

PERANCANGAN APLIKASI DALAM MENERAPKAN *HEALTH SAFETY SECURITY & ENVIRONMENT* DI PT PERTAMINA

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Program Studi Desain Komunikasi Visual

Oleh :

Muhammad Khoirul Abidin

1601164364

Konsentrasi: Desain Grafis

Dosen Pembimbing:

Arry Mustikawan, BDes., SE., M.Ds

Asep Kadarisman, S.Sn., M.Sn



PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS INDUSTRI KREATIF

UNIVERSITAS TELKOM

BANDUNG

2020

ABSTRAK

PT Pertamina adalah perusahaan yang memiliki kegiatan usaha hulu minyak dan gas dengan tingkat resiko tinggi dalam hal aspek keselamatan kerja. Sehingga PT Pertamina meluncurkan agenda pelatihan keselamatan kerja dalam mengurangi angka kecelakaan kerja ringan atau kecelakaan kerja berat di perusahaannya dengan bentuk *Demo Room* dan *Training Center* sebagai fasilitas ruang pembelajaran yang komprehensif mengenai keselamatan kerja untuk menanamkan *HSSE (Health, Safety, Security, dan Environment)* sebagai budaya dalam kehidupan sehari-hari di seluruh lapangan kerja. Namun, karena semakin berkembangnya teknologi saat ini cara yang konvensional tersebut kurang efektif dan efisien. Hal ini akan berdampak pada kurangnya minat pekerja, mitra kerja, dan kontraktor PT Pertamina dalam memperoleh informasi terkait *HSSE*. Sehingga dibutuhkan media yang informatif, dan dapat menerangkan secara lugas terkait materi yang berkaitan dengan *HSSE* dan K3. Maka pendekatan melalui media aplikasi dapat menjadi salah satu media yang efektif dan efisien dalam penyampaian materi. Metode yang digunakan yakni kualitatif dengan teknik pengumpulan data secara observasi partisipan dan wawancara tidak terstruktur, yang dari data tersebut dilakukan analisis dengan pendekatan studi kasus untuk mengetahui keadaan di dalam maupun di luar perusahaan.

Kata kunci: aplikasi, *HSSE*, ilustrasi

ABSTRACT

Pertamina Ltd is a company that has upstream oil and gas business activities with a high level of risk in terms of work safety. So Pertamina Ltd launched a work safety training agenda in reducing minor work accidents or severe work accidents in the company with a Demo Room and Training Center as a comprehensive learning space facility regarding work safety for investment HSSE (Health, Safety, Security, dan Environment) as a culture in everyday life throughout the workforce. However, due to the limited amount of space provided, the demonstration/action figure displayed was minimal with information conveyed. It's will have an impact on the lack of information received by Pertamina Ltd workers, partners, and contractors. So, we need informative supporting media, and can explain information straight forwardly about the displayed demonstration. So the approach through infographic media can be one of the effective and efficient media in the delivery of material. In an infographic a material is needed which will be visualized in order to deliver interesting information related to HSSE. The method used is qualitative with participant observational data collection techniques and unstructured interviews, from which the data are analyzed using a case study approach to find out the situation inside and outside the company.

Keywords: aplication, HSSE, Illustration.

Daftar isi

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	2
1.3 Rumusan Masalah.....	2
1.4 Ruang Lingkup.....	3
1.5 Tujuan Prancangan.....	4
1.6 Metode Perancangan.....	4
1.6.1 Pengumpulan Data.....	4
1.6.2 Analisis Data.....	5
1.7 Kerangka Prancangan.....	6
1.8 Pemababkan.....	7
 BAB II LANDASAN PEMIKIRAN	
2.1 Perancangan.....	8
2.2 Media.....	8
2.2.1 Warna.....	8
2.2.2 Ilustrasi.....	10
2.2.3 Tipografi.....	11
2.2.4 <i>Layout</i>	12
2.3 Edukasi.....	13
2.4 Aplikasi Mobile.....	13
2.5 User Interface.....	13
2.5.1 Prinsip Dasar.....	14

