 2015)*. 15.

Michelle, G. F., & Sabrina, N. A. (2024). Evaluasi Penggunaan Baliho Sebagai Media Kampanye Dalam Perspektif Sila Kedua Pancasila. *Nusantara: Jurnal Pendidikan, Seni, Sains Dan Sosial Humaniora*, 2(1).

Mokodompit, G., Willy, E., Mokodenseho, S., & Yusuf, N. (2022). Etika Dan Prinsip Pengelolaan Lingkungan Dalam Perspektif Hukum Islam: Kajian Filosofis, Fenomenologis, Dan Normatif.

I'tisham: Journal of Islamic Law and Economics, 2(1).

Purnama, Y. S. (2021). Kajian Tata Letak Reklame Terhadap Estetika Ruang Publik Di Jalan Jendral Sudirman Kota Pekanbaru. *(Doctoral Dissertation, Universitas Islam Riau)*, 11.

Sergio, L., & Abrahão. (2016). *Appropriation And Political Expression In Urban Public Spaces*.

Sutarini, I. A. (2019). Pengukuran Efektivitas Penggunaan Media Baliho Pada Pemilihan Umum 2019 Terhadap Generasi Milenial. In *SENADA (Seminar Nasional Manajemen, Desain dan Aplikasi Bisnis Teknologi)*, 2(237-241).

Ulfa, K., Purnomo, E. P., & Kasiwi, A. N. (2020). Strategi kampanye dalam pemilihan presiden dan wakil presiden pada Pemilu 2019 melalui media sosial. *Society*, 8(2)(284-297).

PERANAN DESAINER DALAM BERMASYARAKAT MENURUT PANDANGAN MAHASISWA DESAIN

Shyva Naira Alvi¹, Rizki Maulana Rachman²

^{1,2} Desain Komunikasi Visual, Sekolah Tinggi Desain Indonesia

Email: shyvaaaaa2901@gmail.com

Article History: Submitted/Received 15 Mei 2025
First Revised 20 Juni 2025
Accepted 15 Juli 2025
Publication Date 26 Juli 2025

ABSTRAK

Dengan adanya desainer di kalangan masyarakat, akan lebih mudah dalam menyampaikan isi pesan yang ingin disampaikan dengan ide-ide kreatif. Masyarakat di Indonesia cenderung menganggap remeh seorang desainer karena pekerjaannya yang berpenghasilan kecil. Jenis metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode kuantitatif, peneliti mengumpulkan data-data yang dilakukan melalui pertanyaan yang akan diberikan melalui kuesioner. Objek penelitian yang dilakukan adalah seluruh mahasiswa Tingkat Persiapan Bersama (TPB) tahun 2022. Kuesioner penelitian berisikan 20 pertanyaan yang akan dijawab oleh mahasiswa Tingkat Persiapan Bersama (TPB) tahun 2022 yang akan mendukung penelitian ini. Kesimpulan dari penelitian ini adalah peningkatan pemahaman masyarakat tentang peran desainer.

Kata Kunci: desainer, mahasiswa desain, masyarakat, pekerjaan

ABSTRACT

With designers in the community, it will be easier to convey the desired message with creative ideas. People in Indonesia tend to underestimate designers because their work is low-paying. The type of method used in this study is a quantitative method, the researcher collected data through questions that will be given through a questionnaire. The research subjects were all Joint Preparation Level (TPB) students in 2022. The research questionnaire contained 20 questions to be answered by the Joint Preparation Level (TPB) students in 2022 who will support this research. The conclusion of this study is an increase in public understanding of the role of designers.

Keywords: designer, design student, society, work

I. PENDAHULUAN

Desain merupakan proses kreatif yang melibatkan perencanaan dan penciptaan suatu objek, sistem, atau komunikasi visual dengan memperhatikan nilai estetika, fungsionalitas, serta kebutuhan pengguna. Dalam konteks kekinian, desain tidak hanya terbatas pada ranah seni dan estetika semata, namun telah meluas menjadi disiplin yang berperan strategis dalam kehidupan sosial, ekonomi, dan budaya masyarakat (Cross, 2006). Hal ini menjadikan profesi desainer sebagai aktor penting dalam mendukung pembangunan sosial serta menjawab berbagai tantangan kehidupan modern.

Penerapan desain di lingkungan masyarakat dan lembaga pemerintahan memiliki urgensi yang tinggi. Melalui pendekatan visual yang efektif, informasi yang disampaikan dapat menjadi lebih mudah dipahami, menarik, dan nyaman secara visual.

Dalam dunia yang semakin cepat dan padat informasi, kehadiran desain yang komunikatif menjadi alat bantu utama dalam proses komunikasi publik, baik dalam bidang edukasi, promosi, maupun advokasi sosial (Lupton, 2017).

Di sektor bisnis, desain memegang peran penting dalam menciptakan identitas merek, kemasan produk, hingga strategi pemasaran. Desain yang baik mampu menarik perhatian konsumen, membangun citra profesional, dan mempengaruhi keputusan pembelian. Menurut Kotler dan Rath (1984), desain adalah "senjata kompetitif" dalam pemasaran karena dapat memengaruhi persepsi konsumen terhadap nilai suatu produk atau jasa.

Pemerintah pun tidak luput dari kebutuhan akan desain. Dalam berbagai program sosialisasi kebijakan publik, kampanye kesehatan, hingga penyelenggaraan pemilu, desainer berperan sebagai perancang komunikasi visual yang mampu menjangkau

masyarakat luas. Pada masa pandemi COVID-19, misalnya, desain komunikasi visual digunakan sebagai sistem anti-hoaks untuk mengedukasi masyarakat tentang bahaya informasi palsu dan pentingnya protokol kesehatan. Penelitian oleh Marsudi dkk., (2020) menunjukkan bahwa desainer komunikasi visual dapat memberikan rasa nyaman kepada masyarakat dengan karya yang turut memerhatikan efeknya terhadap psikologis penontonnya.

Dengan perkembangan teknologi digital, peran desainer juga semakin luas dan kompleks. Mereka tidak hanya bekerja dalam media cetak, tetapi juga dalam platform digital seperti media sosial, aplikasi mobile, dan situs web. Kondisi ini menuntut para desainer untuk memiliki literasi teknologi serta pemahaman sosial yang mendalam agar dapat merancang solusi visual yang adaptif dan relevan dengan kebutuhan masyarakat saat ini (Norman, 2013). Dalam konteks akademik, sangatlah penting untuk memahami bagaimana mahasiswa desain sebagai calon desainer masa depan memandang peran sosial mereka dalam masyarakat. Sekolah Tinggi Desain Indonesia (STDI), sebagai institusi pendidikan tinggi di bidang desain, memiliki peran strategis dalam membentuk kesadaran dan tanggung jawab sosial mahasiswa terhadap masyarakat. Melalui kurikulum, proyek tugas, dan kegiatan kolaboratif, mahasiswa diajak untuk memahami peran desain dalam menyelesaikan persoalan nyata di masyarakat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pandangan mahasiswa desain STDI terhadap peran desainer dalam masyarakat. Dengan pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini menggali bagaimana mahasiswa memahami kontribusi desain terhadap kesejahteraan sosial, komunikasi publik, serta perubahan perilaku masyarakat. Selain itu, penelitian ini juga meninjau seberapa besar kesadaran mahasiswa terhadap potensi mereka sebagai agen perubahan sosial melalui karya desain.

Fokus utama dari artikel ini adalah membahas tanggung jawab sosial yang melekat dalam profesi desainer. Desainer memiliki peran tidak hanya sebagai pencipta bentuk visual, tetapi juga sebagai penghubung antara pesan dan audiens, antara masalah dan solusi. Mereka diharapkan dapat berkontribusi dalam membangun masyarakat yang lebih inklusif, berkelanjutan, dan sadar akan nilai-nilai

kemanusiaan (Papanek, 1985). Oleh karena itu, penting untuk membekali mahasiswa desain dengan wawasan etika dan kepedulian sosial sejak dini.

