

## PERANCANGAN ARENA BERMAIN REMAJA DITINJAU DARI ASPEK ESTETIKA (STUDI KASUS: SMA TELKOM BANDUNG)

### *THE DESIGN OF PLAYGROUND FOR ADOLESCENT IN TERMS OF AESTHETIC ASPECTS (CASE STUDY: SMA TELKOM BANDUNGN)*

Dian Qur'ana M.H Dini <sup>1)</sup>, Aji Firsty Faradisya A <sup>2)</sup>

<sup>1) dan 2)</sup> Mahasiswa Prodi Desain Produk, Fakultas Industri Keratif, Universitas Telkom  
dianqurana@gmail.com <sup>1)</sup> afaradisya@gmail.com <sup>2)</sup>

---

#### Abstrak

Penelitian ini berisi tentang proses perancangan arena bermain khusus untuk anak remaja dalam perspektif unsur estetika. Perancangan dilakukan karena remaja memiliki kebutuhan bermain yang tinggi tetapi fasilitas bermain tidak sesuai dengan kebutuhan dan preferensi remaja atau bahkan tidak ada sama sekali. Studi kasus untuk mendukung proses perancangan dilakukan di SMA Telkom Bandung. Penentuan unsur estetik dilakukan dengan siklus percobaan, angket dan analisis berulang hingga menemukan unsur dan konfigurasi produk yang menghasilkan respon pengguna yang diinginkan.

**Kata kunci:** arena bermain, remaja, SMA, bermain, estetika

---

#### Abstract

*This study is about the process of the design of a playground that specially designed for adolescent from aesthetical aspect point of view. The design is initiated because adolescents have a high need for play but the existing facility isn't aligned with their needs and preferences, or there are no facility at all. A case study was conducted at SMA Telkom to help provided empirical data related to the design process. The aesthetical aspect is determined by doing a cycle of experiment, questionnaire and analysis to find specific elements and product configuration that causes intended user's responses.*

**Kata kunci:** playground, adolescent, high school, play, aesthetic

#### I. PENDAHULUAN

*Playground* atau arena bermain adalah sebidang tanah yang dikhususkan untuk kegiatan rekreasi, biasanya untuk anak-anak. Sebuah *playground* biasanya memiliki beberapa jenis alat atau fitur yang diperuntukkan untuk kegiatan rekreasi, biasanya kegiatan fisik, sosial atau kreatif.

Kegiatan relaksasi atau dalam kasus ini 'bermain' seringkali dihubungkan dengan anak-anak, khususnya balita dan anak umur sekolah dasar, meski begitu, pemahaman ini kurang lengkap. Kegiatan relaksasi atau 'bermain' untuk anak dipahami secara luas dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan perkembangan anak, anak belajar mengenali dan melatih kapasitas dirinya sendiri lewat bermain. Hal ini sebenarnya tetap berlaku untuk remaja maupun orang dewasa. Pertumbuhan fisik memang sudah nyaris berhenti, tetapi bukan berarti kebutuhan berolahraga dan rekreasi menjadi hilang ketika anda tumbuh besar. Justru dengan semakin besarnya tingkat *stress* yang diterima remaja dan orang dewasa, kegiatan ini semakin dibutuhkan.

Biasanya anak di umur remaja akan mulai mendalami hobi tertentu, seperti *gaming*, olahraga atau sekedar berkumpul bersama teman. Di umur ini anak biasanya berani untuk mengambil resiko, sehingga tidak takut untuk mencoba hal baru dan cenderung menyukai hal yang menantang. Kita sudah sering menemukan kerusakan alat *playground* pada taman kota atau fasilitas pada fasilitas publik lainnya yang diakibatkan oleh penyalahgunaan alat tersebut oleh remaja. Hal ini disebabkan karena; 1) Karena karakteristik perkembangannya, remaja membutuhkan sarana rekreasi, 2) Sarana yang tersedia tidak dirancang sesuai dengan gaya bermain remaja, atau 3) Tidak ada arena bermain yang mendukung kegiatan berkelompok.

Karena pemahaman populer bahwa bermain hanya untuk anak atau balita, sangat sulit atau mungkin hampir tidak pernah penulis menjumpai *playground* yang dirancang khusus untuk remaja. Terlepas dari adanya ketersediaan fasilitas atau tidak remaja tetap akan mencari metode rekreasi tertentu. Jika fasilitas yang ada tidak sesuai, biasanya remaja akan melakukan penyalahgunaan fasilitas publik seperti contoh di atas. Meski begitu remaja tidak bisa sepenuhnya disalahkan soal hal ini karena fasilitas tersebut memang tidak dirancang sesuai dengan karakteristik bermain remaja. Untuk menyelesaikan masalah ini penulis menggagaskan perancangan *playground* yang dikhususkan untuk kebutuhan dan keinginan remaja dengan pendekatan nilai estetika.

Secara general, istilah estetika biasanya digunakan untuk menjelaskan karakter atau tampilan sebuah desain atau produk. Estetika adalah ilmu tentang fitur fisik sebuah komponen maupun konfigurasi komponen produk secara keseluruhan (*gestalt* produk) dan efeknya pada sensori manusia. Hal ini menempatkan estetika sebagai aspek yang penting sekali dalam

perancangan produk karena mempengaruhi pengguna dalam berbagai level; impresi atau seberapa mungkin produk tersebut menarik perhatian calon pengguna, nilai pragmatis atau kegunaan, dan emosi atau pengalaman penggunaan.

Dengan penerapan nilai estetik, *playground* dapat dirancang selain menarik tetapi juga sesuai dengan kebutuhan dan preferensi target pengguna, yaitu anak usia SMA. Estetik *playground* dapat dirancang sehingga memiliki kadar familiaritas yang cukup sehingga nyaman digunakan untuk waktu yang cukup lama. Dengan aplikasi nilai estetik yang baik *playground* dibuat mendukung baik aktivitas kelompok maupun individual, fitur dirancang dengan gaya *open ended*, artinya penggunaan fitur tidak banyak didikte oleh intensi desainer, dengan ini pengguna dapat menyalurkan kreativitas dalam hal penggunaan fitur selain itu juga dapat mengurangi sifat monoton dari penggunaan produk.