2.5.2 Elemen Dasar.....	15
2.5.3 Komponen Dasar.....	16
2.6 User Experience.....	17
2.7 Model Agile.....	18
2.8 Komunikasi.....	19
2.8.1 Komunikasi Model AISAS.....	19
2.9 Metode.....	20
2.9.1 Metode Kualitatif.....	20
2.9.2 Teknik Tringulasi.....	20
BAB III DATA DAN ANALISIS	
3.1 Data.....	21
3.1.1 Data Persusahaan.....	21
3.1.2 Data Produk.....	23
3.1.3 Data Khalayak Sasaran.....	25
3.1.4 Data Proyek Sejenis.....	26
3.1.5 Data Hasil Observasi.....	29
3.1.6 Data Wawancara.....	30
3.1.7 User Persona.....	31
3.1.8 Data Kuesioner.....	32
3.2 Analisis.....	37
3.2.1 Analisis Proyek Sejenis.....	37
3.2.2 Analisis SWOT.....	39
3.2.3 Analisis Media Terhadap Teori.....	40
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	
4.1 Konsep.....	41
4.2 Konsep Kreatif.....	41
4.3 Konsep Media.....	41
4.4 Konsep Visual.....	42
4.4.1 Warna.....	43

4.4.2 Tipografi.....	43
4.4.3 Layout.....	44
4.4.4 Ilustrasi.....	44
4.5 Konsep Bisnis.....	45
4.6 Hasil Perancangan.....	45
4.6.1 Logo dan Nama Aplikasi.....	45
4.6.2 Ilustrasi.....	46
4.6.3 Layout.....	46
4.6.4 Tipografi.....	47
4.6.5 Warna.....	48
4.6.6 Ikon.....	48
4.7 Media Pendukung.....	49
4.8 Konsep Komunikasi.....	50
BAB V KESIMPULAN	
5.1 Kesimpulan.....	52
5.2 Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA.....	53
LAMPIRAN	

Daftar gambar

Gambar 1.1 Diagram Perancangan.....	6
Gambar 2.1 Model Komunikasi AISAS.....	19
Gambar 3.1 Logo Pertamina.....	21
Gambar 3.2 Tampilan UI dari Aplikasi HSSE UAUC <i>Mobile Application</i>	26
Gambar 3.3 Tampilan UI dari Aplikasi HSE Global.....	27
Gambar 3.4 Tampilan UI dari Aplikasi HSE.....	28
Gambar 3.5 Dokumentasi Wawancara.....	30
Gambar 4.1 Flow chart aplikasi.....	42
Gambar 4.2 Mind Map Untuk Menentukan Tema.....	42
Gambar 4.3 Warna Pilihan Yang Akan Digunakan.....	43
Gambar 4.4 Jenis Font Yang Dipilih.....	43
Gambar 4.5 Warframe Aplikasi.....	44
Gambar 4.6 Ilustrasi Atribut Perusahaan.....	45
Gambar 4.7 Korelasi Logo.....	46
Gambar 4.8 Ilustrasi Kegiatan Personil Yang Familiar.....	46
Gambar 4.9 Implementasi Tabel Layout dan Relatif Layout.....	47
Gambar 4.10 Tampilan Tipografi Yang Digunakan.....	48
Gambar 4.11 Tampilan Warna Yang Digunakan.....	48
Gambar 4.12 Tampilan Ikon Yang Digunakan.....	49
Gambar 4.13 Media Xbanner.....	49
Gambar 4.14 Media Table Tent.....	50

Daftar Tabel

Tabel 2.1 <i>Personality Link</i> Warna Menurut Schiffman dan Kanuk.....	9
Tabel 2.1 Warna Berdasarkan Respon Psikologis.....	9
Tabel 3.1 Data Observasi.....	29
Tabel 3.2 Analisis Proyek Sejenis.....	37
Tabel 3.3 Matriks Media Terhadap Teori.....	40
Tabel 4.1 Strategi Komunikasi.....	50

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah negara kepulauan dengan kekayaan alam yang melimpah, khususnya minyak dan gas bumi (migas). Dan Indonesia sebagai negara berkembang, minyak dan gas bumi memiliki peran penting dalam menjalankan aktivitas kehidupan. Pemerintah saat ini terus meningkatkan produktivitas dalam mengelola migas melalui Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yaitu PT Pertamina yang bertugas menambang minyak dan gas bumi dalam negeri. Pertamina sudah mengelola 35 Wilayah Kerja Migas dan pada 1 Januari 2018 lalu pemerintah telah mengalokasikan 12 blok migas ke Pertamina. Pada tahun 2017 Pertamina memproduksi 29 persen dari total produksi minyak nasional yang mencapai 801 ribu barel per hari (bph), dan pada tahun 2018 meningkat menjadi 35 persen (Esdm, 2018).