Selain membahas aspek peran, artikel ini juga memperkenalkan konsep desainer sebagai agen perubahan (*change agent*). Dalam kerangka ini, desainer tidak sekadar merespons permintaan pasar, tetapi juga memprakarsai solusi atas persoalan sosial seperti pendidikan, lingkungan, kesehatan, dan keadilan sosial. Misalnya, penelitian oleh Pangestu (2019) menunjukkan bahwa kampanye sosial yang dirancang dengan pendekatan desain komunikasi visual dapat mengubah persepsi masyarakat terhadap isu-isu sosial, seperti kekerasan terhadap perempuan.

Dengan demikian, artikel ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memperkuat posisi dan peran para desainer—khususnya mahasiswa desain—sebagai individu yang memiliki potensi untuk mendorong perubahan positif dalam masyarakat. Temuan dan pembahasan dalam artikel ini diharapkan menjadi dasar pengembangan strategi pendidikan desain yang lebih berorientasi pada kebutuhan masyarakat serta tanggap terhadap tantangan zaman.

II. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yang bertujuan untuk menggambarkan dan memahami secara mendalam pandangan mahasiswa desain mengenai peran sosial seorang desainer dalam masyarakat. Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk mengeksplorasi opini, pengalaman, serta pemaknaan subjektif mahasiswa terhadap fenomena sosial tertentu yang berkaitan dengan profesi desain (Moleong, 2019). Penelitian kualitatif memberikan fleksibilitas dalam menggali narasi dan wawasan dari partisipan yang memiliki latar belakang serta pengalaman belajar yang berbeda-beda.

Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa Sekolah Tinggi Desain Indonesia (STDI) angkatan TPB 2022, dengan rentang usia antara 19 hingga 20 tahun. Penentuan responden dilakukan menggunakan teknik purposive sampling, yakni pemilihan secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu (Sugiyono, 2017). Adapun kriteria responden antara lain: mahasiswa aktif STDI, berusia 19–20 tahun, telah mengikuti mata kuliah dasar

desain atau komunikasi visual, serta bersedia untuk memberikan informasi secara terbuka. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 25 orang, yang dianggap representatif untuk memperoleh gambaran awal mengenai kesadaran sosial dan peran desain dalam kehidupan masyarakat dari sudut pandang mahasiswa desain pemula. Lokasi penelitian bertempat di Jalan Wastukencana No. 52 Bandung 40116.

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama, yaitu wawancara semi-terstruktur, kuesioner terbuka, dan observasi partisipatif. Wawancara semi-terstruktur dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi jawaban responden secara mendalam dan fleksibel, sesuai dengan konteks yang berkembang selama proses wawancara berlangsung (Creswell, 2016). Kuesioner terbuka diberikan sebelum wawancara untuk memperoleh pemetaan awal atas pemikiran responden mengenai tanggung jawab sosial desainer dan pengalaman pribadi mereka dalam proyek desain yang melibatkan masyarakat. Observasi partisipatif dilakukan selama kegiatan studio atau kelas dengan topik desain sosial dan komunikasi, guna menangkap sikap, interaksi, serta diskusi nyata yang mencerminkan perspektif mahasiswa terhadap fungsi sosial desain.

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik analisis tematik. Teknik ini bertujuan untuk mengidentifikasi pola-pola tematik dalam data wawancara, kuesioner, dan observasi. Langkah-langkahnya meliputi: transkripsi data, pengkodean awal, identifikasi tema utama dan subtema, hingga interpretasi konteks berdasarkan perspektif partisipan (Braun & Clarke, 2006). Tema yang muncul mencakup persepsi mahasiswa tentang fungsi sosial desain, kesadaran akan peran desainer dalam menyampaikan pesan publik, serta keterlibatan mereka dalam kegiatan desain berbasis komunitas.

Untuk menjaga keabsahan data (validitas dan reliabilitas), peneliti menerapkan triangulasi sumber, yaitu membandingkan hasil wawancara, kuesioner, dan observasi untuk memperoleh pemahaman yang lebih menyeluruh (Patton, 2002). Selain itu, dilakukan member checking, yaitu proses memverifikasi ulang hasil temuan kepada responden guna memastikan kesesuaian antara interpretasi peneliti dan maksud responden. Peneliti juga melakukan audit trail, dengan

mencatat setiap langkah dan keputusan yang diambil dalam proses penelitian untuk memastikan transparansi dan dapat ditelusuri ulang oleh peneliti lain.

Aspek etika penelitian juga diperhatikan dalam studi ini. Responden diberikan penjelasan tentang tujuan penelitian dan diminta untuk mengisi surat persetujuan partisipasi secara sukarela (informed consent). Seluruh identitas responden dijaga kerahasiaannya dengan cara menggunakan inisial atau kode pada transkrip dan hasil analisis. Selain itu, peneliti menegaskan bahwa responden memiliki hak untuk mengundurkan diri kapan saja dari proses penelitian tanpa dikenai sanksi apa pun, sebagai bentuk penghormatan terhadap hak-hak partisipan (Neuman, 2014).

III. PEMBAHASAN

Tabel 1. Hasil Kuesioner

No	Pertanyaan	Jumlah		Presentase	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1	Seberapa paham Anda dengan desain?	13	11	69,1%	30,9%
2	Seberapa penting desain untuk Anda?	20	4	85%	15%
3	Menurut anda, seberapa penting penerapan desain di kehidupan anda?	21	3	84,1%	15,9%
4	Apakah anda sering menerapkan desain di kehidupan anda?	18	6	79,1%	20,9%
5	Apakah anda menikmati trend desain tiap tahun ke tahun?	15	9	73,3%	26,7%
6	Menurut anda, seberapa penting penerapan desain di kalangan bermasyarakat?	21	3	75%	25%
7	Menurut anda, seberapa penting penerapan desain di kalangan pemerintah?	21	3	76,6%	23,4%
8	Menurut anda, seberapa penting penerapan desain di era modern sekarang ini?	15	9	76,6%	23,4%

Tingkat Pemahaman Terhadap Desain

Sebanyak 69,1% responden menyatakan memahami desain, sedangkan 30,9% menyatakan tidak. Persentase ini mengindikasikan bahwa sebagian besar

mahasiswa memiliki pengetahuan dasar mengenai konsep desain. Dalam konteks pendidikan desain, pemahaman awal terhadap desain merupakan fondasi utama dalam mengembangkan pola pikir visual dan problem solving. Menurut Munari (2001), desain adalah "merencanakan segala sesuatu yang bukan terjadi secara kebetulan"—ini menunjukkan bahwa desain selalu melibatkan kesadaran, niat, dan pengetahuan dasar.

Pentingnya Desain Secara Pribadi

Sebanyak 85% responden menyatakan bahwa desain penting untuk mereka. Ini memperlihatkan bahwa mahasiswa sudah memandang desain bukan hanya sebagai ilmu, tetapi juga bagian dari gaya hidup dan alat ekspresi. Dalam teori estetika sehari-hari, desain dipandang memiliki peran penting dalam membentuk kenyamanan, efisiensi, dan identitas pribadi (Norman, 2004). Keputusan dalam memilih barang, berpakaian, hingga membuat konten digital pun sangat dipengaruhi oleh elemen desain.

Pentingnya Penerapan Desain dalam Kehidupan

Sebanyak 84,1% responden menganggap penerapan desain penting dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini mendukung konsep design thinking, di mana desain tidak terbatas pada produk visual, melainkan solusi terhadap masalah kehidupan (Brown, 2009). Penerapan desain pada ruang, perangkat, aplikasi, hingga media sosial menjadi bagian dari rutinitas mahasiswa.

Frekuensi Penerapan Desain

Sebanyak 79,1% menyatakan sering menerapkan desain, menandakan bahwa mahasiswa aktif menggunakan desain dalam aktivitas sehari-hari. Dalam konteks mahasiswa desain, hal ini mencerminkan internalisasi pengetahuan ke dalam praktik. Menurut Lawson (2006), proses desain adalah siklus yang berulang: observasi—ideasi—eksperimen—refleksi. Mahasiswa yang sering menerapkan desain menunjukkan keterlibatan mereka dalam siklus ini secara aktif.

