

Jurnal IPTEK-KOM SINTA 2
148/E/KPT/2020, August, 3th 2020

p - ISSN : [1440 - 3346](#)
e - ISSN : [2527 - 4902](#)
Vol. 24, No. 1, Juni 2022

IPTEK-KOM

Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komunikasi



BALAI KAJIAN DAN PENGEMBANGAN
KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA (BPPKI)
YOGYAKARTA 2022

IPTEK-KOM

Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komunikasi

DAFTAR ISI

Public Opinion on Facebook Rebrand to Meta: A Twitter Big Data Analysis on the First 24 Hours After Meta Launched (*Opini Publik terhadap Rebrand Facebook ke Meta: Analisis Data Besar Twitter pada 24 Jam Pertama Setelah Meta Diluncurkan*)

M. Fuad Nasvian, Rayyan Afif..... 1 - 19

Measuring Basic Capabilities of Adolescents Digital Literacy in Medan to Prevent Fake News Exposure (*Mengukur Kemampuan Dasar Literasi Digital Remaja Kota Medan dalam Mencegah Paparan Berita Bohong*)

Mickhael Rajagukguk, Iskandar Zulkurnain..... 21 - 36

Pengaruh Critical Success Factors terhadap Keberhasilan E-Learning dalam Mendukung Pembelajaran: Systematic Literature Review (*The Influence of Critical Success Factors on the Success of E-Learning in Supporting Learning: Systematic Literature Review*)

Azzam Izzudin Hasan, Annisa Safa, Alda Eva Saputri, Fitroh..... 37 - 50

Keterlibatan Pemangku Kebijakan dan Komunikasi Krisis BP2MI melalui Instagram di Masa Krisis (*Stakeholder Engagement and Crisis Communication of BP2MI through Instagram During the Crisis*)

Safinatul Wahidah..... 51 - 66

Desain Sosial *Brand Activation* Komunitas Ciliwung Condet Melalui Media Virtual (*Social Brand Activation's Design of Ciliwung Condet Community Through Virtual Media*)

Baskoro Suryo Banindro, M Faizal Rochman, Lintang Andamari Hananto Soenarto..... 67 - 83

Desain Sosial *Brand Activation* Komunitas Ciliwung Condet Melalui Media Virtual

Social Brand Activation's Design of Ciliwung Condet Community Through Virtual Media

Baskoro Suryo Banindro¹, M Faizal Rochman²,
Lintang Andamari Hananto Soenarto³

^{1,2,3}Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa ISI Yogyakarta, Jl. Parangtritis, Km. 65, Sewon Bantul

¹baskoro@isi.ac.id, ²m.faizal.rch@gmail.com, ³lintangandr@gmail.com

Naskah diterima: 21 Juni 2022, direvisi: 10 Juli 2022, disetujui: 17 Juli 2022

Abstract

This study aims to realize social design virtually through brand activation for the Ciliwung Condet Community (KCC) Jakarta. The urgency of this research is to obtain the ideal virtual design format and foundation in the social media format of the Instagram, Facebook and Website platforms related to the Ciliwung Condet Community. The data were collected based on field studies, interviews and extensive literature. This study uses a descriptive method with an analytical approach of What, Who, Why, When, Where and How (5W1H). The results of this study provide a conclusion that the format of field social research through Project Learn Based (PLB) and Project Case Study (PCS), can be used as a basis for solving problems and producing a branding design for the Ciliwung Condet Jakarta Area community, through virtual digital media.

Keywords: social design, brand activation, Ciliwung Condet Community, virtual design

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk merealisasikan desain sosial secara virtual, melalui brand activation bagi Komunitas Ciliwung Condet (KCC) Jakarta. Adapun urgensi penelitian ini adalah untuk mendapatkan format dan landasan perancangan desain virtual yang ideal dalam format media sosial platform Instagram, Facebook dan Website terkait Komunitas Ciliwung Condet. Data dikumpulkan berdasarkan studi lapangan, wawancara dan kepustakaan yang relevan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif, dengan pendekatan analisis What, Who, Why, When, Where dan How (5W1H). Hasil penelitian ini memberikan kesimpulan bahwa, format penelitian sosial lapangan melalui Project Learn Based (PLB) dan Project Case Study (PCS), dapat dijadikan landasan guna memecahkan masalah dan menghasilkan rancangan branding komunitas Kawasan Ciliwung Condet Jakarta, melalui media digital virtual.

Kata kunci: desain sosial, brand activation, Komunitas Ciliwung Condet, desain virtual

PENDAHULUAN

Condet merupakan perkampungan tua di Jakarta Timur dikenal sebagai cagar budaya sekaligus cagar buah-buahan yang di tengahnya dialiri Sungai Ciliwung yang seiring dengan perkembangan zaman terkena dampak dari pencemaran lingkungan akibat kondisi air dan tanah di sana terancam oleh sedimen dan merusak ekosistem karena sampah. Tahun 2014, terbentuklah sebuah komunitas di wilayah Ciliwung Condet yang dipelopori oleh Abdul Kodir dan rekan-rekan bernama Komunitas Ciliwung Condet (KCC). Komunitas ini didirikan dengan tujuan untuk menyelamatkan sisa-sisa keanekaragaman hayati khas Condet, juga sebagai sarana supaya masyarakat ibukota tidak lupa dengan tanah Betawi yang menjadi maskot Jakarta, yaitu Salak Condet. Tidak hanya mengurus salak dan tanaman, KCC juga memberikan informasi seputar ekosistem kali kepada masyarakat yang berkunjung ke markas komunitas. Ada juga Sekolah Alam Ciliwung dan perpustakaan membaca, yang menjadi tempat belajar bagi anak-anak. KCC menjadi destinasi wisata di tengah padat dan sibuknya kota Jakarta sekaligus tempat untuk belajar tentang alam karena adanya tanaman yang dilindungi di sana.