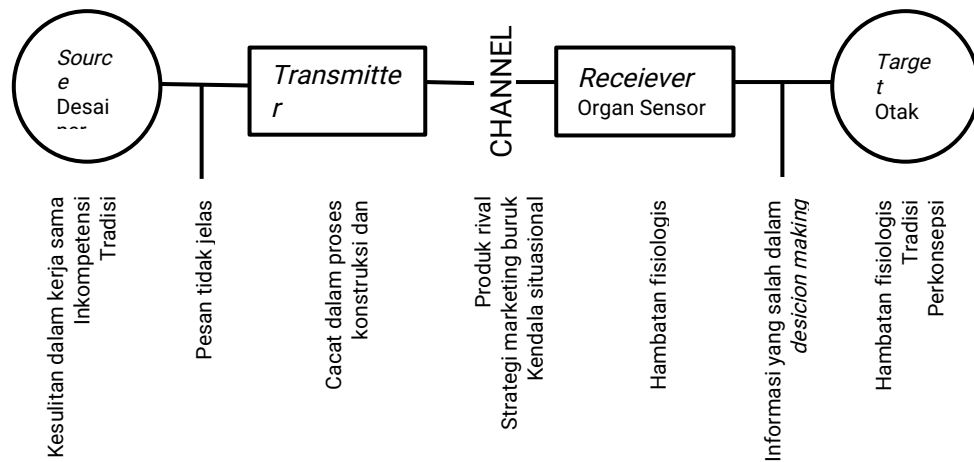
Studi kasus dilakukan di SMA Telkom Bandung, tepatnya di Jalan Radio, Dayeuh Kolot. Fasilitas rekreasi yang tersedia adalah lapangan kosong, basket dan futsal dengan konsentrasi remaja yang cukup tinggi yaitu 1500 anak.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### Arena Bermain

Arena bermain atau *playground* adalah sepetak tanah yang mempunyai fitur spesial untuk rekreasi, biasanya untuk anak-anak (Gove 1961, p.1737). Dalam perancangan arena bermain, berikut ini adalah sejumlah hal yang harus diperhatikan; kondisi lahan penempatan arena bermain, paparan cuaca, faktor kecelakaan disekitar lokasi, jenis dan kondisi bangunan disekitar lokasi, alur lalu lintas, pemetaan, ergonomi dan seterusnya. Pertimbangan terhadap beberapa hal tersebut dilakukan agar arena bermain dapat diakses dengan baik, nyaman juga memenuhi tujuan pembuatan arena bermain.

**Estetika**



(Sumber: Binh Pham, 1999)

Estetika pada produk dapat dibilang sebagai bahasa produk, Rune Mono dalam bukunya *Design for Product Understanding* (1997) menggambarkan istilah estetika dalam produk sebagai berikut: studi efek gestalt (konfigurasi) produk pada sensai manusia. Penggunaan istilah ini terinspirasi dari model komunikasi karya Shanon dan Weaver, dengan mengadaptasi model komunikasi ini, Mono menjelaskan bagaimana estetika dapat dilihat sebagai proses komunikasi melalui produk, dengan produk itu sendiri sebagai *transmitter*-nya (objek).

**Karakteristik Remaja**

Target pengguna produk adalah remaja usia 16-19 tahun, yaitu rata-rata usia anak sekolah menengah ke atas. Menurut American Academy of Child and Adolescent's Facts for Families (2008) anak yang tergolong remaja adalah anak usia 11-21 tahun. Di masa remaja, seiring dengan meluasnya dunia dan tanggung jawab anak, anak juga mengalami banyak perubahan, baik secara fisik, kognitif maupun sosial dan emosional. Perubahan ini tentu saja bervariasi tiap individunya, tetapi biasanya mengikuti pola tertentu.

Pada tahap menengah remaja (14-18) polanya adalah sebagai berikut: sudah mampu memiliki pemahaman abstrak, tertarik dengan banyak hal secara luas, mampu menentukan tujuan, mulai tertarik dengan pemahaman moral, tertarik dengan eksistensialitas, kesadaran seksual mulai matang. Secara fisik anak di umur ini biasanya banyak mencari kegiatan aktif karena cadangan energinya

meningkat, tetapi juga tidak jarang menderita kegelisahan dan kelesuan karena ketidak stabilan hormon.

### **Bermain Pada Remaja**

Sebuah meta-analisis dari penelitian Else. P (2014: 3-6) mendeskripsikan kegiatan bermain sebagai kegiatan yang dipilih sendiri oleh pelaku, selain itu kegiatan tersebut harus menyenangkan, menarik dan memuaskan atau jika tidak pelaku akan berhenti bermain.

Tujuan dari kegiatan bermain sering kali dikaitkan dengan “kesenangan” atau fun, meski begitu kegiatan bermain lebih dari hanya sekedar kesenangan, kegiatan bermain dapat dilakukan untuk mendapatkan perasaan kepuasan atas sesuatu, kegiatan playful juga biasa dilakukan untuk merasakan perasaan melewati sebuah batasan atau aturan, atau bahkan untuk mendapatkan sebuah perasaan atau pengalaman khusus (misal: melanggar aturan, atau terjun dari tebing dst).

Orang dewasa atau bahkan remaja itu sendiri mungkin tidak akan menyebut kegiatan seperti ini sebagai “bermain,” tetapi bagi remaja kegiatan bermain adalah kegiatan yang mereka habiskan dengan teman (atau sendiri), atas dasar kemauan sendiri. Hal ini dapat berupa kegiatan sosialisasi dengan teman kelompok pergaulannya, atau kegiatan yang berhubungan dengan hobi. Hal ini dapat dilakukan sendiri atau dengan komunitas dengan hobi yang sama.