Ketertarikan Terhadap Tren Desain

Sebanyak 73,3% menyatakan menikmati tren desain tiap tahun, mengindikasikan bahwa mahasiswa mengikuti perkembangan visual dan gaya. Ini mendukung teori visual culture, di

mana manusia modern memiliki konsumsi visual yang tinggi melalui media sosial dan teknologi (Mirzoeff, 2009). Ketertarikan terhadap tren menumbuhkan sensitivitas estetis yang diperlukan dalam dunia desain yang dinamis.

Pentingnya Desain dalam Masyarakat

Sebanyak 75% responden menyatakan bahwa penerapan desain di masyarakat penting. Hal tersebut memperkuat peran desainer sebagai komunikator visual publik. Dalam konteks ini, desain berperan dalam penyampaian informasi sosial, budaya, hingga kampanye. Sebagaimana dikemukakan oleh Helfand (2001), desain grafis memiliki fungsi edukatif dan advokatif dalam ranah sosial.

Pentingnya Desain dalam Pemerintahan

Sebanyak 76,6% responden menyatakan desain penting dalam konteks pemerintahan. Desain digunakan untuk mengkomunikasikan kebijakan publik, program, dan edukasi sosial. Dalam studi oleh Dwi Saputra (2020), pemerintah Kota Surabaya menggunakan desain kampanye visual secara efektif dalam sosialisasi protokol COVID-19. Desain visual yang menarik meningkatkan pemahaman dan kepatuhan masyarakat.

Pentingnya Desain di Era Modern

Sebanyak 76,6% responden menyatakan bahwa desain penting di era modern, menunjukkan bahwa mahasiswa menyadari posisi strategis desain dalam kehidupan digital dan global saat ini. Dalam era digital, desain tak hanya soal bentuk, tapi juga pengalaman pengguna (*user experience*). Menurut Morville dan Rosenfeld (2007), desain digital menentukan seberapa efektif informasi diserap pengguna.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa STDI TPB 2022 yang berusia 19–20 tahun memiliki pemahaman dan kesadaran yang cukup tinggi terhadap pentingnya desain dalam kehidupan mereka maupun dalam konteks sosial yang lebih luas. Temuan ini menegaskan bahwa desain tidak hanya dipahami sebagai kegiatan estetis, tetapi juga sebagai alat komunikasi dan transformasi sosial. Mahasiswa tidak hanya menyadari pentingnya desain di kehidupan pribadi (85%), tetapi juga mengakui penerapannya dalam kehidupan masyarakat (75%), pemerintahan (76,6%), dan era modern (76,6%). Data ini

sejalan dengan pandangan Papanek (1985) yang menyebutkan bahwa desainer memiliki tanggung jawab sosial untuk menciptakan solusi visual yang menjawab permasalahan riil dalam masyarakat.

Lebih lanjut, kecenderungan mahasiswa untuk menikmati tren desain (73,3%) serta seringnya mereka menerapkan desain dalam kehidupan sehari-hari (79,1%) menjadi indikator bahwa mereka tidak hanya pasif sebagai pelajar desain, tetapi juga aktif sebagai pelaku kreatif yang siap memberi kontribusi di tengah masyarakat. Ini menunjukkan potensi besar mahasiswa desain sebagai agen perubahan yang mampu mengangkat isu-isu sosial melalui pendekatan visual yang komunikatif dan inovatif. Dengan demikian, hasil ini memperkuat pentingnya pendidikan desain yang tidak hanya berfokus pada skill teknis, tetapi juga pada penanaman nilai-nilai empati sosial dan kepedulian terhadap lingkungan sekitar, sebagaimana dianjurkan oleh Lawson (2006) dan Brown (2009).

Desain dan Peranannya

Desain tidak hanya dimaknai sebagai aktivitas estetis, melainkan sebagai proses strategis yang bertujuan menyelesaikan masalah melalui pendekatan visual dan kreatif. Menurut Cross (2006), desain merupakan “cara berpikir khas” yang berbeda dari pendekatan ilmiah atau seni murni. Desainer dituntut mampu memadukan logika, empati, dan kreativitas dalam merancang solusi yang fungsional sekaligus bermakna.

Papanek (1985) menyatakan bahwa desain memiliki peran sosial yang besar karena hampir semua aspek kehidupan manusia dipengaruhi oleh hasil rancangan desain, mulai dari barang sehari-hari hingga media komunikasi. Oleh karena itu, desainer memiliki tanggung jawab etis terhadap masyarakat.

Desain dan Komunikasi Sosial

Desain memiliki fungsi strategis dalam menyampaikan pesan sosial secara efektif. Lupton (2017) menekankan bahwa desain tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk narasi dan membangun hubungan emosional dengan audiens. Dalam konteks Indonesia, Marsudi dkk., (2020) menunjukkan bahwa selama pandemi COVID-19, desain digunakan secara efektif dalam menyampaikan protokol kesehatan melalui kampanye visual,

poster, infografis, dan media sosial. Hasil desain yang baik terbukti lebih efektif dalam membangun kesadaran masyarakat daripada teks semata.

Desainer sebagai Agen Perubahan

Desainer dapat berperan sebagai agen perubahan sosial (*change agent*) dengan mengangkat isu-isu sosial dan mendorong kesadaran publik melalui media visual. Dalam studi Pangestu (2019), kampanye sosial yang mengangkat isu kekerasan terhadap perempuan berhasil meningkatkan perhatian publik dan mengubah sikap masyarakat, menunjukkan kekuatan desain sebagai alat advokasi.

Kotler dan Rath (1984) menambahkan bahwa desain bukan hanya alat pemasaran, tetapi juga instrumen strategis yang mampu menciptakan nilai tambah bagi produk dan organisasi. Dalam dunia usaha, desain berperan besar dalam pembentukan merek, diferensiasi produk, dan penguatan strategi komunikasi visual perusahaan.

Pendidikan Desain dan Kesadaran Sosial

Pendidikan desain perlu menanamkan kesadaran sosial sejak dini kepada mahasiswa. Norman (2013) menyebut bahwa desainer masa depan harus memiliki literasi tidak hanya visual, tetapi juga sosial dan teknologi agar mampu menghasilkan solusi yang berkelanjutan dan inklusif. Di tingkat pendidikan tinggi seperti STDI, pembelajaran desain diharapkan mampu menggabungkan aspek estetika, fungsionalitas, dan tanggung jawab sosial.

Sebagai contoh, penelitian oleh Wibowo (2020) dalam jurnal Nirmana menunjukkan bahwa mahasiswa desain yang dilibatkan dalam proyek-proyek komunitas cenderung memiliki kesadaran sosial yang lebih tinggi dan mampu merancang solusi yang relevan dengan kebutuhan masyarakat.

Peran Desainer dalam Lembaga Pemerintah dan Masyarakat

Dalam institusi pemerintahan, desainer diperlukan untuk menyampaikan kebijakan dan regulasi secara visual. Misalnya, Kementerian Kesehatan RI menggunakan desain grafis untuk kampanye imunisasi, stunting, dan edukasi gizi seimbang. Hal ini menunjukkan bahwa peran desainer meluas ke ranah pembangunan masyarakat.

Desainer juga dapat membantu organisasi non-pemerintah, komunitas lokal, dan sektor pendidikan untuk memperluas jangkauan informasi dan memperkuat pesan advokasi. Keterlibatan ini menunjukkan bahwa desain bukan hanya alat ekspresi estetika, tetapi juga alat transformasi sosial.

IV. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa desain sudah memahami pentingnya peranan seorang desainer dalam masyarakat secara lebih luas. Mereka tidak lagi memandang desain sekadar sebagai aktivitas estetik semata, melainkan sebagai alat komunikasi visual yang mampu mempengaruhi cara berpikir, berperilaku, dan bertindak dalam kehidupan sosial. Mahasiswa menyadari bahwa desain bisa dimanfaatkan untuk menyampaikan pesan-pesan penting secara efektif, baik dalam konteks masyarakat umum, lembaga pemerintahan, maupun dalam kehidupan sehari-hari. Dengan demikian, desainer dipandang sebagai profesi yang memiliki peran strategis dalam membentuk opini publik dan menciptakan perubahan sosial melalui pendekatan visual yang komunikatif dan kreatif.