Hingga lebih 8 (delapan) tahun sejak berdiri, himpunan masyarakat swadaya pinggiran kota ini, belum memiliki media yang representatif. Masyarakat luar hanya datang karena tahu lokasi ini dari mulut ke mulut, atau diketahui dari informasi hasil penelitian beberapa instansi atau organisasi setelah melakukan penelitian. Salah satu hambatan utama adalah karena belum adanya fasilitas serta keterampilan dari pengurus dalam mengelola promosi terutama pada media digital virtual, media yang ada tidak representatif sebagai wadah organisasi masa. Melalui penelitian ini maka diajukan sebuah rumusan masalah, bagaimana format rancangan media promosi berbasis *platform* digital virtual yang tepat, sehingga dapat membangun *brand activation* KCC yang komunikatif-informatif?

Berangkat dari permasalahan di atas maka perancangan media promosi *branding* KCC perlu dilaksanakan, agar tidak hanya pecinta lingkungan saja yang tahu akan adanya tempat yang dilindungi ini, tapi juga masyarakat dan target audien yang lebih luas lagi. Apalagi dengan berkembangnya teknologi saat ini memudahkan untuk mendapat informasi lewat media digital. Dengan adanya *brand activation* KCC yang informatif didukung dengan visual menarik, maka tujuan perancangan media virtual ini diharapkan dapat menjadi media promosi digital virtual ini dapat menambah wawasan bagi masyarakat yang belum familiar untuk ikut membangun kepedulian, baik terhadap budaya maupun eksistensi Komunitas Ciliwung Condet (KCC).

Desain sosial sangat erat berhubungan dengan masyarakat dan situasi sosial tertentu, tampaknya hal itu menyebabkan munculnya berbagai wacana, pemikiran dan dimensi pemecahan masalah di dalam kehidupan nyata (Katoppo 2021). Virtual pada umumnya diartikan replikasi sesuatu yang nyata dalam bentuk digital, atau sesuatu yang eksis, terlihat dan terjadi di dunia *online*, bukan di dunia fisik. Desain virtual telah dianggap sebagai salah satu cara yang efektif untuk memperkenalkan kepada masa atas sebuah konten secara digital visual interaktif (Chen, Chen, and Leong 2011)

Visualisasi desain virtual tentunya dapat untuk memfasilitasi sebuah informasi selain lebih atraktif juga dapat menjalin komunikasi interaktif menjadi lebih terarah. Untuk memecahkan masalah sebuah persoalan melalui pendekatan visual, maka platform desain virtual berdasarkan kecerdasan buatan layak dapat digunakan untuk mendukung desain media virtual (Lau, Mak, and Lu 2003). Sebuah platform virtual tidak hanya memungkinkan untuk pengembangan perangkat lunak saja tetapi juga dapat dipertimbangkan sebagai solusi pendukung konten visual digital (Song, Wu, and Liu 2020). Realitas virtual adalah jbaran lain dari sebutan sosial media dalam

aktivitas keseharian (Masing, Lesniak, and Becker 2021).

Brand activation adalah interaksi dua arah antara konsumen dan *brand* itu sendiri yang menghasilkan hubungan yang erat antara keduanya. Lewat aktivasi *brand* ini, konsumen mendapatkan pengetahuan mendalam tentang merek dan menerima sebagai bagian dari dirinya. Aktivasi di sini bisa diartikan sebagai proses membangun ketertarikan, proses mencoba hingga akhirnya membangun kesetiaan. Aspek awal dari aktivasi adalah membangun ketertarikan, artinya bisa dilakukan lewat fokus pada target pasar mana yang akan dituju, khususnya pada pelanggan baru. *Brand activation* sendiri dapat dikatakan sebagai sebuah proses untuk menciptakan pengalaman dengan *brand* komunitasnya. Pengalaman ini sendiri terdiri atas pemikiran, perasaan, sensitivitas, seni dan hubungan dengan *brand* itu sendiri (Saeed et al. 2015).

Media sosial merupakan *platform* jejaring maya lintas ruang dan waktu yang dapat mensinergikan komunikasi antar personal, komunitas maupun agensi dan institusi dalam sekejap. *User* dapat bertukar informasi baik verbal maupun visual dan tentunya audio visual. Penggunaan media sosial dapat memfasilitasi seperti konten, komunikasi dan percakapan. *Platform* media sosial jaringan sosial sebagai alat media sosial. Dengan adanya konten visual digital melalui media sosial dan dapat dilakukan setiap waktu atau *realtime* dan bisa diakses secara maya, maka sebuah informasi akan dengan mudah diperoleh.

Untuk memberikan data dukung literasi terkait penelitian Kawasan Condét di Betawi, maka diperlukan sebuah kegiatan studi kepustakaan baik bersumber dari buku, majalah, jurnal maupun sumber pustaka yang relevan lainnya. Pertama adalah rujukan hasil penelitian Fitri Rizkiah mahasiswa Program Studi Pendidikan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta, tahun 2019, yang berjudul *Kebertahanan Masyarakat Etnis Betawi di Tengah Perubahan Condét di Balekambang*, yang membahas tentang eksistensi keberadaan masyarakat Betawi. Hasil penelitian ini penting dan dapat digunakan sebagai dasar pijakan lokus dan objek penelitian yang membuktikan bahwa entitas objek penelitian masih eksis dan relevan. Hal ini juga akan sangat berguna sebagai bahan rencana penelitian yang akan dirancang yakni perancangan virtual Komunitas Ciliwung Condét *based learned* dan *case study*.

Kedua adalah tim penelitian Program Studi Perencanaan Wilayah Kota, Fakultas Teknik, Universitas Tarumanegara, tahun 2020. Topik penelitian adalah menyusun konsep penataan Kawasan cagar budaya Betawi Ciliwung Condét Jakarta. Relevansi dengan rencana penelitian dan perancangan yang akan diajukan adalah pada aspek konsep destinasi wisata alam dan budaya Condét yang ditawarkan, hal ini tentunya akan dapat digunakan sebagai bahan konten terkait visualisasi *virtual* Komunitas Ciliwung Condét.