Dari data Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral (ESDM) tercatat 70 persen migas yang ada di tanah air terletak di laut lepas/*offshore* yang membutuhkan biaya tinggi, resiko kegagalan dan keselamatan kerja yang tinggi (Kompas, 2017). Menyadari hal itu, Pertamina sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN) sekaligus perusahaan yang berfokus pada sumber daya alam migas, dan cita-cita perusahaan menjadi *world class company* terus meningkatkan mutu kerjanya dengan menggunakan peralatan canggih dalam menunjang aktivitas produksinya. Namun, semakin canggih teknologi yang digunakan maka semakin tinggi resiko yang dihadapi dan semakin besar kerugian jika potensi bahaya yang dihadapi tidak ditangani dengan baik. Industri energi minyak dan gas adalah industri yang beresiko tinggi, yang berpotensi terjadinya gangguan keamanan maupun kecelakaan kerja, termasuk di dalamnya *fatality*, kebakaran-ledakan, pencemaran lingkungan dan penyakit akibat kerja serta gangguan operasi atau *unplanned shutdown*. Sehingga aspek pengelolaan *HSSE (Health, Safety, Security, dan Environment)*, merupakan salah satu hal yang menjadi perhatian khusus di Pertamina.

Presiden *HSSE* Pertamina Rony Gunawan mengakui, masih ada kecelakaan kerja yang mengakibatkan kematian di lingkungan Pertamina. Berdasarkan catatannya, kecelakaan yang terjadi di Pertamina 80% adalah pekerja vendor/mitra kerja, dan 70% *fatality* disebabkan karena tidak patuh pada prosedur/aturan kerja (Energia, 2018). Kecelakaan kerja umumnya 80% - 85% disebabkan *unsafe action* dan 10% - 15% disebabkan oleh *unsafe condition*. Hal ini dipengaruhi akibat alat yang tidak layak pakai, dan alat pengaman yang tidak memenuhi standar (Anizar, 2009). Kejadian ini tentunya berdampak pada kinerja bisnis dan juga kinerja Pertamina secara keseluruhan. Berdasarkan evaluasi, penyampaian mengenai kesehatan dan keselamatan kerja kurang optimal. Misalnya, aturan/prosedur yang tadinya berbahasa Inggris, diubah menjadi Bahasa Indonesia (Energia, 2018). Materi yang begitu banyak disampaikan dalam bentuk narasi teks, sehingga pekerja, kontraktor, dan mitra kerja kurang memahami informasi yang disampaikan, sehingga kurangnya kesadaran akan keselamatan kerja di Pertamina.

Melihat dari kondisi yang terjadi, perancangan media edukasi sangat diperlukan dalam menyampaikan informasi mengenai *HSSE* dan K3. Maka dibutuhkan media yang dapat merangkum kata dalam bentuk visual yang grafis informasi, data atau pengetahuan dimaksudkan untuk menyajikan informasi yang kompleks dengan cepat dan jelas (Newsom dan Haynes, 2004 : 236), selain agar menarik dalam penyampaiannya juga untuk memberi kesadaran dalam kerja.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Masih sering terjadinya kecelakaan kerja di perusahaan
2. Penyampaian informasi tentang keselamatan kerja yang belum maksimal
3. Kurangnya kesadaran dan pemahaman para pekerja, mitra kerja, dan kotraktor perusahaan tentang aspek keselamatan yang ada.

1.3 Rumusan Masalah

Dari identifikasi masalah yang diuraikan di atas, dapat dirumuskan ke dalam perumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana upaya perusahaan mengurangi kecelakaan kerja ?

2. Bagaimana cara menyampaikan materi yang tepat dan mudah dimengerti oleh para pekerja di perusahaan ?
3. Bagaimana cara menampilkan materi *HSSE* dan *K3* yang lebih menarik dalam meningkatkan kesadaran dan pemahaman keselamatan kerja di perusahaan ?

1.4 Ruang Lingkup

Ruang lingkup dalam perancangan poster ini bertujuan untuk membatasi terlalu luasnya topik yang akan di teliti agar lebih spesifik, objektif, dan terarah. Ruang lingkup yang diambil oleh penulis dalam perancangan ini adalah:

1. Apa

Materi *HSSE* (*Health, Safety, Security, dan Environment*) atau *K3* yang dirangkum dalam media visual agar lebih menarik. Dalam prakteknya, media yang digunakan adalah aplikasi yang berada dalam kajian desain komunikasi visual, khususnya desain grafis.

2. Siapa

Perancangan ini ditargetkan untuk pekerja, pengunjung, dan kontraktor perusahaan PT Pertamina, tetapi tidak menutup kemungkinan bagi karyawan perusahaan yang memiliki resiko berat lainnya.

3. Bagaimana

Diperancangan ini, penulis bertanggung jawab memvisualisasikan materi *11 Corporate Life Saving Rules* (11 Aturan Keselamatan Kerja Aman) ke dalam media poster.