Kesadaran ini menggambarkan bahwa mahasiswa desain memiliki potensi besar sebagai agen perubahan sosial. Mereka memahami bahwa karya desain bisa berperan dalam menyuarakan isu-isu penting, mengedukasi masyarakat, hingga merancang solusi atas berbagai permasalahan sosial. Sejalan dengan gagasan Victor Papanek tentang tanggung jawab sosial desainer, hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa generasi muda desainer telah memiliki bekal nilai dan pandangan yang tepat untuk menggunakan keahliannya dalam membangun masyarakat yang lebih baik melalui desain yang beretika dan bermakna.

Berdasarkan temuan ini, disarankan agar pendidikan desain di institusi seperti STDI semakin diarahkan pada penguatan peran sosial desainer. Kurikulum perlu didesain agar tidak hanya membekali mahasiswa dengan keterampilan teknis, tetapi juga memperkaya mereka dengan wawasan sosial, budaya, dan kemanusiaan. Pembelajaran berbasis proyek yang berinteraksi langsung dengan masyarakat atau lembaga publik akan menjadi langkah strategis untuk melatih kepekaan sosial

mahasiswa dan memperluas pemahaman mereka terhadap tantangan nyata di lapangan.

Selain itu, kolaborasi dengan komunitas, organisasi sosial, atau instansi pemerintah akan membuka ruang yang lebih luas bagi mahasiswa untuk mengekspresikan kontribusi mereka melalui desain yang berdampak. Melalui pengalaman langsung ini, mahasiswa dapat memperkuat jati diri mereka sebagai desainer yang tidak hanya menciptakan bentuk visual yang menarik, tetapi juga menciptakan makna dan dampak sosial. Hal ini sejalan dengan visi desain sebagai praktik yang berpihak pada manusia dan lingkungan, serta sebagai jembatan antara kreativitas dan kebermanfaatan publik.

DAFTAR PUSTAKA

- Braun, V., & Clarke, V. (2006). *Using thematic analysis in psychology. Qualitative Research in Psychology*. 3(2), 77–101.
- Brown, T. (2009). *Change by Design: How Design Thinking Creates New Alternatives for Business and Society*. Harvard Business Press.
- Creswell, J. W. (2016). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Pustaka Pelajar.
- Cross, N. (2006). *Designerly Ways of Knowing*. Springer.
- Helfand, J. (2001). *Screen: Essays on Graphic Design, New Media, and Visual Culture*. Princeton Architectural Press.
- Kotler, P., & Rath, G. A. (1984). Design: A powerful but neglected strategic tool. *Journal of Business Strategy*, 5(2), 16–21.
- Lawson, B. (2006). *How Designers Think: The Design Process Demystified*. Elsevier.
- Lupton, E. (2017). *Design is Storytelling*. . Cooper Hewitt, Smithsonian Design Museum.
- Marsudi, M., Sampurno, M. B. T., Wiratmoko, C., & Ratyaningrum, F. (2020). *Kontribusi Desain Komunikasi Visual*

- dalam Anti-Hoax System saat Pandemi Covid-19 di Indonesia. *SALAM: Jurnal Sosial dan Budaya Syar-i*, 7(3). <https://doi.org/10.15408/sjsbs.v7i3.15844>
- Mirzoeff, N. (2009). *An Introduction to Visual Culture*. Routledge.
- Morville, P., & Rosenfield, L. (2007). *Information Architecture for the World Wide Web*. O'Reilly Media.
- Munari, B. (2001). *Design as Art*.
- Neuman, W. L. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. Pearson Education Limited.
- Norman, D. A. (2004). *Emotional Design: Why We Love (or Hate) Everyday Things*. Basic Books.
- Norman, D. A. (2013). *The Design of Everyday Things (Revised and Expanded Edition)*. Basic Books.
- Pangestu, R. (2019). Penerapan Kampanye Sosial dalam Desain Komunikasi Visual. *Besaung: Jurnal Seni Desain dan Budaya*, 4(5). <https://doi.org/10.36982/jsdb.v4i4.796>
- Papanek, V. (1985). *Design for the Real World: Human Ecology and Social Change*. Academy Chicago.
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative Research & Evaluation Methods (3rd ed.)*. Sage Publications.
- Saputra, D. (2020). "Peran Desain Grafis dalam Edukasi Kesehatan Masyarakat." *Jurnal Desain Komunikasi Visual Adiwarna*, 6(1), 12–20.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Alfabeta.
- Wibowo, A. (2020). Pembelajaran Desain dan Peran Sosial Mahasiswa dalam Konteks Komunitas. *Nirmana: Jurnal Desain dan Komunikasi Visual*, 22(1), 1–9. <https://doi.org/10.24198/nirmana.v22i1.29305>

DAMPAK PERKEMBANGAN AI TERHADAP IMPLIKASI ETIS DAN HUKUM PADA INDUSTRI KREATIF

Ceceng Muhammad Badrudin¹, Rizki Maulana Rachman²

^{1,2} Desain Komunikasi Visual, Sekolah Tinggi Desain Indonesia

Email: cemubad03@gmail.com

Article History: Submitted/Received 24 Mei 2025

First Revised 27 Juni 2025

Accepted 15 Juli 2025

Publication Date 26 Juli 2025

ABSTRAK

Artikel ini bertujuan untuk memberikan edukasi kepada mahasiswa, khususnya yang baru memasuki dunia industri kreatif, mengenai pentingnya memperhatikan aspek etika dan tanggung jawab dalam penggunaan kecerdasan buatan (AI). Perkembangan AI yang pesat menimbulkan berbagai implikasi, terutama terkait isu hak cipta dan kepemilikan karya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melibatkan mahasiswa Sekolah Tinggi Desain Indonesia (STDI) sebagai objek penelitian untuk memperoleh data mengenai pemahaman mereka terhadap aspek etis dan hukum dalam pemanfaatan AI. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa STDI memiliki tingkat kesadaran yang cukup baik dalam mengelola penggunaan AI secara etis serta menghargai prinsip-prinsip hukum dalam proses penciptaan karya desain.

Kata Kunci: industri kreatif; Artificial Intelligence (AI); seniman

ABSTRACT

This article aims to educate students, especially those new to the creative industry, about the importance of paying attention to ethical and responsible aspects when using artificial intelligence (AI). The rapid development of AI has various implications, particularly regarding copyright and copyright issues. This study used a quantitative approach, involving students from the Indonesian College of Design (STDI) as research subjects to obtain data on their understanding of the ethical and legal aspects of AI utilization. The results indicate that the majority of STDI students have a fairly good level of awareness in managing the ethical use of AI and respect legal principles in the design creation process.

Keywords: creative industry; Artificial Intelligence (AI); artists

I. PENDAHULUAN

Kecerdasan Buatan (Artificial Intelligence/AI) adalah bidang multidisiplin yang bertujuan untuk memekanisasi latihan yang membutuhkan pengetahuan manusia. Pencapaian terakhir dalam A.I. menggabungkan diagnosa klinis mekanis dan kerangka kerja yang secara alami mengulang peralatan untuk prasyarat klien tertentu. Kecerdasan buatan (AI) adalah bidang ilmiah yang masih muda, yang seperti halnya domain ilmu pemrosesan informasi lainnya. Namun, kekhawatiran yang jauh lebih lama telah berkontribusi pada kemunculan terakhirnya. AI adalah singkatan dari "Artificial Intelligence" atau dalam bahasa Indonesia adalah kecerdasan buatan. AI adalah suatu kemampuan terhadap mesin atau komputer untuk melakukan tugas-tugas yang biasanya memerlukan kecerdasan

manusia. Menurut (Shapiro, 2002) Kecerdasan Buatan (AI) adalah bidang ilmu komputer dan teknik yang berkaitan dengan pemahaman komputasi tentang apa yang biasa disebut perilaku cerdas, dan dengan penciptaan artefak yang menunjukkan perilaku tersebut. Tujuan utama dari pengembangan AI ini adalah untuk menciptakan mesin atau program komputer yang dapat belajar, beradaptasi, dan mengeksekusi tugas secara mandiri tanpa bantuan manusia. Terdapat dua jenis utama AI yakni AI Konvensional (*Narrow AI*) dan AI Umum (*General AI*). AI Konvensional merupakan AI jenis ini dirancang untuk melakukan tugas-tugas spesifik. Contohnya seperti sistem rekomendasi, pengenalan suara atau wajah, dan chatbot. AI konvensional ini terbatas pada tugas tertentu dan tidak memiliki kemampuan untuk melakukan tugas di luar lingkupnya. AI Umum (*General AI*) merupakan

AI jenis ini mencakup kemampuan untuk mengeksekusi tugas-tugas apa pun yang dapat dilakukan manusia. AI umum memiliki tingkat kecerdasan yang setara dengan manusia dan dapat berpikir, belajar, dan menyelesaikan berbagai jenis tugas dengan pemahaman konteks yang luas. Saat ini, AI umum masih merupakan konsep yang lebih bersifat teoritis dan belum sepenuhnya terwujud dalam bentuk praktis. Beberapa teknik yang digunakan dalam pengembangan AI meliputi *machine learning*, *neural networks*, *deep learning*, *natural language processing*, dan berbagai metode pengolahan data lainnya. AI telah diterapkan dalam berbagai bidang terutama di bidang industri kreatif dan masih banyak lagi untuk bertujuan meningkatkan efisiensi dan memberikan solusi untuk suatu masalah yang kompleks.