Ketiga tulisan skripsi dari Salsa Billa Maharani mahasiswa Program Studi Pendidikan Sejarah Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta, tahun 2021. Judul penelitiannya adalah *Dinamika Pengelolaan Cagar Buah Condét Sebagai Kebun Buah di Ibukota*. Fokus penelitiannya adalah manajemen aset kebun buah Salak milik masyarakat Condét sebagai Kawasan penyangga buah kota Jakarta. Relevansi dengan penelitian dan perancangan yang akan dibuat dalam usulan perancangan ini adalah bahwa asset cagar buah Condét nantinya dapat digunakan sebagai salah satu konten *brand activation* Komunitas Ciliwung Condét.

Project Based Learning, merupakan metode pembelajaran instruksional yang berorientasi pada pembelajaran *problem solving approach*. Metode pembelajaran PBL berangkat dari permasalahan dunia nyata sebagai pijakan untuk berpikir kritis dan memberikan usulan *problem solving*, sehingga diperoleh pengetahuan dan menghasilkan konsep perancangan. *Project based learning* membantu mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang pengetahuan yang diperoleh, mengembangkan tingkat pembelajaran yang lebih tinggi, dan memotivasi untuk studi

dan riset lebih dalam. Melalui penelitian, perencanaan, dan analisis, *Project based learning* mendorong seseorang menjadi pemikir independen dan pembelajar otonom dan mengejar kebutuhan akan pengetahuan dengan mencari solusi untuk masalah kehidupannya nyata (Al-Busaidi and Al-Seyabi, 2021)

Project Case Study, adalah penelitian proyek berdasarkan studi kasus. Fokus penelitian ini bertumpu pada satu objek tertentu, dengan kasus tunggal, dilakukan secara intensif, terperinci dan mendalam terhadap suatu objek. Subjek yang diteliti relatif terbatas, terbatas pada wilayah lokal yang sempit, namun variabel-variabel dan fokus yang diteliti sangat luas dimensinya. (Susanto, 2020)

Project Case Study telah mengalami perkembangan metodologis yang substansial. Hal ini telah menghasilkan pendekatan penelitian yang pragmatis dan fleksibel, yang mampu memberikan pemahaman mendalam yang komprehensif. (Harrison et al. 2017) Dalam proyek studi kasus, kesempatan desainer untuk membuka “kotak hitam” muncul dengan melihat penyebab fenomena yang lebih dalam.

METODE

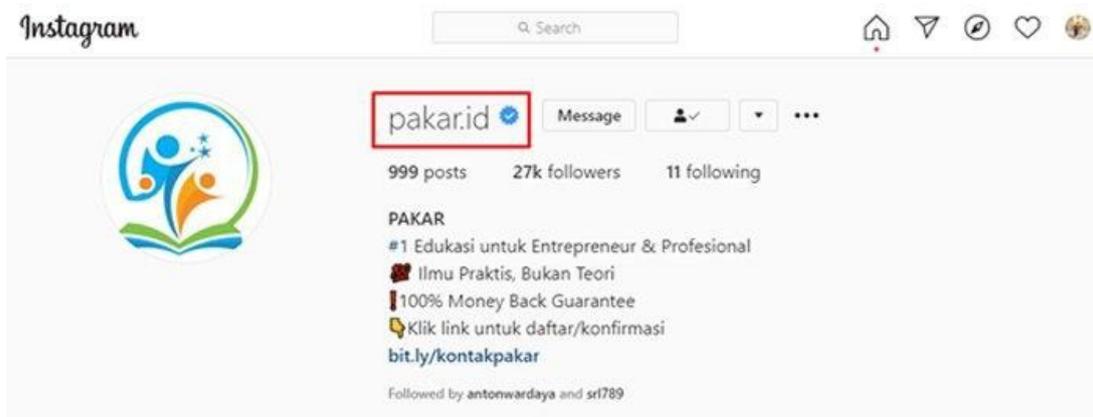
Penelitian kualitatif ini menguraikan hasil penelitian sosial sebagai landasan perancangan dengan format *project based learn* dan *project case study* sebagai laporan penelitian. Penelitian sosial itu sendiri merupakan metode studi gejala di masyarakat, yang penerapan penelitiannya berhati-hati dan juga mendalam untuk menyingkap fakta di lapangan, agar peneliti dapat menyelesaikan suatu masalah yang diteliti (Sugiyono 2019) . Penelitian dan perancangan desain virtual ini mendasarkan pada penelitian sosial dengan pendekatan kualitatif dengan proses analisis *What, Why, When, Where, Who, How* (5W1H). Diawali dengan pengumpulan data lapangan di Kawasan Ciliwung Condet, maka penelitian lapangan dilakukan dengan melakukan observasi lapangan dan *site visite* kepada sumber primer. Penelitian sosial yang dipilih adalah dengan metode kualitatif, dimana paparan hasil penelitian akan menggunakan menggunakan data naratif atau kata-kata.