Kegiatan bermain di kalangan remaja secara dominan biasanya merupakan kegiatan sosial dimana kelompok atau individu tersebut memiliki kebebasan untuk menentukan segala hal yang berkaitan dengan kegiatan bermain tersebut. Komunitas hobi biasanya merupakan sarana bermain paling efektif untuk remaja; remaja bisa bersosialisasi, dan yang paling penting remaja dapat memilih sendiri bagaimana cara untuk menghabiskan waktunya.

Hal seperti ini dapat meningkatkan rasa percaya diri dan memberikan perasaan sebagai bagian dari sesuatu, terlebih lagi sebagian besar remaja di umur ini

sudah mengetahui hal yang menarik dan tidak menarik baginya. Survey yang baru-baru ini dilakukan oleh British Toy & Hobby Association menunjukkan sebuah fakta menarik; anak dan remaja responden memilih 'memiliki lahan tertentu yang bisa mereka pakai untuk meluangkan waktu dengan teman' sebagai hal yang dapat membuat kualitas hidup mereka lebih baik.

### III. METODOLOGI PENELITIAN

Dalam perancangan ini metodologi yang digunakan adalah kombinasi metode kualitatif dan kuantitatif. Adapula metode pengumpulan data yang digunakan dalam perancangan adalah sebagai berikut:

**Observasi (pengamatan langsung)** adalah cara perolehan data tertentu dengan mengamati secara sistematis kondisi, sistem, objek atau sumber informasi yang relevan. Lokasi observasi adalah di tempat studi kasus, yaitu SMA Telkom Bandung.

Target informasi yang ingin didapat dengan menggunakan metode ini adalah: 1) situasi saat dan di luar jam pelajaran, 2) pola bermain, sosialisasi, minat dan hobi, 3) kondisi fasilitas bermain, berkumpul dan belajar.

**Interview (wawancara)** adalah cara perolehan data yang dilakukan dengan melakukan proses tanya jawab secara lisan. Respondenya adalah 1) guru-guru (umum, BK, guru olahraga, kemahasiswaan) dan staf administrasi, 2) sejumlah murid SMA Telkom Bandung, 3) satpam sekolah.

Target informasi adalah 1) kondisi pembelajaran, performa akademis, kondisi emosional dan fisik murid (khususnya perbedaan sebelum dan sesudah jam istirahat dipotong), 2) pendapat guru dan murid perihal kegiatan relaksasi, berkumpul dan olahraga, 3) minat dan hobi murid, 4) kebutuhan fisik, emosional dan sosial murid, dll.

**Dokumentasi** adalah cara perolehan data dengan pengabdian gambar, video maupun rekaman suara. Lokasi dan hal yang didokumentasikan adalah area di sekitar SMA Telkom Bandung dan taman-taman bermain di Bandung.

**Studi pustaka** atau literatur adalah studi mengenai hal yang relevan dalam

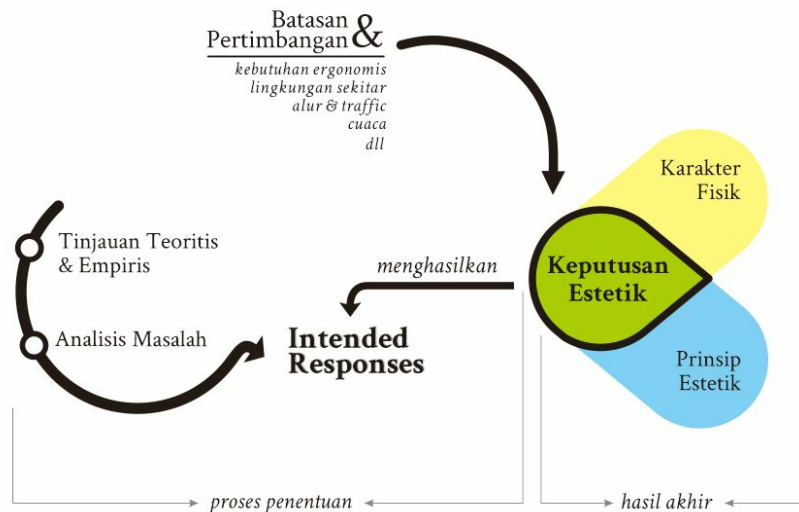
penelitian dari media literatur, hal ini dapat berupa buku, jurnal maupun penilitian atau artikel maupun tulisan yang diperoleh dari internet.

**Angket dan kuisioner** adalah metode pengumpulan data dengan menyebarkan set pertanyaan yang sudah dirancang khusus kepada responden terkait.

Data yang didapat dengan metode ini adalah 1) animo murid mengenai pengadaan arena bermain, 2) kondisi fasilitas berkumpul dan bermian, 3) intensitas, pola dan kebiasaan bermain murid, 4) hobi dan minat murid, 5) preferensi estetik murid

### Metodologi Perancangan dengan Pendekatan Aspek Estetika

Tujuan akhir dari perancangan dengan pendekatan estetik adalah menghasilkan keputusan estetik yang sesuai dengan intensi perancangan penulis, yaitu merancang arena bermain yang sesuai dengan kebutuhan, pola bermain dan



minat target pengguna.

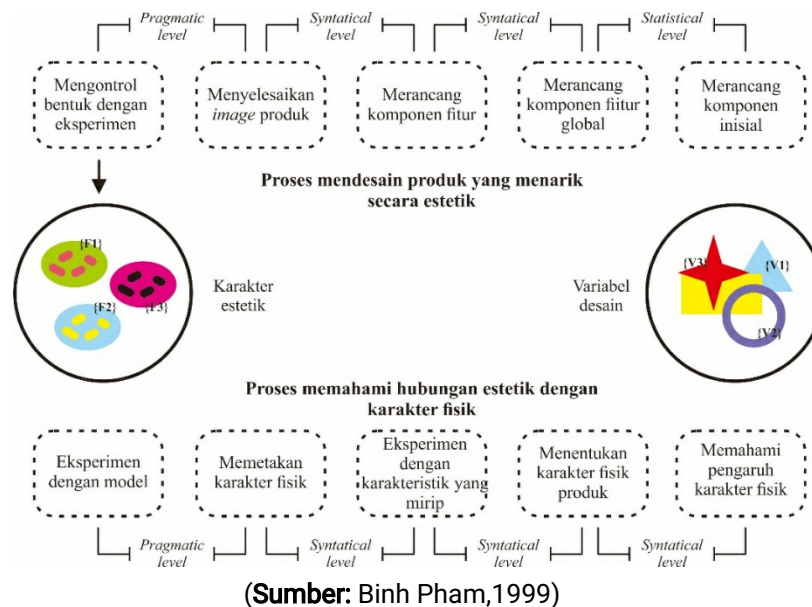
Skema Analisis Aspek

(Sumber: Data Penulis, 2018)