Menurut (Budi, 2023) Kemajuan besar dalam deep learning pada awal 2010-an memungkinkan komputer untuk memodelkan data yang kompleks dan mengambil keputusan yang semakin akurat dalam berbagai tugas. Pencapaian progresif telah mendorong imajinasi para filsuf, penulis, pembuat film, dan seniman lainnya. Inilah alasan mengapa dalam beberapa elemen epik sejarah besar yang kami gambarkan di sini, referensi ke semua sektor kreativitas manusia terlibat. Menurut (Longbing, 2021) Sejarah AI telah mengalami percepatan dari kecerdasan objek (misalnya, pada simbol, perilaku, dan agen) ke kecerdasan sistem (misalnya, manusia, alam, dan masyarakat), dan dari kecerdasan individu (misalnya, kecerdasan pembelajaran) ke kecerdasan metasintetik (hibridisasi dan sintesis kecerdasan). Dibangun di atas evolusi AI yang penuh gejolak, AI generasi baru ini mempercepat lajunya dalam berinovasi, membedakan, mentransformasi, dan membentuk kembali dunia.

Kreativitas fenomena yang muncul di lapisan manusia, sosial, budaya dan mesin buatan. Dengan munculnya Kecerdasan Buatan (AI), bidang kreativitas menghadapi peluang dan tantangan baru. Manifesto ini mengeksplorasi beberapa skenario kolaborasi manusia dengan mesin dalam tugas-tugas kreatif dan mengusulkan "hukum dasar AI generatif" untuk memperkuat penggunaan AI yang bertanggung jawab dan etis dalam bidang kreativitas. Selain itu, kami telah memasukkan manifesto yang dibuat oleh AI yang juga menyoroti tema-tema penting, mulai dari

aksesibilitas dan etika hingga sensitivitas budaya. Dikutip dari artikel yang dibuat oleh (Meenu Varghese, 2022) Kecerdasan Buatan adalah salah satu inovasi teknologi yang paling signifikan dan menonjol yang telah membentuk kembali semua aspek kehidupan manusia dalam hal kemudahan, mulai dari hal yang sangat besar seperti belanja, pengumpulan data, mengemudi, kehidupan sehari-hari, pendekatan medis, dan masih banyak lagi. Dan menurut (F. Figoli, 2021) Di samping potensi yang ada, memperkenalkan agen non-manusia dalam tim desain dapat membawa kekritisian tertentu, yang membutuhkan tingkat kesadaran yang tinggi dari para desainer untuk mengatasinya. Hukum dasar yang diusulkan bertujuan untuk mencegah AI menghasilkan konten yang berbahaya dan bersaing secara langsung dengan manusia. Menciptakan label dan hukum juga disoroti untuk memastikan penggunaan AI yang bertanggung jawab. Masa depan positif dari kreativitas dan AI terletak pada kolaborasi yang harmonis yang dapat bermanfaat bagi semua orang, yang berpotensi mengarah pada tingkat produktivitas kreatif yang menghormati pertimbangan etika dan nilai-nilai kemanusiaan selama proses kreatif.

Dalam era globalisasi ini, industri manufaktur dan kreatif mengalami perubahan besar akibat kemajuan teknologi dan pergeseran paradigma dalam proses produksi. Salah satu konsep yang semakin mendapatkan perhatian adalah penyederhanaan produksi, yang tidak hanya berfokus pada efisiensi tetapi juga memberikan dorongan bagi kreativitas massal. Perkembangan teknologi, terutama di bidang otomatisasi, robotika, dan kecerdasan buatan, telah mengubah wajah produksi modern. Mesin canggih dan sistem otomatis memungkinkan perusahaan untuk menyederhanakan proses produksi, mengurangi biaya, dan meningkatkan efisiensi. Dikutip dari artikel yang dibuat oleh (Mathias Benedek, 2014) mengklaim bahwa penelitian kreativitas berada dalam krisis, yang dikaitkan dengan penyederhanaan berlebihan yang digunakan dalam penelitian kreativitas kuantitatif. Hal ini memungkinkan manusia untuk fokus pada tugas-tugas yang membutuhkan kecerdasan, inovasi, dan kreativitas. Penyederhanaan produksi tidak hanya memberikan keuntungan ekonomi tetapi juga menjadi kunci keberlanjutan. Konsep kreativitas massal melibatkan partisipasi aktif dari banyak orang dalam proses kreatif. Pekerja

dapat mengalokasikan lebih banyak energi untuk eksplorasi ide-ide baru, perbaikan produk, dan penemuan inovatif. Dalam rangka menggabungkan penyederhanaan produksi dan kreativitas massal, perusahaan harus mengadopsi pendekatan holistik yang mencakup teknologi, manajemen sumber daya manusia, dan strategi inovasi.

Meskipun potensi positifnya yang besar, penggunaan AI dalam industri kreatif juga menghadapi tantangan, terutama terkait dengan keamanan data dan isu etika. Di kutip dari artikel yang dibuat oleh (Hukum, 2023) Pertumbuhan teknologi kecerdasan buatan membawa manfaat besar, tetapi juga menghadirkan sejumlah tantangan hukum yang signifikan. Etika dan tanggung jawab memainkan peran kunci dalam mengatasi tantangan-tantangan ini. Kerangka hukum yang adaptif dan proaktif diperlukan untuk melindungi hak privasi, memastikan keamanan, dan mengatasi pertanyaan etika yang berkembang seiring dengan kemajuan teknologi. Perlindungan hak cipta, privasi konsumen, dan keamanan data adalah aspek-aspek yang harus diperhatikan dengan cermat dalam menerapkan teknologi ini. Dalam era di mana kecerdasan buatan (AI) merambah ke berbagai sektor, industri kreatif menjadi salah satu wilayah yang mengalami transformasi luar biasa. Penggunaan teknologi ini membuka pintu untuk inovasi yang tak terbatas, tetapi di sisi lain, juga menimbulkan berbagai pertanyaan etika dan tanggung jawab. Dikutip dari artikel yang dibuat oleh (Chasandra Puspitasari, 2022) Pengembangan dan penerapan teknologi AI yang tidak diatur dengan etika dapat mengakibatkan kerugian bagi masyarakat. Sebagai mesin yang semakin cerdas, AI memerlukan refleksi mendalam tentang bagaimana dampaknya terhadap kreativitas, privasi, dan nilai-nilai kemanusiaan dalam konteks industri kreatif. Penggunaan AI dalam industri kreatif menciptakan dilema tentang sejauh mana pengambilan keputusan otomatis dapat menggantikan peran kreativitas manusia. Sejauh mana AI dapat berperan dalam proses kreatif tanpa mengurangi keaslian dan ekspresi individu adalah pertanyaan kritis yang perlu dijawab. Ketika AI terlibat dalam pembuatan konten, muncul pertanyaan tentang hak cipta dan kepemilikan intelektual. Bagaimana mengatasi hak cipta saat AI berkontribusi pada proses kreatif? Seberapa jauh peran manusia dalam menciptakan konten

dapat diidentifikasi dan dilindungi? Ini adalah pertanyaan etika yang membutuhkan pandangan yang jelas untuk melindungi hak-hak seniman dan pencipta karya.