Penelitian dikelompokkan menjadi 2 (dua), yaitu: data verbal adalah data yang diperoleh baik dari cara tertulis maupun lisan. Data juga dapat berasal dari referensi baik buku, jurnal, makalah ataupun dokumen yang dapat memberikan kontribusi terhadap objek perancangan. Data visual adalah data yang diperoleh dari hasil dokumentasi, baik berupa gambar, foto, sketsa, artefak, film maupun video yang terkait dengan objek perancangan tersebut (Printina 2019). Visualisasi terkait objek perancangan desain virtual ini, dalam perwujudannya lebih banyak dengan penjaringan data berdasar data visual sumber gambar pada objek di Komunitas Ciliwung Condet.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Format Instagram (IG)

Instagram (IG), merupakan salah satu *platform* media sosial dan *digital marketing*. Melalui aplikasi ini, pengguna dapat membagikan berbagai tangkapan layar, dan berinteraksi selancar secara maya, dengan sesama pengguna lainnya. Instagram adalah *platform* yang sepenuhnya visual dan tidak jarang terhubung dengan suara dalam format video. IG tidak lain adalah kegiatan *marketing* melalui media digital untuk membangun sebuah *brand*, sebagai upaya membangun awareness sebuah usaha atau kegiatan (Oktaviani and Rustandi 2018)

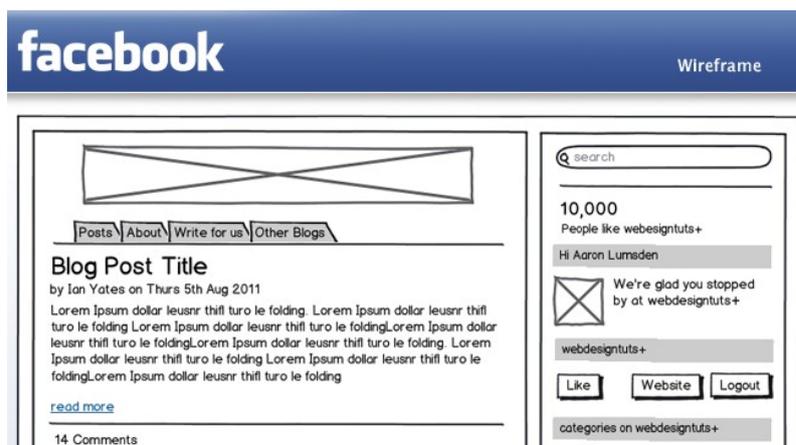


Gambar 1. Contoh Instagram verified blue tick merupakan lencana bahwa IG telah diverifikasi keasliannya. (Sumber: <https://www.langkah-mudah-agar-akun-instagram-tick>)

Instagram adalah *platform digital* yang memiliki fitur dengan sejumlah aplikasi, umumnya dapat digunakan sebagai media untuk berkomunikasi secara visual dengan *upload* foto, *story*, berkomunikasi verbal menggunakan teks yang lebih dikenal dengan istilah *comment* *chatt* (Beaird and George 2014). Instagram berperan sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto-foto kepada pengguna lainnya. Oleh karena itulah Instagram yang merupakan akronim dari kata instan dan telegram (Fisher 2020). Dalam penggunaan praktis millennium kini maka secara legal IG merupakan salah *educational platform* yang handal untuk digunakan sebagai *mix media* komunikasi virtual (Erarslan 2019). Kemampuannya untuk menyampaikan perasaan melalui foto, IG telah menjadi alat komunikasi yang berharga untuk *branding* destinasi wisata (Iglesias-Sánchez et al. 2020). Instagram merupakan program media sosial yang dapat diakses kapan dan dimanapun oleh target audiencenya sehingga tidak ada kendala dimana media tersebut akan dipasang. Informasi seputar Komunitas Ciliwung Condet akan diunggah lewat *feeds* yang sudah didesain.

Format Facebook (FB)

Facebook (FB), sebagai digital marketing memiliki pengaruh signifikan terhadap sebuah kegiatan *brand awareness*. Studi menunjukkan bahwa FB berperan untuk mengelola branding promosi organisasi destinasi pariwisata nasional (Yacub and Mustajab 2020). Facebook, yang merupakan salah satu platform digital dengan jumlah pengguna aktif tertinggi di antara jejaring di media sosial yang ada.



Gambar 2. Contoh *Wireframe* pada rancangan *platform* Facebook (Sumber: <https://webdesign.tutsplus.com/id/articles/design-and-code-an-integrated-facebook-app-theory--webdesign-4317>)

Facebook mampu memberikan jawaban atas tiga pertanyaan mendasar mengenai karakteristik sebuah konten baik itu pesan, popularitas dan keterlibatan penggerak di dalamnya, dan daya tarik pesan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa daya tarik emosional positif akan paling efektif saat berurusan dengan produk atau bidang yang ditawarkan (Thomas, Kureshi, and Yagnik 2021). Platform FB sebagai media jejaring sosial dapat dimanfaatkan sebagai pemantau sebuah acara atau kegiatan yang memungkinkan melakukan evaluasi, partisipasi dan interaksi pengguna di sebuah destinasi kawasan wisata (Campillo-Alhama and Martínez-Sala 2019).

Format Website

Website adalah kumpulan halaman informasi dalam bentuk halaman *web* yang saling tergabung di sebuah domain atau URL (*uniform resource locator*). *Domain* adalah sebuah identitas unik yang menunjukkan pemilik laman utama *website* baik institusi maupun personal. Dalam sebuah *website* dengan domain terdapat berbagai halaman lain mulai dari *blog*, menu, halaman kontak, dan sebagainya yang bisa diakses langsung dari halaman beranda (*homepage*).



Gambar 3. Contoh Three-column navigation at ThinkGeek (Sumber: <https://www.langkah-mudah-agar-akun-instagram-tick>)

Hal paling utama dan paling mendapatkan perhatian dalam membuat sebuah tampilan pengguna adalah fungsi dan kegunaannya (Krug 2014). Aspek dalam perancangan sebuah tampilan *website* tentu perlu adanya suatu pertimbangan. Mulai dari *layout*, warna, keseimbangan, tipografi, dan lain-lain karena ini akan saling terkait yang mana dapat menciptakan sebuah tampilan yang nyaman dan mudah untuk digunakan oleh pengguna. Dalam merancang *website* terdapat batasan-batasan yang menyebabkan beberapa rancangan dan kaidah secara struktur dapat muncul seperti *header*, *navigation*, *content*, *area*, dan *sidebar*, *footer*, dan terkadang *background*. Unsur dan elemen lain dalam sebuah konsol *website* antara lain terdapat beberapa blok, ukuran dan judul website, unsur lain dari *website* antara lain memiliki komponen yakni *container*, logo, *navigation*, *content*, *footer*, dan *whitespace* (Beaird 2010)