Kunci dari metode ini adalah membuat keputusan estetik yang sesuai dengan pertimbangan dan batasan yang relevan dengan perancangan dan menghasilkan *intended responses* yang telah ditentukan sebelumnya. *Intended*

*responses* adalah target respon pengguna terhadap produk, tujuan penentuan *intended responses* ini adalah untuk mempermudah pengarahan agar penentuan keputusan estetik sesuai dengan konsep.

Adapula metode pencarian hubungan bentuk dan konfigurasi estetik dengan respon pengguna didapat dari jurnal *Design for aesthetics: interaction of design variables and aesthetic properties* (1999) karya Binh Pham, metode pembelajaran tersebut dapat dilihat di bawah:



#### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### Konsep Perancangan

Target perancangan adalah membuat arena bermain yang sesuai dengan karakteristik, kebutuhan dan minat pengguna karena itu, konsep perancangan ditarik dari kesimpulan dan analisa yang didapat dari studi literatur, empirik dan analisa aspek yang telah dilakukan sebelumnya. Berikut di bawah ini adalah konsep perancangan produk:

##### 1. Variatif



Produk memiliki fitur untuk mengakomodasi berbagai jenis kegiatan dengan jenis yang berbeda. Tujuannya adalah untuk memberikan pilihan dan solusi bagi preferensi kegiatan rekreatif target pengguna yang berbeda-beda. Jenis kegiatan dipilih berdasarkan hasil observasi, angket dan studi teoritis.

## 2. Ekspresif

Produk menyediakan fitur ekspresif (misal: panggung, lokasi mural, dst), kegiatan yang dipilih adalah kegiatan dengan jumlah komunitas aktif paling besar di lokasi studi kasus.

## 3. Fitur *open-ended*

Fitur ini gunanya adalah untuk memberikan kebebasan penggunaan pada pengguna, pengguna dapat menciptakan sendiri bagaimana aturan dan cara menggunakan fitur tersebut. Selain bermain dengan kreatifitas hal ini juga dapat mengurangi kebosanan dari kegiatan monoton.

## 4. Modern

Gaya keseluruhan yang dipilih adalah modern dengan aplikasi warna dan finish natural. Gaya keseluruhan produk ini dipilih karena dengan garis dan bentuk geometris produk tetap dapat memberikan kesan dinamis dan menarik tanpa terlihat terlalu berbeda dengan desain bangunan disekitarnya, selain itu pilihan gaya ini dipilih karena produk merupakan produk dengan masa guna lama sehingga gaya produk tetap terasa relevan di masa mendatang.

### Pemilihan Fitur

Pemilihan fitur dilakukan dengan mempertimbangkan kebutuhan fisik, emosional dan sosial anak (sumber: studi literatur dan wawancara dengan guru olahraga) dan keinginan target pengguna yang didapat dengan metode kuisisioner. Rekapitan hasil studi literatur dan metode kuisisioner dengan target pengguna adalah sebagai berikut:

- **Studi literatur:** anak usia ini harusnya setidaknya melakukan kegiatan fisik dengan intensitas setidaknya medium selama minimal 1 jam perharinya (Kaigang Li, 2015); di usia ini tipe bermain yang sesuai dengan anak adalah melakukan kegiatan yang sesuai dengan minat dan hobi, remaja usia ini juga biasanya lebih memilih berkegiatan dengan kelompok ([maketime2play.co.uk](http://maketime2play.co.uk))
- **Wawancara dengan guru olahraga:** anak butuh lahan, aktifitas olahraga

yang melibatkan seluruh badan, melatih ketahanan dan kekuatan tangan dan kaki.

- **Kuisisioner pada target pengguna:** rekapan dari pertanyaan mengenai fitur apa saja yang diinginkan target pengguna untuk disediakan di area rekreasi cukup beragam, tetapi yang paling banyak disebut adalah area semacam panggung, area panjat, area nonton dan area berkumpul.
- **Rekapan Data Ekstrakuliler:** dengan mempelajari data kegiatan ekstrakurikuler murid penulis mendapatkan kesimpulan bahwa kegiatan yang paling banyak diminati adalah 1) tipe kegiatan sosial kelompok, 2) Olahraga (dengan anggota terbanyak pada futsal, kalistenik dan bulu tangkis) 3) Seni (khususnya tari modern dan musik)

Dengan mempertimbangkan data di atas penulis menyimpulkan bahwa fitur yang disediakan baiknya adalah fitur yang paling banyak bersinggungan dengan data dari berbagai sumber tersebut. Karena itu, fitur yang disediakan adalah fitur kegiatan aktif berkelompok, area santai, olahraga panjat, area dengan fungsi *stage*, dan fitur *fitness*.

## **Pertimbangan Estetik**

Penjabaran lebih jelas mengenai analisis aspek estetika perancangan dapat dilihat di laporan perancangan penulis.

Dalam perancangan ini, keputusan estetik disesuaikan untuk menghasilkan *intended responses* yang sudah ditentukan sebelumnya dan mempertimbangkan batasan-batasan yang sudah ada.

### **A. Prioritas Estetik Berdasarkan *Intended Responses***

Agar produk menghasilkan respon yang sesuai dengan target perancangan, penulis mencari komponen estetik dan aplikasi prinsip mana yang menghasilkan respon yang diinginkan.