4. Tempat

Penelitian dilakukan di perusahaan PT MJI Marunda Container, Marunda, Celincing Jakarta Utara, DKI Jakarta. Sedangkan poster yang nantinya akan dipublikasikan pada *HSSE demo room* dan *Training Center* PT Pertamina.

5. Waktu

Penelitian dan perancangan dilakukan pada awal tahun 2020 hingga mendekati akhir tahun 2020.

1.5 Tujuan Perancangan

Dengan diuraikannya rumusan masalah diatas, maka dapat disimpulkan tujuan penulis dalam merancang poster adalah sebagai berikut:

1. Memberikan informasi yang menarik dalam penyampaian materi yang singkat dan mudah dipahami bagi para pekerja, mitra kerja, dan kontraktor PT Pertamina.
2. Sebagai pemandu tata cara pembuatan *HSSE Pass* para pekerja, mitra kerja dan kontraktor baru Pertamina memahami potensi bahaya dan upaya pencegahan kecelakaan.

1.6 Metode Perancangan

Metode yang digunakan penulis dalam merancang media edukasi ini adalah menggunakan metode kualitatif dengan terknik pengumpulan data secara observasi partisipan dan wawancara.

1.6.1 Pengumpulan Data

Untuk pengumpulan data, penulis menggunakan metode tiga aspek visual, yaitu:

1. Observasi
Penulis terjun langsung dalam mengamati objek visual. Data dalam aspek visual berupa komposisi, tata letak, alur pembacaan, jenis huruf yang digunakan, penggambaran ilustrasi, serta karakter unsur visual lain yang terdapat dalam visualisasi
2. Wawancara
Penulis melakukan wawancara dengan pihak terkian untuk meperoleh data terkait 11 Aturan Keselamatan Kerja Aman dan *HSE Training Center* Pertamina yang berlaku di perusahaan Pertamina.
3. Kuisisioner

Penulis melakukan kuisisioner kepada responden yang menjadi target sasaran, untuk memperoleh informasi terkait tanggapan masyarakat terhadap *HSSE* dan 11 Aturan Keselamatan Kerja Aman di Pertamina.

4. Pustaka

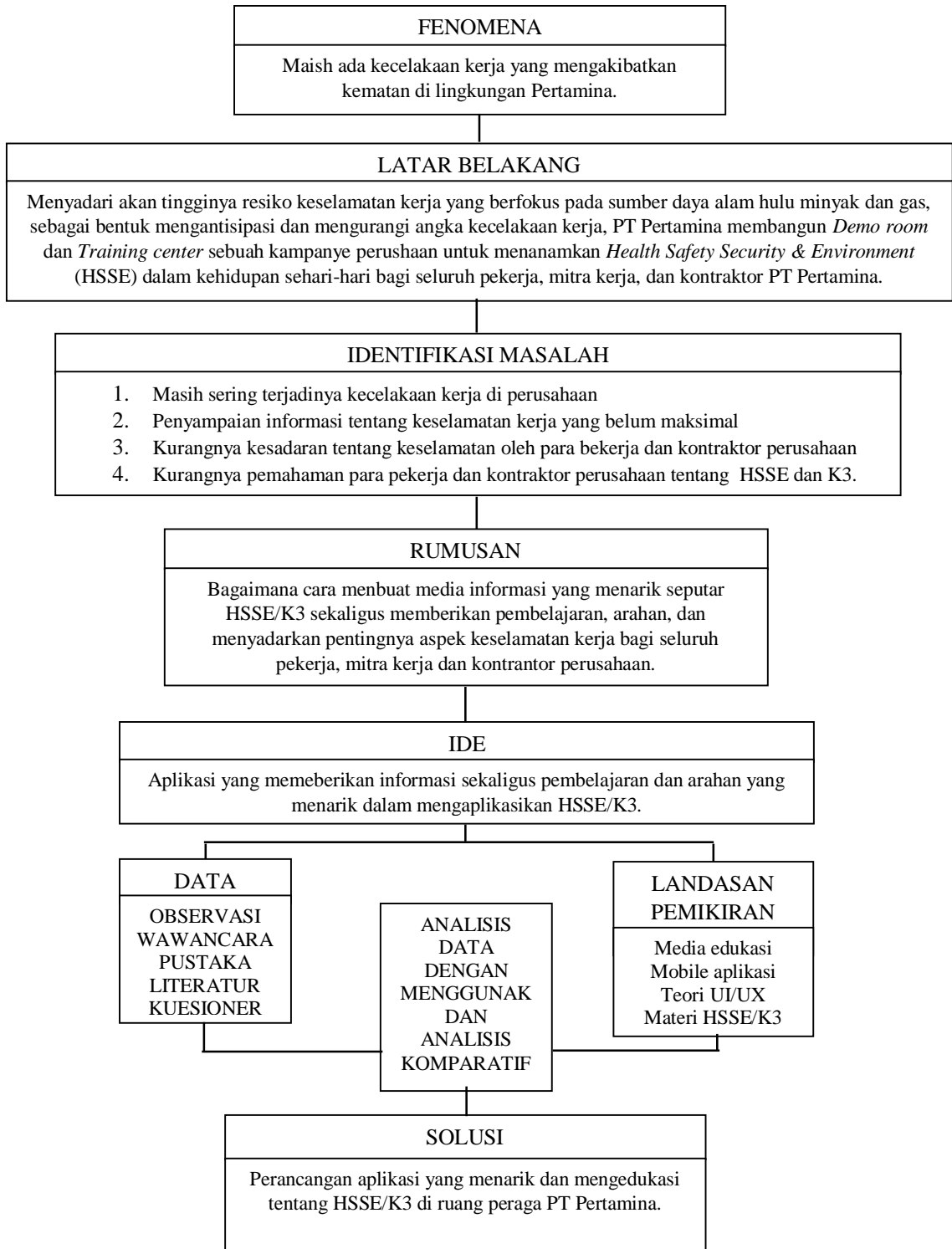
Mengumpulkan informasi mengenai keselamatan kerja aman dari buku-buku yang berkaitan dengan materi penelitian keselamatan kerja aman tersebut.