Tabel 1. Analisis 5W1H Perancangan Desain Virtual KCC

Analisis	Tujuan	Solusi
What	Apa yang dirancang untuk Komunitas Ciliwung Condet?	Merancang branding Komunitas Ciliwung Condet dengan <i>platform</i> desain virtual yang mencakup profil komunitas serta informasi lingkungan yang menarik serta komunikatif.
Who	Siapa yang menjadi target audience dalam perancangan promosi media digital Komunitas Ciliwung Condet?	Pertama adalah masyarakat yang peduli lingkungan dan tertarik dengan wisata Ciliwung, kemudian masyarakat sekitar Jakarta yang dapat mengakses atau mampir ke lokasi wisata dengan mudah, terakhir masyarakat luas dari berbagai macam daerah yang dapat mengakses informasi seputar Komunitas Ciliwung Condet lewat internet.
Why	Mengapa memilih desain virtual sebagai <i>platform</i> untuk branding Komunitas Ciliwung Condet ?	Saat ini belum ada official yang mengelola Komunitas Ciliwung Condet secara professional, sehingga dibutuhkan perancangan media promosi digital yang lebih memadai dan menarik untuk menarik banyak audience.
When	Kapan waktu perancangan branding media digital Komunitas Ciliwung Condet dilaksanakan?	Setelah konsep visual, strategi media, serta keseluruhan keperluan desain virtual Komunitas Ciliwung Condet selesai dipersiapkan, promosi digital dapat segera dimulai. Adapun momen yang tepat adalah mas sekarang ini di masa pandemi Covid 19 masih terjadi.
Where	Dimana kah perancangan promosi ini akan dilaksanakan?	Perancangan ini akan di laksanakan secara <i>online</i> dengan <i>platform</i> desain virtual media sosial.
How	Bagaimana branding Kawasan Ciliwung Condet dapat terlaksana?	Dengan merancang dan menyusun konsep media sosial melalui <i>platform</i> IG, FB dan website dengan konten Kawasan Ciliwung Condet.

Projek desain virtual ini, merupakan hasil riset sosial *project based learn* Lintang Andamari mahasiswa DKV ISI Yogyakarta 2019, sekaligus menjadi peneliti lokal di Condet Betawi pada masa pandemi. Latar belakang topik ini merupakan *resume case study*, bahwa aktivitas dari Komunitas Ciliwung Condet pada kenyataannya, hingga kini Komunitas Ciliwung Condet, hanya dikenal dari mulut ke mulut dan belum memiliki *official* media elektronik yang representatif. Adapun rumusan masalahnya adalah bagaimana merancang media *branding* yang tepat untuk Komunitas Ciliwung Condet agar menarik atensi masyarakat luas khususnya penduduk Ibukota di era *digital virtual*, supaya lebih peduli terhadap lingkungan, serta tidak melupakan tanah Betawi yang menjadi maskot kota Jakarta dan Condet sebagai kawasan penyangga ekosistem hayati ibu kota bersama Komunitas Ciliwung Condet.

Melalui analisis 5W1H (*What, Who, Why, When, How*) diperoleh kesimpulan bahwa komunitas lingkungan ini memiliki potensi untuk dikenal lebih luas oleh penduduk, baik dari kegiatannya maupun sebagai tempat wisata, namun masih ada kendala seperti masalah media promosi yang tepat sekaligus upaya untuk mengelolanya. Rekomendasi pemecahan masalah (*problem solving*) desain komunikasi visual di masa pandemi yang tepat adalah media digital.

Konsep Desain Virtual KCC

Konsep visual KCC yang diangkat untuk perancangan media digital ini adalah *moodboard* ceria dan menggunakan warna-warna yang identik dengan flora hayati dan entitas lokal, supaya tidak menghilangkan ciri khas tempat Komunitas Ciliwung Condet itu sendiri. Gaya desain yang digunakan yaitu gaya moderen dengan warna nuansa oranye-hijau merepresentasikan lingkungan alam serta ekosistem sungai. Tipografi yang dipilih adalah Avenir, baik untuk *heading* maupun *sub-heading* karena karakternya yang *readable* dan moderen. Hal ini bertujuan supaya audience bisa dapat menangkap informasi dengan cepat.

Strategi media utama yang dipilih ialah *digital feeds* baik Instagram, facebook maupun website, dikarenakan belum adanya *official page* yang representative untuk mempromosikan eksistensi Komunitas Ciliwung Condet. Selain itu *platform* digital virtual media sosial ini merupakan aplikasi yang digunakan berbagai generasi sehingga capaian cakupan audience akan jauh lebih mudah menggunakan aplikasi tersebut, ditambah adanya dukungan *fitur ads* untuk memaksimalkan branding komunitas.

Konten yang ditampilkan dalam strategi kreatif terdiri dari profil Komunitas Ciliwung Condet, dokumentasi kegiatannya, serta fakta-fakta menarik yang menyangkut kegiatan kelingkungan. Untuk mempercantik dan menambah minat audience, konten akan dirancang interaktif menggunakan fitur-fitur yang ada, contohnya *polling* dan tanya jawab (FAQ) *insta story* dan *replay comment* pada website. Isi konten juga dapat disertakan ilustrasi peta Komunitas Ciliwung Condet dan denah yang terhubung dengan link GPS di dalam lokasi tersebut, sehingga memudahkan masyarakat yang tertarik datang untuk mengenali seluk beluk komunitas.