Penilaian respon pengguna terhadap variabel estetik didapat dari studi literatur (Binh Pham, 1999) dan kuisisioner estetik yang disebar di target pengguna.

Di bawah ini adalah prioritas estetik dan solusi yang dapat diaplikasikan

pada produk berdasarkan *intended responses*:

1. Menarik bagi target pengguna, sehingga memancing kontak awal dengan produk.

**Prioritas:** 1) Warna & Dominasi, 2) Dinamika

**Solusi:** Produk memiliki vokal poin utama yang dapat berupa bentuk, arah, atau orientasi. Warna pada vokal poin lebih baik adalah merah/oranye/kuning/hitam atau perpaduannya dengan nilai value dan chroma tinggi.

2. Mendukung dan memancing kegiatan interaksi kelompok di bagian produk yang telah ditentukan.

**Prioritas:** 1) Komposisi, 2) Warna & Bentuk, 3) Dinamika 4) Gradasi

**Solusi:** Bermain dengan orientasi arah, bentuk dengan nilai sudut besar (terbuka atau tertutup). Ada 2 jenis penempatan fitur, 1) memiliki akses langsung pada fitur lainnya dan 2) seklusif. Gradasi dan ritme dapat diaplikasikan untuk menambah efek menyenangkan.

3. Mendukung dan memancing kegiatan fisik berkelompok dan individu di bagian produk yang telah ditentukan.

**Prioritas:** 1) Warna & Dinamika dan 2) Ritme, Bentuk & Komposisi

**Solusi:** Aplikasikan warna (merah, oranye, kuning, hitam atau perpaduannya. Nilai value rendah, chroma tinggi) sebagai warna aksen. Dinamika pada bentuk dan komposisi harus tinggi, ritme dapat diaplikasikan untuk memberikan kesan menyenangkan.

4. Mendukung dan memancing kreatifitas anak dalam menggunakan fasilitas telah disediakan.

**Prioritas:** 1)Warna, 2)Bentuk, Ritme & Dinamika 3) Dominasi

**Solusi:** Dapat aplikasi prinsip warna lazim dan aksen maupun gradasi. Warna yang digunakan berkroma menengah hingga tinggi. Bermain dengan dinamika, ritme dan aksen pada bentuk dan komposisi produk.

5. Memberikan perasaan santai, nyaman dan fokus di bagian produk yang telah ditentukan.

**Prioritas:** 1) Warna 2) Bentuk & Komposisi 3) Gradasi & Ritme

**Solusi:** bentuk dominan organis, aplikasi warna dominan (hijau, biru,

ungu, putih. Nilai value rendah, chroma tinggi). Dinamika komposisi dan bentuk rendah. Gunakan pengulangan atau gradasi pada karakter fisik produk untuk meningkatkan rasa nyaman atau gunakan satu warna dominan.

## B. Keputusan Estetik Desain

Di bawah ini adalah keputusan estetis desain yang ditentukan dengan mempertimbangkan analisis aspek estetik, pengguna dan data empiris lapangan:

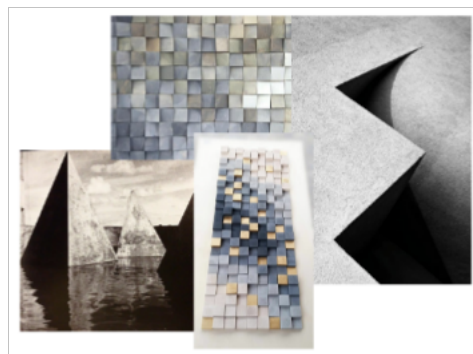


Dokumentasi Bangunan di SMA Telkom Bandung

(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2018)

### 1. Modern-simpel

Gaya keseluruhan yang dipilih adalah gaya modern dengan bentuk-bentuk geometris simpel. Pertimbangannya adalah preferensi dan kebutuhan target pengguna, tipe produk dan lingkungan sekitar penempatan produk. Produk dapat terlihat menarik bagi pengguna tetapi juga tidak terasa terlalu berbeda dari bangunan disekitarnya.



Selain itu pilihan gaya modern simpel dipilih agar estetik produk tetap terasa relevan di tahun-tahun berikutnya.

*Moodboard*

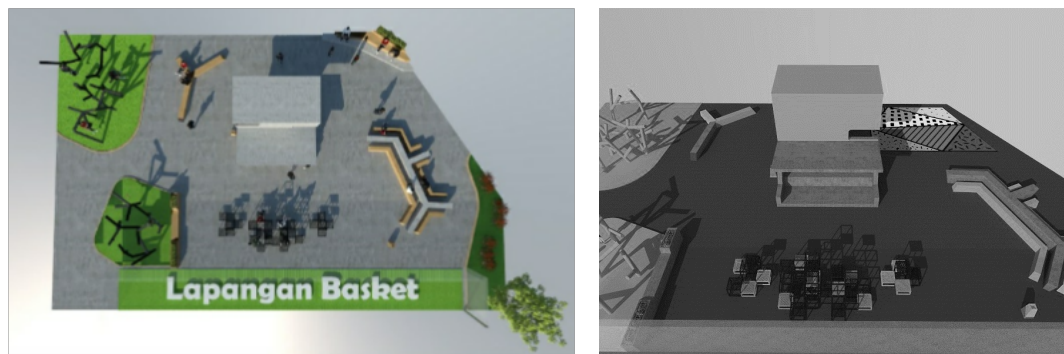
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2018)

## 2. Material dan Warna

Mengikuti gaya dan tema keseluruhan material yang banyak digunakan adalah beton dan besi di beberapa bagian produk. Material tersebut dipilih karena kuat, tahan cuaca, membutuhkan sedikit maintenance dan sesuai dengan tema keseluruhan produk.

Warna dan finish yang dipilih adalah variasi abu dan coklat dari warna natural beton dan besi yang dicat hitam. Warna dan finish ini dipilih karena berkesan modern, sesuai dengan tren sekarang tetapi juga akan tetap relevan untuk waktu kedepannya. Selain itu, pertimbangan lain adalah keadaan di lingkungan sekitar, pilihan warna yang lebih mencolok tidak akan sesuai dengan desain SMA di lokasi produk.