Dalam era digital yang terus berkembang, integrasi kecerdasan buatan (AI) telah menjadi sebuah tren tak terhindarkan. Keberadaan AI tidak hanya memengaruhi industri-industri konvensional, tetapi juga merambah ke sektor kreatif dengan dampak yang signifikan. Dikutip dari artikel (Masrichah, 2023) Selain itu, beberapa jenis pekerjaan manusia berisiko digantikan oleh AI, sehingga membutuhkan adaptasi dan pengembangan keterampilan baru. Di industri kreatif, efisiensi produksi seringkali menjadi kunci kesuksesan. AI dapat memberikan kontribusi besar dengan mempercepat proses produksi, mengurangi kesalahan manusia, dan meningkatkan kualitas hasil akhir. Dalam bidang animasi, misalnya, AI dapat digunakan untuk mempercepat proses rendering dan animasi, memungkinkan para animator fokus pada aspek kreatif yang lebih kompleks. Satu aspek yang membuat AI semakin diperlukan dalam industri kreatif adalah kemampuannya untuk menciptakan konten yang dipersonalisasi. Dengan analisis data konsumen yang canggih, AI dapat memahami preferensi individu dan menciptakan pengalaman yang disesuaikan. Ini berarti bahwa kampanye pemasaran, desain produk, dan konten hiburan dapat disesuaikan dengan preferensi masing-masing konsumen. Industri kreatif selalu terkena dampak perubahan tren dan selera pasar. Kecepatan adaptasi menjadi kunci dalam menjaga relevansi. Transformasi teknologi telah membuka pintu bagi berbagai peluang karir di dalamnya, menciptakan lingkungan yang dinamis dan penuh potensi. Industri kreatif, yang melibatkan desain, seni, media, dan teknologi, kini menjadi kekuatan utama dalam perekonomian global.

Industri kreatif merujuk pada sektor ekonomi yang berfokus pada penciptaan, pengembangan, dan eksploitasi kreativitas, pengetahuan, dan keahlian individu atau kelompok dalam menciptakan produk, layanan, atau konten yang memiliki nilai ekonomi dan budaya. Menurut (Made Antara, 2018) Industri kreatif adalah industri atau kegiatan ekonomi yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan

daya kreasi dan daya cipta individu tersebut, yang menciptakan nilai tambah ekonomi atau lazim disebut ekonomi kreatif. Industri kreatif mencakup berbagai bidang yang mencampurkan elemen kreativitas, inovasi, dan ekspresi individual dengan aspek-aspek bisnis. Beberapa sektor yang termasuk dalam industri kreatif meliputi Desain, Seni dan Budaya, Media dan Hiburan, dan masih banyak lagi. Industri kreatif tidak hanya menciptakan nilai ekonomi, tetapi juga berkontribusi pada identitas budaya suatu daerah atau negara. Peningkatan konektivitas global dan kemajuan teknologi digital telah membuka peluang baru dalam industri kreatif, memungkinkan kolaborasi lintas batas dan distribusi konten secara luas. Penting untuk dicatat bahwa batas antara industri kreatif dan industri lainnya tidak selalu tegas, dan definisi industri kreatif dapat bervariasi di berbagai konteks. Namun, dalam banyak kasus, industri kreatif diidentifikasi oleh fokusnya pada kreasi dan inovasi serta dampaknya terhadap kekayaan budaya dan ekonomi.

Dampak Media Sosial dan Konten Digital, Keberadaan media sosial dan konsumsi konten digital telah menjadi pendorong utama perubahan di industri kreatif. Keahlian dalam mengelola platform media sosial, pembuatan konten visual, dan pemasaran digital menjadi keterampilan yang sangat dicari. Pengembangan Permainan dan Realitas Virtual, Industri permainan dan realitas virtual mengalami ledakan pertumbuhan dalam beberapa tahun terakhir. Peluang karir dalam pengembangan permainan, desain lingkungan virtual, dan produksi konten VR semakin menarik perhatian para pencari kerja yang bersemangat menggali potensi di dunia digital.

E-commerce telah mengubah cara orang berbelanja, dan hal ini menciptakan peluang besar di bidang desain produk digital. Desainer UI/UX, fotografer produk, dan ahli pemasaran digital memiliki peran krusial dalam menciptakan pengalaman belanja online yang menarik dan efisien. Berkembangnya pendidikan online dan pelatihan jarak jauh juga memberikan kontribusi signifikan terhadap industri kreatif. Peluang karir sebagai instruktur online, pembuat konten pendidikan digital, dan desainer kurikulum menjadi relevan dalam mendukung pendidikan di era digital.

Dengan adanya peluang yang terus berkembang di industri kreatif, individu diharapkan dapat memanfaatkan keahlian

kreatif mereka untuk meraih kesuksesan di dunia digital. Lingkungan dunia digital, yang didukung oleh perangkat teknologi (misalnya komputasi seluler) dan platform media sosial (misalnya Facebook, Instagram), telah membuka cara-cara baru untuk menciptakan model bisnis digital dan saluran media baru (Vasconcelos & Rua, Ciasullo & Lim, Miháldinecz & Rua, & Rodrigues dkk., 2023). Menurut salah satu artikel yang dibuat oleh (Andrean W. Finaka, 2022) Di era yang serba digital, banyak peluang bisnis dan karier yang bisa dilakukan hanya dari rumah. Oleh karena itu, penting bagi para pencari karir untuk terus mengasah keterampilan mereka, mengikuti perkembangan tren, dan siap menghadapi tantangan serta peluang yang terus bermunculan di era digital ini. Namun dalam pelaksanaannya perlu diperhatikan mengenai kaitannya dengan etis dan hukum yang mengatur perkembangan desain dan bisnis dalam industri kreatif di era digital.

Dikutip dari (Heryansyah, 2018) Secara teoretis ataupun filosofis, etika dan hukum (dalam pendekatan nonpositivis) adalah dua entitas yang sangat berkaitan, tetapi berbeda dalam penegakannya. Berikut adalah beberapa pertimbangan etis dan hukum yang umum terkait dengan industri kreatif: (1) Hak kekayaan intelektual (HKI) merupakan perlindungan dan penghargaan terhadap hak cipta (2) Representasi budaya dan Keanekaragaman merupakan industri kreatif harus memastikan representasi yang adil dan memahami keanekaragaman budaya (3) Keamanan dan privasi data merupakan dalam industri kreatif yang semakin terhubung secara digital, perlindungan privasi data dan keamanan informasi menjadi perhatian utama (4) Ketidaksetaraan dan akses diupayakan untuk mengurangi ketidaksetaraan dalam industri kreatif dan memastikan akses yang adil bagi semua pihak. Sedangkan pada implikasi hukum merujuk pada (1) Hak Cipta dan Merek Dagang merupakan peraturan hukum terkait hak cipta dan merek dagang harus diikuti dengan ketat untuk melindungi karya seni, desain, dan merek dagang dari penggunaan tanpa izin. (2) regulasi privasi data dalam konteks digital, regulasi privasi mengatur bagaimana data konsumen dikumpulkan, disimpan, dan digunakan (3) konten dan sensorship, beberapa negara menerapkan peraturan ketat terkait konten, dan industri kreatif harus mematuhi peraturan tersebut

untuk menghindari sensorship atau sanksi hukum (4) ketidaksetaraan dan diskriminasi, beberapa negara memiliki peraturan yang melarang diskriminasi berdasarkan jenis kelamin, etnisitas, agama, dan orientasi seksual (5) kewajiban hukum terkait konten, dalam bidang media dan hiburan, ada kewajiban hukum terkait konten yang melibatkan pertimbangan seperti keamanan publik, melanggar norma masyarakat, dan keadilan.

Menanggapi dan mematuhi aspek-aspek etis dan hukum ini membantu industri kreatif untuk tetap berkelanjutan, mendukung masyarakat, dan memastikan kesejahteraan semua pihak yang terlibat atas hukum yang ada.