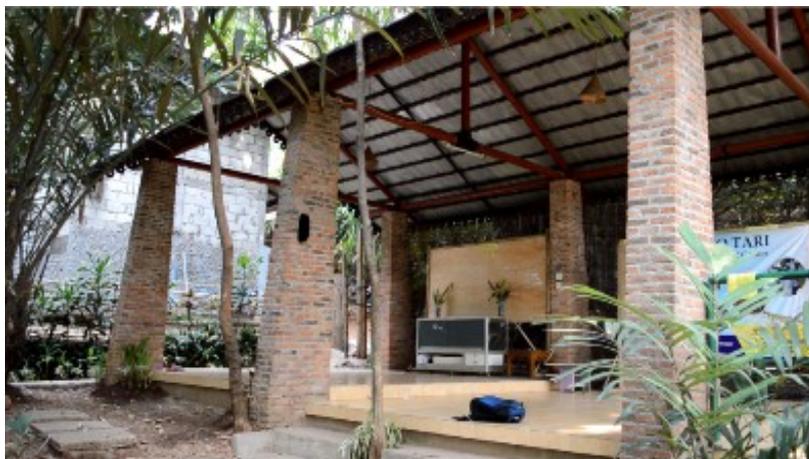
Data Visual



Gambar 4. Keragaman hayati flora dan budaya Ciliwung Condet [Sumber: Lintang Andamari]



Gambar 5. Kebun hayati dan perpustakaan terbuka Komunitas Ciliwung Condet [Sumber: Lintang Andamari]



Gambar 6. Saung tempat Komunitas Ciliwung Condet bertukar pikiran [Sumber: Lintang Andamari]



Gambar 7. Belajar mengenal alam Bersama Bang Abdul Kadir dari KCC Sumber: Lintang Andamari]



Gambar 8. Wawancara Lintang Andamari dengan pimpinan Komunitas Ciliwung Condet (KCC) Bang Abdul Kadir [Sumber: Dokumentasi Lintang Andamari]



Gambar 9. Font Avenir dipilih karena *readable* dan modern [Sumber: <https://www.fonts.com/font/linotype/avenir-next>]

Visualisasi Platform Media Sosial

Instagram (IG)

Desain virtual Instagram Komunitas Ciliwung Condet dapat diakses melalui laman IG: https://www.instagram.com/komunitas_ciliwungcondet/. Dengan konsep mengusung warna-warni alami dan nuansa modern maka visualisasi dominan warna natural terkait flora dan fauna.



Gambar 10. Profil IG KCC, ditandai dengan logo KCC dan tag: komunitas-ciliwungcondet



Gambar 11. Informasi IG KCC berisi feed yang memuat informasi pesan dalam kotak [Sumber: *screenshoot IG KCC*]



Gambar 12. Konten kreatif terdiri dari profil, lingkungan dan peta Komunitas Ciliwung Condet [Sumber: *screenshoot IG KCC*]



Gambar 13. *Insta story* dan peta Komunitas Ciliwung Condet (Sumber: *screenshoot IG KCC*)



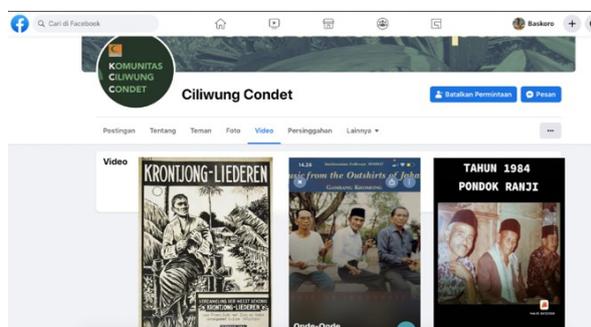
Gambar 14. Instagram ads Komunitas Ciliwung Condet (Sumber: screenshot IG KCC)

Facebook (FB)

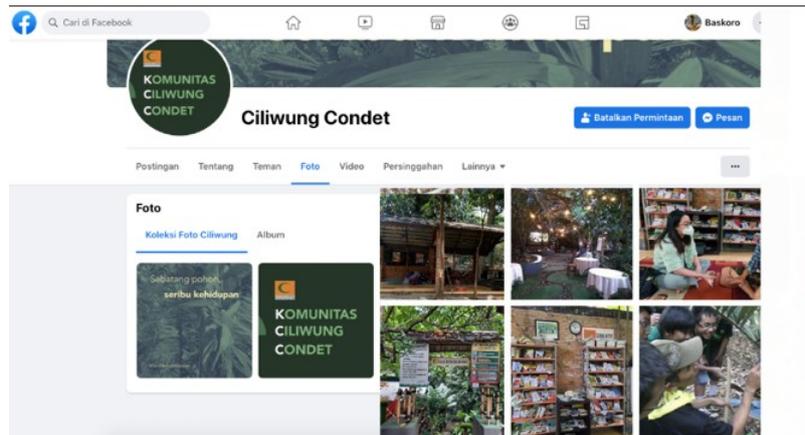
Desain virtual facebook (FB) Komunitas Ciliwung Condet dapat diakses melalui laman FB <https://www.facebook.com/profile.php?id=100080983382291/>. Dengan masih tetap mengusuh konsep warna-warni alami dan nuansa modern maka visualisasi dominan warna natural terkait flora dan fauna.



Gambar 15. Profil utama FB KCC, ditandai dengan *banner* nuansa hijau alam raya (Sumber: screenshot FB KCC)