### Perwujudan Produk



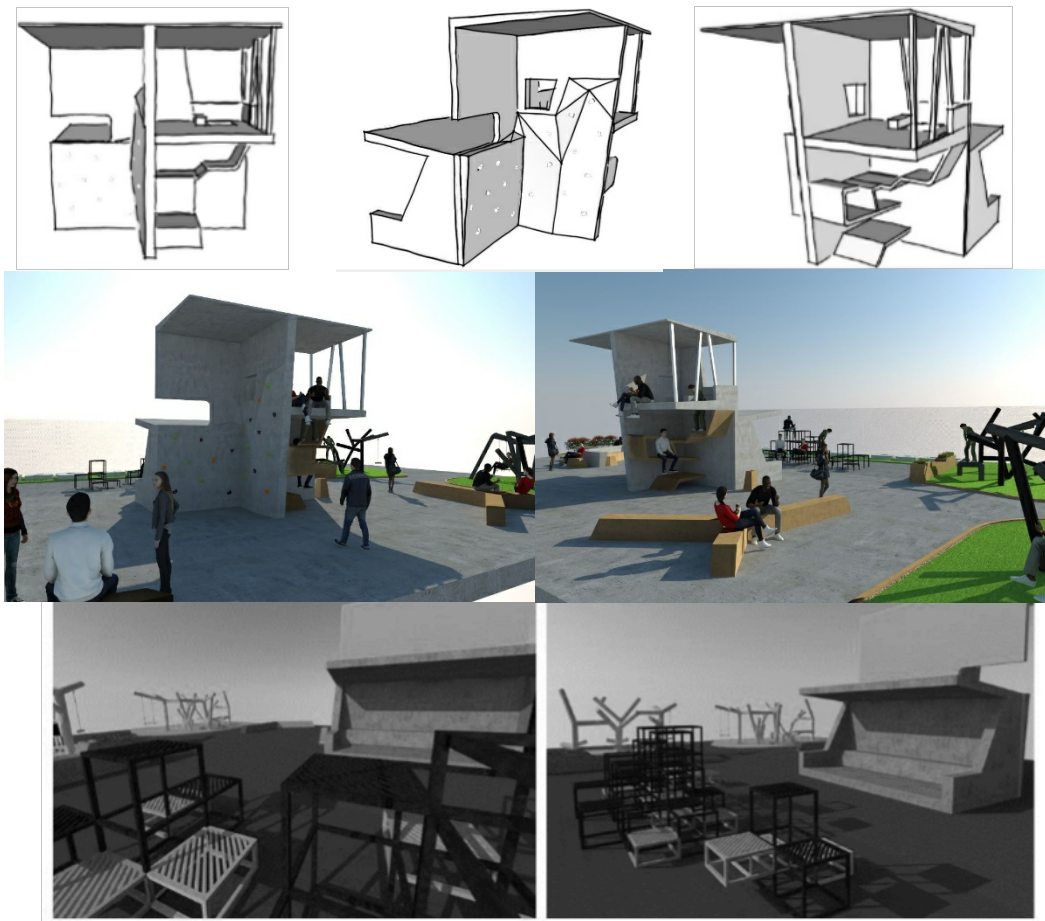
Visualisasi Karya, Tampak Atas 1  
(Sumber: Data Pribadi, 2018)

Alokasi luasan produk adalah 18 m x 34 m.



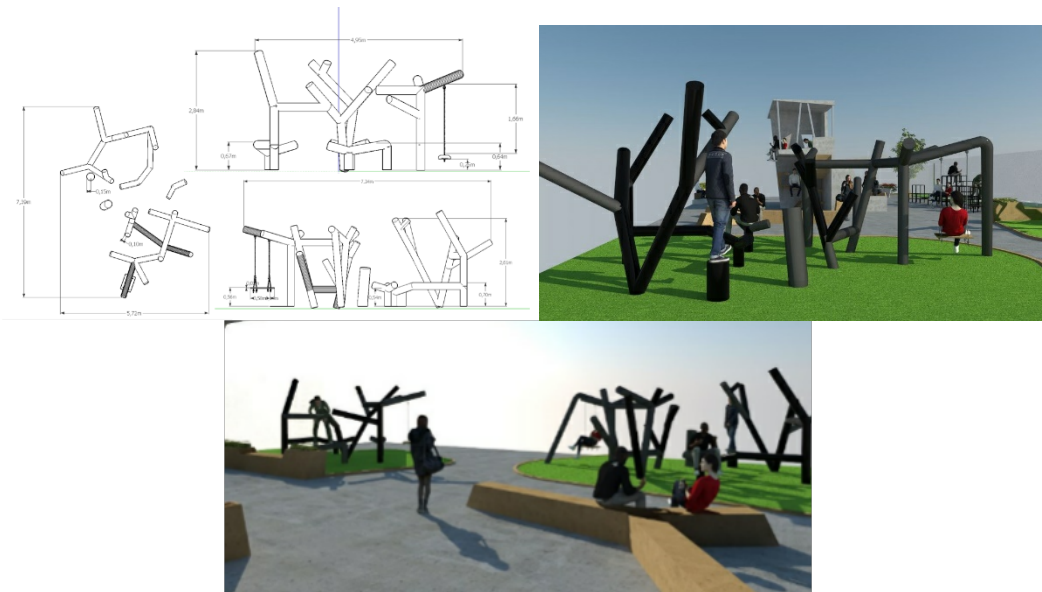
Visualisasi Karya, Fitur Fitness dan berkumpul, Panggung  
(Sumber: Data Pribadi, 2018)

Fitur *fitness* di gambar di atas terdiri dari modul berbentuk kubus dengan dua variasi ukuran (60 cm dan 30 cm) dan 3 variasi bentuk (dengan alas, atap, atau tanpa keduanya). Alas atau atap modul dapat dijadikan sebagai tempat duduk sehingga fitur ini juga dapat merangkap tempat berkumpul. Fitur di tempatkan di antara fitur panggung dan lapangan basket (yang sudah ada) sehingga fitur di atas juga dapat dijadikan sebagai tempat menonton.