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis mengambil judul Dampak Perkembangan AI Terhadap Implikasi Etis dan Hukum pada Industri Kreatif dengan tujuan untuk memberikan edukasi terhadap para pengguna AI agar lebih berhati-hati dan lebih memperhatikan lagi atas pelanggaran hak cipta yang memungkinkan kita terjerat atas hukum tersebut.

II. METODE

Metode penelitian yang digunakan seperti melakukan analisis data kuantitatif dasar, suatu metode penelitian yang bersifat induktif, objektif dan ilmiah dimana data yang diperoleh berupa angka-angka (score,nilai) atau pernyataan-pernyataan yang dinilai, dan dianalisis dengan analisis statik (Iwan Hermawan, 2019). Yang berlokasi di Kampus Sekolah Tinggi Desain Indonesia(STDI) dengan objek para pekerja industri kreatif dan mahasiswa Kampus STDI.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh Pekerja dibidang Industri Kreatif yang ada, dan Mahasiswa kampus STDI.

Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan adalah berupa angket kuesioner menggunakan skala Likert dengan penilaian : 1 (Tidak Setuju), 2 (Kurang Setuju), 3 (Cukup Setuju), 4 (Setuju), dan 5 (Sangat Setuju) yang berkaitan dengan Dampak Perkembangan AI Terhadap Implikasi Etis dan Hukum Terhadap Industri Kreatif melalui google form <https://forms.gle/8yWURu3mNVxpqJnD8> yang diisi oleh Mahasiswa STDI Bandung dan

para Pekerja dibidang Industri Kreatif. Data yang dikumpulkan bersifat kuantitatif.

Analisis Data

Data-data yang dikumpulkan adalah persentase para seniman, mahasiswa dan para pekerja dibidang industri kreatif, penilaian terhadap dampak perkembangan AI yang diuji validitas serta reliabilitasnya dan uraian mengenai gaya dampak perkembangan AI yang dirasakan dampaknya saat ini.

III. PEMBAHASAN

Tabel 1. Hasil Analisis Deskriptif Dampak Perkembangan AI Terhadap Implikasi Etis dan Hukum Pada Industri Kreatif

	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation	%
X1	47	1	5	3.87	1.035	77 %
X2	47	1	5	3.21	1.350	64 %
X3	47	1	5	3.85	1.103	77 %
X4	47	1	5	2.91	1.365	58 %
X5	47	1	5	3.23	1.255	65 %
X6	47	1	5	3.60	1.173	72 %
X7	47	1	5	2.83	1.388	57 %
X8	47	1	5	3.64	1.169	73 %
X9	47	2	5	4.04	0.932	81 %
X10	47	1	5	3.85	1.083	77 %
X11	47	2	5	3.98	0.967	80 %
X12	47	2	5	4.00	1.063	80 %
X13	47	1	5	3.68	1.125	74 %
X14	47	1	5	3.49	1.214	70 %
X15	47	1	5	3.30	1.334	66 %
X16	47	1	5	3.32	1.321	66 %
X17	47	1	5	3.83	1.028	77 %
X18	47	1	5	3.85	1.021	77 %
X19	47	1	5	3.51	1.101	70 %
X20	47	1	5	3.74	1.259	75 %
Tota l	47	40	100	71.74	14.144	

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 1 maka dapat diketahui bahwa terdapat 77% responden menyetujui bahwa perkembangan AI mempercepat proses produksi dalam industri

kreatif. Hal tersebut menunjukkan bahwa perkembangan AI dapat mempercepat proses produksi dalam industri kreatif. Dikutip dari (Hanifa Hanifa, 2023) Industri kreatif yang mencakup berbagai sektor seperti seni, desain, film, musik, dan periklanan telah mengadopsi teknologi AI untuk mempercepat inovasi, meningkatkan efisiensi produksi, dan memperluas pasar. Berdasarkan data pengolahan pada tabel 1 dapat diketahui bahwa terdapat 64% responden yang setuju bahwa penggunaan AI dalam desain grafis dapat menggantikan kreativitas manusia. Sebanyak 77% setuju bahwa ada resiko terhadap kerentanan keamanan dan privasi yang perlu diatasi ketika menggunakan AI dalam industri kreatif. Sebanyak 58% setuju bahwa AI dapat menggantikan pekerjaan seniman dan desainer manusia secara signifikan. Menurut data pada tabel 1 sebanyak 65% setuju dengan etika terlibat ketika penggunaan AI untuk menciptakan karya seni yang mungkin sulit dibedakan dari karya manusia. Sebanyak 72% setuju bahwa masyarakat seharusnya terlibat dalam pengambilan keputusan terkait penggunaan AI dalam industri kreatif. Sebanyak 57% setuju bahwa kreativitas manusia dapat diungguli oleh algoritma AI dalam pembuatan konten visual. Sebanyak 73% setuju bahwa penggunaan AI dapat meningkatkan efisiensi dalam berbagai sektor terutama dalam industri kreatif. Sebanyak 81% setuju bahwa AI mempengaruhi industri periklanan dan pemasaran kreatif. Sebanyak 77% setuju penggunaan AI dalam pembuatan karya seni dapat menghadirkan tantangan baru terkait dengan hak cipta dan kepemilikan intelektual. Sebanyak 80% setuju penggunaan AI dalam fotografi berdampak terhadap keaslian dan integritas visual. Sebanyak 80% juga setuju bahwa penggunaan AI dalam fotografi berdampak terhadap keaslian dan integritas visual. Lalu sebanyak 74% setuju bahwa penggunaan AI dapat memperluas aksesibilitas terhadap seni dan kreativitas di seluruh lapisan masyarakat. Sebanyak 70% setuju bahwa penggunaan AI dalam pembuatan suatu desain dapat meningkatkan efisiensi dan kualitas produksi. Sebanyak 66% setuju risiko kehilangan pekerjaan manusia diinduksi oleh penggunaan AI dalam industri kreatif dapat diatasi dengan solusi tertentu. Sebanyak 66% juga sependapat bahwa etika terlibat ketika AI digunakan untuk meramalkan tren desain dan gaya. Sebanyak 77% setuju bahwa peran

edukasi terhadap etika penggunaan AI dapat memengaruhi sikap dan pemahaman para pelaku industri kreatif. Sebanyak 77% juga setuju bahwa penggunaan AI dalam pengeditan dan produksi desain memengaruhi narasi dan storytelling. Sebanyak 70% setuju adopsi AI dalam pembuatan konten kreatif dapat menciptakan ketidaksetaraan dalam industri. Dan sebanyak 75% setuju bahwa pemerintah dan regulator perlu terlibat dalam mengatur penggunaan AI dalam industri kreatif.

Tabel 2. Uji Reliabilitas Proses Komunikasi Organisasi
Reliability

Statistics			
Cronbach's Alpha (r alpha)	r kritis	N of Items	Kriteria
0.949	0.600	17	Relia bel

Sumber : Data Responden yang diolah

Berdasarkan tabel 2 dapat disimpulkan bahwa uji reliabilitas terhadap seluruh pertanyaan untuk variabel penilaian Dampak Perkembangan AI Terhadap Implikasi Etis dan Hukum pada Industri Kreatif dinyatakan valid atau reliabel karena jawaban terhadap pertanyaan tersebut selalu konsisten. Karena nilai "Alpha Cronbach" sebesar 0,908 lebih besar dari 0,600 maka dapat dinyatakan bahwa seluruh pertanyaan atau instrumen dinyatakan reliabel atau memenuhi persyaratan.

Industri kreatif telah menjadi sorotan dalam perbincangan seputar pengaruh Teknologi Kecerdasan Buatan (AI) dalam beberapa tahun terakhir. Salah satu dampak paling terlihat dari adopsi AI dalam industri kreatif adalah peningkatan efisiensi produksi. Berkat kemampuan AI dalam menganalisis data besar-besaran dengan cepat dan menciptakan solusi otomatis, proses kreatif seperti desain grafis, produksi film, dan pengembangan musik dapat dipercepat secara signifikan. Meskipun ada kekhawatiran bahwa AI dapat menggantikan peran manusia dalam proses kreatif, banyak yang percaya bahwa teknologi ini sebenarnya dapat menjadi katalisator untuk inovasi yang lebih besar. Dengan algoritma yang mampu mengidentifikasi pola dan tren, AI dapat membantu pelaku industri kreatif menemukan gagasan baru dan mengeksplorasi konsep yang belum pernah terpikirkan sebelumnya. AI juga memungkinkan adopsi personalisasi yang lebih besar dalam konten kreatif. Dengan menganalisis perilaku

pengguna dan preferensi individu, platform kreatif dapat menyajikan konten yang lebih relevan dan menarik bagi audiens mereka. Hal ini membuka pintu untuk pengalaman pengguna yang lebih mendalam dan terlibat dalam berbagai bentuk seni dan hiburan.