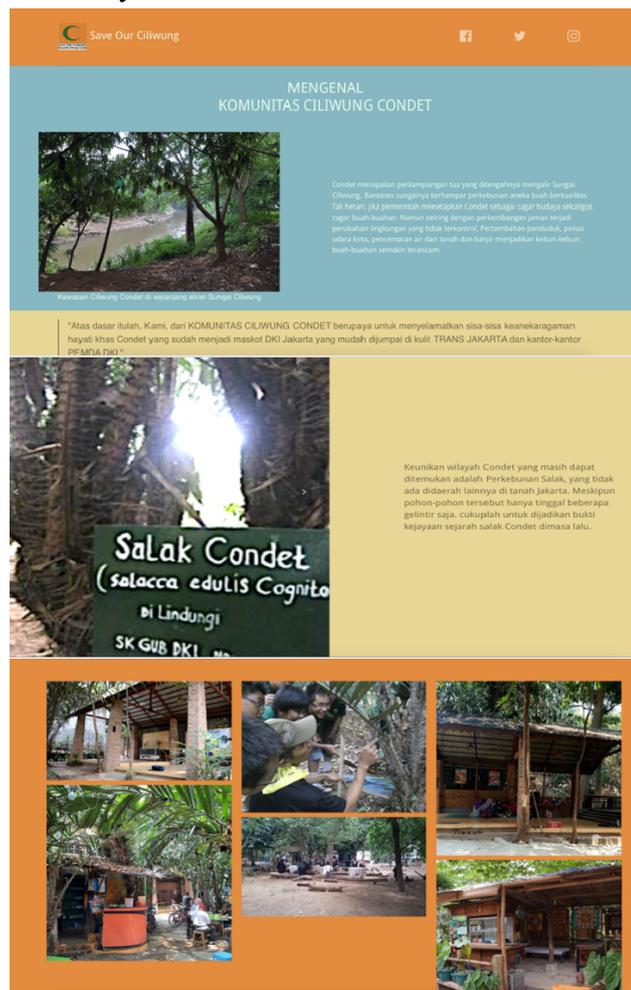
Gambar 16. Profil videografi berisi koleksi lagu keroncong Betawi tempo dulu (Sumber: screenshot FB KCC)



Gambar 17. Profil foto album berisi aktivitas di komunitas KCC (Sumber: screenshot FBKCC)

Website

Desain virtual *website* KCC bertaut di lawan *web* dengan alamat *website* <http://Ciliwung/index.html>. *Web* dirancang interaktif dimana tiap laman berisi foto kegiatan aktivitas Komunitas KCC dan *story telling* sebagai informasi verbal. Bentuk halaman *web* yang saling tergabung di sebuah domain atau URL (uniform resource locator), memudahkan akses dari info yang satu ke laman info berikutnya.



Gambar 18. Profil *website* KCC berisi aktivitas di komunitas KCC (Sumber: screenshot website KCC)

Hasil Uji Platform Media Sosial

Uji publik platform dilakukan untuk mengukur sejauh mana pengaruh media desain virtual terhadap audien. Melalui model IPA (*Important Performace Analysis*) rumus persentase:

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Keterangan

P = Persentase yang dicari

F = Frekuensi yang sedang dicari

N = Jumlah skor maksimum

Selanjutnya dibuatlah konversi kuantitatif ke dalam kategori penilaian sebagai berikut:

- Indeks Fitur > 100% berarti sangat baik/memuaskan
- Indeks Fitur 76% - 99% berarti baik/memuaskan
- Indeks Fitur 50% - 75% berarti cukup baik/memuaskan
- Indeks Fitur 40% - 55% berarti tidak baik/memuaskan
- Indeks Fitur < 40% berarti sangat tidak baik/memuaskan

Hasil Uji Platform

Uji platform disebarakan melalui *google form*, dengan menysasar para *follower* IG dan *user* pertemanan FB serta *visitor website*. Melalui penghitungan rumus kuantitatif IPA maka diperoleh data sebagai berikut:

Instagram

Dari perhitungan dengan menggunakan rumus di atas maka dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

Tabel 2. Indeks platform IG Komunitas Ciliwung Condet

No	Indikator Aspek	Persentase	Kategori
1	Fitur Home Page	97%	Baik
2	Comments	99%	Baik
3	Explore	100%	Sangat Baik
4	Profil	100%	Sangat Baik
5	News Feed	100%	Sangat Baik

Dari kuisisioner yang diberikan kepada *follower* IG Komunitas Ciliwung Condet, dengan objek pertanyaan apakah cukup mudah untuk mengakses dan mendapatkan informasi KCC? maka tercapai skor 99%, yang mengindikasikan bahwa *follower* puas dengan desain virtual platform KCC.

Facebook

Tabel 3. Indeks platform FB Komunitas Ciliwung Condet

No	Indikator Aspek	Persentase	Kategori
1	Menu Beranda	98%	Baik
2	Menu Profil	97%	Baik
3	Menu teman	100%	Sangat Baik
4	Menu Pesan Masuk	100%	Sangat Baik
5	Obrolan	100%	Sangat Baik

Dari kuisisioner yang diberikan kepada *follower* IG Komunitas Ciliwung Condet, dengan objek pertanyaan apakah cukup mudah untuk mengakses dan mendapatkan informasi KCC? maka tercapai skor 98%, yang mengindikasikan bahwa *follower* puas dengan desain virtual *platform* KCC.

Website

Tabel 4. Indeks *platform* Website Komunitas Ciliwung Condet

No	Indikator Aspek	Persentase	Kategori
1	Warna	98%	Baik
2	Layout	99%	Baik
3	Call-to-Action	100%	Sangat Baik
4	Aksesibilitas	100%	Sangat Baik
5	Navigasi	100%	Sangat Baik

Dari kuisisioner yang diberikan kepada *follower* IG Komunitas Ciliwung Condet, dengan objek pertanyaan apakah cukup mudah untuk mengakses dan mendapatkan informasi KCC? maka tercapai skor 98%, yang mengindikasikan bahwa *follower* puas dengan desain virtual *platform* KCC.

KESIMPULAN

Penelitian dan perancangan ini telah menjelaskan bagaimana peran dan pentingnya *platform* desain virtual. Format penelitian sosial lapangan, melalui pendekatan *project based learn* dan *project case study*, dapat menawarkan sebuah solusi atas problem di lapangan yang dinilai tidak ideal, melalui saluran media yang tepat.

Project case study, model penelitian ini dirancang oleh *researcher* karena munculnya kasus yang melanda atau terjadi pada sebuah objek terpilih. Melalui serangkaian analisis, maka kasus diuraikan dan diupayakan satu solusi atas permasalahan yang ada melalui strategi dan program media dan kreatif yang tepat.