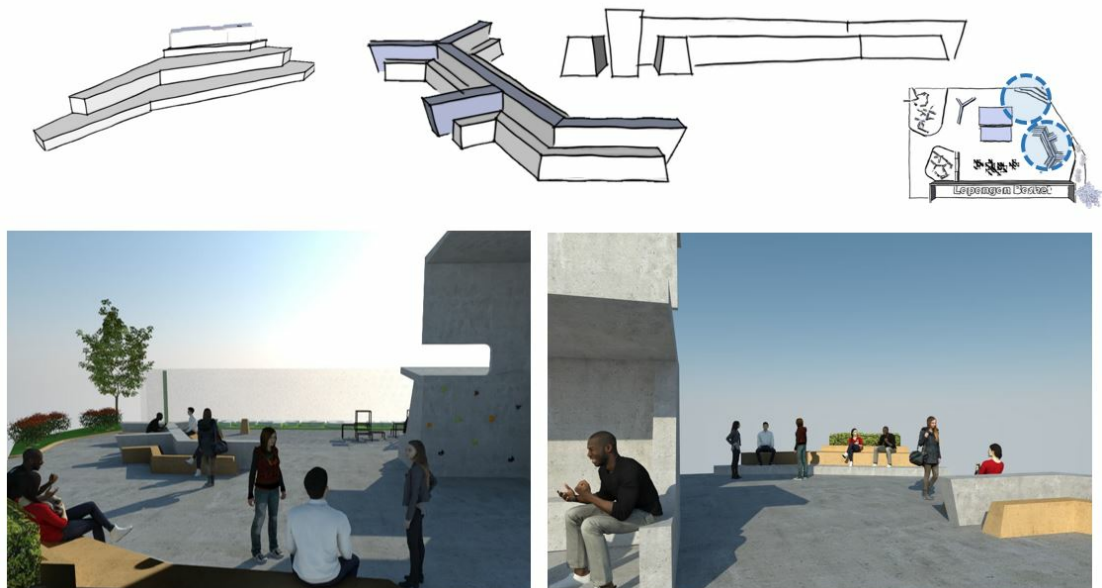
Visualisasi Karya, *Wall Climbing* dan area santai

(Sumber: Data Pribadi, 2018)



Visualisasi Karya, Fitur *fitness 2*  
(Sumber: Data Pribadi, 2018)

Gambar di atas merupakan fitur *fitness* dengan modul berbeda, kegiatan yang memungkinkan merupakan panjat, latihan ketahanan dan kekuatan tangan kaki juga kegiatan rekreasi seperti ayunan duduk dan kaki.



Visualisasi Karya, Fitur *hangout* dan lahan kosong  
(Sumber: Data Pribadi, 2018)

Gambar di atas dan di bawah merupakan visualisasi sarana kegiatan *hangout*

dengan modul bangku dan kursi, penempatan disebar di beberapa sisi produk sehingga mudah diakses.



Visualisasi Karya, Fitur *hangout* dan lahan kosong  
(Sumber: Data Pribadi, 2018)

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Perancangan berangkat dari ketidakadaan fasilitas playground yang dirancang khusus untuk remaja usia SMA, pada kasus ini SMA Telkom Bandung. Hal ini menjadi masalah karena 1) ditinjau dari segi pengguna, remaja di usia ini mulai terpapar stress dan masih membutuhkan unsur bermain, 2) secara khusus, di SMA Telkom jam belajar semakin bertambah sedangkan waktu istirahat semakin dipangkas, 3) jika ada, fasilitas yang diperuntukkan untuk kegiatan bermain biasanya tidak dirancang untuk remaja usia SMA sehingga tidak sesuai dengan kebutuhan dan keinginan target pengguna, 4) remaja akan tetap melakukan kegiatan bermain dengan atau tanpa fasilitas, seringkali kegiatan tersebut tidak bersifat merusak (baik diri sendiri maupun pihak lain) tetapi tidak jarang juga sebaliknya.

Perlu diperhatikan bahwa kegiatan 'bermain' bagi remaja berbeda pola dan kebutuhannya dari anak-anak atau balita, meski tidak kalah penting. Bermain pada dasarnya merupakan 'waktu bebas di mana anak bisa melakukan apapun yang ia ingin lakukan untuk melewatkan waktu,' tanpa didikte. Ditinjau dari tahap perkembangannya, kegiatan yang diasosiasikan dengan kesenangan bagi remaja usia SMA biasanya tidak jauh dari kegiatan berkumpul bersama teman



sekelompoknya atau kegiatan yang menjurus ke hobi.

Mempertimbangkan hal-hal yang sudah disebut di atas, penulis bermaksud merancang fasilitas playground yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi remaja. Pendekatan perancangan dilakukan dengan studi teoritik maupun lapangan, penulis membagikan angket dan melakukan wawancara terkait dengan kegiatan bermain, kejenuhan, performa akademis, serta preferensi.

Hasil dari studi tersebut merupakan konsep perancangan playground yang secara keseluruhan berkesan modern dan muda, dengan fitur yang variatif, ekspresif dan dengan fitur-fitur yang bersifat open-ended untuk mencegah kegiatan monoton dengan memberikan berbagai opsi penggunaan fitur.

Pendekatan dari segi estetika dilakukan untuk memaksimalkan efek dari unsur fisik produk. Produk dirancang untuk memancing kontak dari target pengguna, dan selanjutnya interaksi. Penulis memanfaatkan bentuk-bentuk sederhana untuk menciptakan modul dengan kualitas open-ended. Playground juga mempertimbangkan kecenderungan sosialisasi secara kelompok yang biasa dilakukan target pengguna.