Namun, seperti halnya dengan setiap perkembangan teknologi, adopsi AI dalam industri kreatif juga menimbulkan sejumlah tantangan etika dan keadilan. Pertanyaan tentang kepemilikan intelektual, hak cipta, dan privasi data menjadi semakin kompleks dengan peningkatan penggunaan algoritma dan analisis prediktif. Untuk mengelola dampak yang berkembang dari AI dalam industri kreatif, pendidikan dan regulasi yang tepat sangatlah penting. Pelaku industri perlu dilengkapi dengan pemahaman yang mendalam tentang etika penggunaan AI dan bagaimana mengintegrasikannya secara bertanggung jawab dalam praktik kreatif mereka. Di sisi lain, pemerintah dan badan regulasi perlu mengembangkan kerangka kerja yang sesuai untuk mengatur penggunaan AI dalam industri kreatif dan memastikan bahwa manfaatnya tersebar secara adil. Secara keseluruhan, dampak AI terhadap industri kreatif adalah fenomena yang kompleks dan multi-dimensi. Sementara teknologi ini membawa potensi besar untuk meningkatkan efisiensi produksi, memperluas kreativitas, dan meningkatkan pengalaman pengguna, juga memunculkan sejumlah tantangan etika dan keadilan yang memerlukan perhatian serius. Dengan pendekatan yang hati-hati dan kolaboratif dari semua pemangku kepentingan, AI dapat menjadi kekuatan yang mendorong inovasi positif dan perkembangan dalam industri kreatif.

Berdasarkan hasil pengolahan data pada Tabel 1, mengeksplorasi berbagai pandangan dan sikap responden terhadap penggunaan AI dalam industri kreatif. Dari hasil penelitian, ditemukan bahwa sebanyak 77% responden menyatakan persetujuan terhadap peran AI dalam mempercepat proses produksi dalam industri kreatif. Fenomena ini mencerminkan kepercayaan yang kuat bahwa adopsi AI dapat meningkatkan efisiensi dalam menciptakan konten kreatif, yang diperkuat oleh fakta bahwa sektor industri kreatif telah mengadopsi teknologi AI untuk mempercepat inovasi dan memperluas pasar.

Namun demikian, penggunaan AI juga menimbulkan sejumlah tantangan. Misalnya,

77% responden mengakui adanya risiko terkait kerentanan keamanan dan privasi dalam penggunaan AI dalam industri kreatif. Selain itu, terdapat kekhawatiran bahwa penggunaan AI dapat menggantikan pekerjaan manusia secara signifikan, dengan 58% responden menyatakan persetujuan terhadap hal ini.

Data pada tabel juga mengungkapkan perdebatan seputar dampak AI terhadap kreativitas manusia. Sementara 57% responden percaya bahwa kreativitas manusia dapat diungguli oleh algoritma AI dalam pembuatan konten visual, 66% lainnya mengakui bahwa risiko kehilangan pekerjaan manusia dapat diatasi dengan solusi tertentu. Terkait pengaturan penggunaan AI dalam industri kreatif, sebanyak 75% responden sepakat bahwa pemerintah dan regulator perlu terlibat dalam menetapkan kerangka kerja yang sesuai. Ini menyoroti perlunya kebijakan yang cermat untuk mengelola dampak dan memastikan keadilan dalam adopsi teknologi AI. Selain regulasi, pendidikan tentang etika penggunaan AI juga dianggap penting. Sebanyak 77% responden setuju bahwa peran edukasi terhadap etika penggunaan AI dapat memengaruhi sikap dan pemahaman para pelaku industri kreatif, mencerminkan kebutuhan untuk meningkatkan kesadaran akan implikasi moral dan sosial dari penggunaan teknologi ini. Dalam konteks industri kreatif, adopsi teknologi AI menjanjikan peningkatan efisiensi produksi, tetapi juga menghadirkan sejumlah tantangan dan pertimbangan etika. Penting bagi pelaku industri, pemerintah, dan masyarakat untuk bekerja sama dalam mengelola dampak dan memastikan bahwa penggunaan AI dalam industri kreatif memberikan manfaat yang seimbang dan bertanggung jawab.

IV. KESIMPULAN

Perkembangan AI saat ini semakin berkembang pesat. Maraknya penggunaan AI saat ini karena AI mudah untuk diakses mulai dari smartphone. Namun banyak perdebatan dalam penggunaannya terutama dalam industri kreatif. Dan juga penggunaan AI dalam industri kreatif harus mempertimbangkan banyak hal. Mulai dari legalitas dan keaslian karya, pelanggaran hak cipta, dan lainnya. Tetapi apabila penggunaannya tepat, AI ini sangat membantu terutama di dalam industri kreatif, salah satunya yaitu mempercepat produksi dan mencari ide. Memberikan edukasi lebih terhadap masyarakat terutama terhadap

mahasiswa yang akan bekerja di industri kreatif untuk memberikan pemahaman lebih mengenai penggunaan AI. Memberikan edukasi bahwasannya ketika menggunakannya harus memperhatikan banyak hal. Karena karya yang dihasilkan bisa saja dilindungi undang-undang yang ketika dipakai nanti bisa mengakibatkan kita berurusan dengan hukum.

DAFTAR PUSTAKA

- Andrean W. Finaka, R. O. (2022). *Banyak Peluang Pekerjaan di Era Digital*. indonesiabaik.id.
- Budi, A. (2023). *Perkembangan AI dari Masa ke Masa*. <https://crocodic.com/ai-dari-masa-ke-masa/>.
- Chasandra Puspitasari, S. M. (2022). Tantangan dalam Pengembangan Teknologi Artificial Intelligence di Indonesia. *Computer Science*.
- F. Figoli, L. R. (2021). Ai in the design process: training the human-ai collaboration. <https://typeset.io/papers/ai-in-the-design-process-training-the-human-ai-collaboration-3aa3xbs5>.
- Hanifa Hanifa, A. S. (2023). Peran AI Terhadap Kinerja Industri Kreatif Di Indonesia. *Journal of Comprehensive Science(JCS)*.
- Heryansyah, D. (2018). *Etika dan Hukum*. Indonesian Corruption Watch.
- Hukum, U. E. (2023). *Tantangan Hukum dalam Teknologi Kecerdasan Buatan: Etika dan Tanggung Jawab*. Malang: fh.esaunggul.
- Iwan Hermawan, S. (2019). *METODOLOGI PENELITIAN*. Universitas Multimedia Nusantara.
- Longbing, C. M. (2021). A New Age of AI: Features and Futures. *IEEE Intelligent Systems*, 25-37.
- Made Antara, M. V. (2018). KERAGAMAN BUDAYA INDONESIA SUMBER INSPIRASI INOVASI INDUSTRI KREATIF. *eprosiding.idbbali.ac.id*.
- Masrichah, S. (2023). Ancaman Dan Peluang Artificial Intelligence (AI). <https://doi.org/10.55606/khatulistiwa.v3i3.1860>.
- Mathias Benedek, E. J. (2014). Creativity - Lost in Simplification? <https://typeset.io/papers/creativity-lost-in-simplification-4t5uurqfd7>, 213-219.
- Meenu Varghese, S. R. (2022). Influence of AI in human lives. *Human-Computer Interaction*.
- Shapiro, S. C. (2002). Artificial intelligence (AI). <https://typeset.io/papers/artificial-intelligence-ai-4cq85wugz>, 89-93.
- Vasconcelos & Rua, 2., Ciasullo & Lim, 2., Miháldinecz & Rua, 2., & Rodrigues dkk., 2. (2023). Entrepreneurship in the age of the digital economy. <https://revistas.usc.gal/index.php/rge/article/view/9268/13007>.