Berasarkan survei uji publik terhadap media desain virtual sosial media, dapat ditarik kesimpulan bahwa *platform* desain virtual *brand activation* Komunitas Ciliwung Condet, telah dapat mengakomodasi layanan public atas kebutuhan branding sebuah komunitas.

Desain virtual telah dapat menggantikan teknologi lama publikasi cetak ke media digital yang serba fisik dengan teknologi maya. Masa pandemi, akhirnya memberikan solusi atas kebekuan yang ada dan terjadi pada objek terteliti (*researched object*). Desain virtual, melalui pesan *platform* jejaring sosial yang solutif telah dapat menjadi media *problem solver branding official* sebuah komunitas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih diucapkan kepada Ketua LPPM ISI Yogyakarta, Dr. Nur Sahid, M.Hum. yang telah memberikan kesempatan para peneliti melakukan aktivitas branding di Kawasan Komunitas Ciliwung Condet, melalui media desain virtual. Kepada para reviewer penelitian Dr. Suastiwi, M.Des dan Dr. Ahmad Nizam, M.Sn. diucapkan terimakasih atas bimbingan, masukan dan saran kepada para peneliti hingga tersusunnya tulisan ilmiah tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Busaidi, Saleh, and Fawzia Al-Seyabi. 2021. "Project-Based Learning as a Tool for Student-Teachers' Professional Development: A Study in an Omani EFL Teacher Education Program." *International Journal of Learning, Teaching and Educational Research* 20 (4). <https://doi.org/10.26803/ijlter.20.4.7>.
- Beaird, Jason. 2010. *The Principles of Beautiful Web Design*. 2nd ed. Canada.: Published: SitePoint Pty Ltd.
- Beaird, Jason, and James George. 2014. *The Principles of Beautiful Web Design*. USA: SitePoint Pty. Ltd.
- Campillo-Alhama, Concepción, and Alba María Martínez-Sala. 2019. "Events 2.0 in the Transmedia Branding Strategy of World Cultural Heritage Sites." *Profesional de La Informacion* 28 (5). <https://doi.org/10.3145/epi.2019.sep.09>.
- Chen, X. Y., C. H. Chen, and K. F. Leong. 2011. "A Novel Virtual Design Platform for Product Innovation through Customer Involvement." In *IEEE International Conference on Industrial Engineering and Engineering Management*, 342–46. <https://doi.org/10.1109/IEEM.2011.6117935>.
- Erarslan, Ali. 2019. "Instagram as an Education Platform for EFL Learners." *Turkish Online Journal of Educational Technology - TOJET* 18 (3).
- Fisher, Tabitha. 2020. "The Smooth Life: Instagram as a Platform of Control." *Virtual Creativity* 10 (1). https://doi.org/10.1386/vcr_00022_7.
- Harrison, Helena, Melanie Birks, Richard Franklin, and Jane Mills. 2017. "Case Study Research: Foundations and Methodological Orientations." *Forum Qualitative Sozialforschung* 18 (1). <https://doi.org/10.17169/fqs-18.1.2655>.
- Iglesias-Sánchez, Patricia P., Marisol B. Correia, Carmen Jambrino-Maldonado, and Carlos de las Heras-Pedrosa. 2020. "Instagram as a Co-Creation Space for Tourist Destination Image-Building: Algarve and Costa Del Sol Case Studies." *Sustainability (Switzerland)* 12 (7). <https://doi.org/10.3390/su12072793>.
- Katoppo, Martin L. 2021. "Menerawang Adaptabilitas Desain Sosial Di Masa Pandemi." *Jurnal Strategi Desain & Inovasi Sosial* 2 (2). www.uph.edu.
- Krug, Steve. 2014. "Don't Make Me Think: A Common Sense Approach to Web Usability." In , 3rd ed. USA: New Riders.
- Lau, H. Y.K., K. L. Mak, and M. T.H. Lu. 2003. "A Virtual Design Platform for Interactive Product Design and Visualization." *Journal of Materials Processing Technology* 139 (1-3 SPEC). [https://doi.org/10.1016/S0924-0136\(03\)00510-7](https://doi.org/10.1016/S0924-0136(03)00510-7).
- Masing, Leonard, Fabian Lesniak, and Jurgen Becker. 2021. "A Hybrid Prototyping Framework in a Virtual Platform Centered Design and Verification Flow." *IEEE Embedded Systems Letters* 13 (1). <https://doi.org/10.1109/LES.2020.2995084>.
- Oktaviani, F., and D. Rustandi. 2018. "Implementasi Digital Marketing Dalam Membangun Brand Awareness." *Profesi Humas* 3 (1): 1–20.
- Printina, Brigida Intan. 2019. "Pemanfaatan Media Komik Dalam Pembelajaran Sejarah Asia Barat Modern." Sanata Dharma, Yogyakarta.
- Saeed, Rashid;, Hashim; Zameer, Sajid; Tufail, and Iftikhar Ahmad. 2015. "Brand Activation: A Theoretical Perspective." *Journal of Marketing and Consumer Research*. ISSN 2422-.

-
- Song, Minglei, Binghua Wu, and Lihua Liu. 2020. "Design of Virtual Education Experiment Platform Based on Artificial Intelligence." *International Journal of Continuing Engineering Education and Life-Long Learning* 30 (4). <https://doi.org/10.1504/IJCEELL.2020.110921>.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Thomas, Sujo, Sonal Kureshi, and Arpan Yagnik. 2021. "Examining the Effect of Message Characteristics, Popularity, Engagement, and Message Appeals: Evidence from Facebook Corporate Pages of Tourism Organisations." *International Journal of Business and Emerging Markets* 13 (1). <https://doi.org/10.1504/IJBEM.2021.112777>.
- Yacub, R., and W. Mustajab. 2020. "Analisis Pengaruh Pemasaran Digital (Digital Marketing) Terhadap Brand Awareness Pada E-Commerci." *Manajerial : Jurnal Manajemen Dan Sistem Informas* 12 (2): 198–209.