### **Saran**

Penulis dapat melakukan studi bentuk lebih mendalam sehingga solusi desain lebih orisinal, efektif dan menarik. Selain itu penulis juga dapat lebih baik dalam mengatur waktu pengerjaan produk

## **DAFTAR PUSTAKA**

### **BUKU**

Kolenda, Nick. 2016. *The Psychology of Color*. New York: Kolenda Entertainment LLC

Mono, Rune. 1997. *Design for Product Understanding*. Sweden: Liber.

Norman, Don. 2013. *The Design of Everyday Things*. New York: Perseus Book Group.

Playground People Ltd. 2016. *All You Need to Know About Playground Equipment & Under-surfacing Safety*. New Zealand: Playground People Ltd

### **MAKALAH**

Atamtajani, Asep Sufyan Muhakik, Eki Juni Hartono, and Prafca Daniel Sadiva. "Creativity of Kelom Geulis Artisans of Tasikmalaya." Bandung Creative Movement (BCM) Journal 3.1 (2016).

Atamtajani, Asep Sufyan Muhakik. "Filigree Jewelry Product Differentiation (Case Study Filigree Kota Gede Yogyakarta)." Bandung Creative Movement (BCM) Journal 4.2 (2018).

Buyung, Edwin. 2017 "Makna Estetik Pada Situs Karangkamulyan Di Kabupaten Ciamis". Jurnal Desain Interior & Desain Produk Universitas Telkom Bandung Vol II No-1:34

Else, Perry. 2014. Making Sense Of Play: Supporting Children in Their Play. UK: Open University Press.

Hardy Adiluhung. 2016. Proses Kreatif Tim Desain Prototipe Medium Tank PT Pindad. Tesis. Institut Seni budaya Indonesia. Bandung

Herlambang, Y. (2014). Participatory Culture dalam Komunitas Online sebagai Representasi Kebutuhan Manusia, Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi (Tematik), 2(1), 61-71.

Herlambang, Y., Sriwarno, A. B., & DRSAS, M. I. (2015). Penerapan Micromotion Study Dalam Analisis Produktivitas Desain Peralatan Kerja Cetak Saring. Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi (Tematik), 2(2), 26-34.

MA, Asep Sufyan. "Tinjauan Proses Pembuatan Perhiasan dari Desain ke Produksi (Studi Rancangan Aplikasi Logo STISI Telkom pada Liontin)." Jurnal Seni Rupa & Desain Mei-Agustus 2013 5.2013 (2013).

M Nurhidayat, Y Herlambang. (2018). Visual Analysis of Ornament Kereta Paksi Naga Liman Cirebon. Bandung Creative Movement (BCM) Journal Vol 4, No 2.

Muchlis S.Sn., M.Ds, Sheila Andita Putri, S.Ds., M.Ds Utilizing of Nylon Material as Personak Luggage Protector for Biker. Proceeding of the 4th BCM. 2017.

Muttaqien Teuku Zulkarnain. (2015). Rekonstruksi Visual Golok Walahir oleh Pak Awa Sebagai Upaya Pelestarian Identitas Budaya Masyarakat Desa Sindangkerta Kabupaten Tasikmalaya. ISBI.

Pambudi, Terbit Setya. 2013. Penerapan Konsep Komunitas Berkelanjutan Pada Masyarakat Kampung Kota. Studi Kasus Komunitas Masyarakat Kampung Margorukun RW.X Surabaya. Tesis. Institut Teknologi Bandung. Bandung

Pham, Binh. 1999. "Design for Aesthetics: Interactions of Design Variables and Aesthetic Properties". Jurnal Annual Symposium –Electronic Imaging, Vol 3644: 364-371, San Jose, USA.

Sadika, Fajar. 2017 Analysis of Product Design Development Process (Study Case Ministry of Trade Republic of Indonesia Strategic Plan). BCM 2017 Proceedings

Sufyan, Asep, and Ari Suciati. "PERANCANGAN SARANA PENDUKUNG LESEHAN AKTIVITAS RUMAH TANGGA." Idealog: Ide dan Dialog Desain Indonesia 2.2 (2017):

178-192.

Sutrisno, Mudji. 2005. Teks-Teks Kunci. Yogyakarta: Galangpress.

Terbit Setya Pambudi, Dandi Yunidar, Asep Sufyan M.A, 2015, Indonesian Community Understanding on Sustainable Design Concept Critical Analysis Regarding Sustainable Development in Indonesia. Proceeding Bandung Creative Movement  
W.Parr, Jan. 2014. "Aesthetic Intentions in Product Design". Jurnal Norwegian University of Science and Technology XII: 12-25.

Yani, A. B. R., Syarif, E. B., & Herlambang, Y. (2017). Abr, Tali Jam Tangan Yang Mudah Dilepas Pasang. eProceedings of Art & Design, 4(3).

Yudiarti, D., Lantu, D.C. 2017. Implementation Creative Thinking for Undergraduate Student: A Case Study of First Year Student in Business School. Advanced Science Letters, 23 (8), 7254-7257.

Yunidar, D., & Majid, A. Z. A. (2018). What Drives The Riders Do Personalizing Activity Toward Their Motorbike? 3rd International Conference on Creative Media, Design and Technology (REKA 2018) Journal.

Yunidar, D., Pambudi, T. S., & Buyung, E. (2016). The Use of Paperboard As Material for Solar Thermal Powered Oven. Bandung Creative Movement (BCM) Journal.

Yunidar, D., Zuhairi, A., Majid, A., & Adiluhung, H. (2018). Users That Do Personalizing Activity Toward Their Belonging. Bandung Creative Movement (BCM) Journal.

#### **INTERNET**

<http://www.maketime2play.co.uk/fun-forever/adolescents/>

[https://www.aacap.org/AACAP/Families\\_and\\_Youth/Facts\\_for\\_Families/FFF-Guide/Normal-Adolescent-Developmet-Part-I-057\\_01.aspx](https://www.aacap.org/AACAP/Families_and_Youth/Facts_for_Families/FFF-Guide/Normal-Adolescent-Developmet-Part-I-057_01.aspx)

<https://consumer.healthday.com/kids-health-information-23/adolescents-and-teen-health-news-719/9-of-u-s-teens-don-t-get-enough-exercise-715167.html>