1.6.2 Analisis Data

Menurut Edmund Feldman dalam Aland & Darby (1992) menganalisis karya visual dapat dibagi dalam tahapan-tahapan yaitu:

1. Deskripsi, mengidentifikasi karya, dimana informasi yang didapatkan akan menjadi petunjuk tentang arti dan maksud dari karya.
2. Analisis, ditunjang oleh landasan teori yang berkaitan dengan pembahasan masalah.
3. Interpretasi, merupakan tahapan yang paling imajinatif dan kreatif dan juga bermanfaat bagi tahapan lainnya.
4. Penilaian, pendapat atau penetapan nilai-nilai tentang apa yang telah terlihat dan apa yang telah dideskripsikan, dianalisis serta diinterpretasikan, penilaian merupakan sintesa dari analisis antar kasus yang terjadi dalam karya seni yang di analisis (Soewardikoen, 2013: 49)

1.7 Kerangka Perancangan



Gambar 1.1 Diagram Kerangka Perancangan

1.8 Pembabakan

Pembabakan bertujuan untuk memberikan gambaran dari setiap pembahasan pada penelitian ini.

I. BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang dari sebuah fenomena yang ada dan diteliti, dalam hal ini penulis berfokus pada fenomena tentang meningkatnya angka kecelakaan kerja khususnya di Pertamina.

II. BAB II DASAR PEMIKIRAN

Menjelaskan landasan teori yang berkaitan dengan tema dan topik yang penulis pilih. Seperti dasar pemikiran terkait teori K3, teori 11 Aturan Kerja Aman, teori visual, dan teori aplikasi.

III. BAB III DATA DAN ALASISI

Menerangkan data dan analisis yang diperoleh dari penelitian melalui literasi visual, dan memberikan analisis yang berkaitan dengan perancangan *Mobile Application*.

IV. BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Penjelasan tentang konsep dan hasil rancangan dari data yang diperoleh melalui berbagai sumber yang berkaitan dengan HSSE/K3 dan *Mobile Application*.

V. BAB V PENUTUP

Menjelaskan kesimpulan dan saran dari penulis atas hasil data-data dan perancangan yang berkaitan dengan perancangan *Mobile Application*.

BAB II

DASAR PEMIKIRAN

2.1 Perancangan

Perancangan atau yang lebih dikenal dengan istilah *design* adalah sebuah kegiatan perencanaan, penggambaran, dan pembuatan sketsa atau pengaturan dari beberapa elemen-elemen yang digabungkan agar memiliki satu kesatuan yang utuh dan berfungsi (Jogiyanto HM, 2001:196). Dalam segi bahasa sebagai kata kerja, desain mengartikan proses untuk membuat dan menciptakan karya baru. Sebagai kata benda, desain digunakan dalam menyebutkan hasil akhir dari proses kreatif dalam wujud perencanaan atau bentuk obyek nyata.

2.2 Media

Media adalah semua bentuk perantara sebagai penyampai pesan kepada khalayak. Sedangkan media visual adalah bentuk dari penyampaian isi pesan kepada khalayak dengan menggunakan unsur visual seperti foto, gambar, dan segala sesuatu yang dapat dilihat oleh indra penglihatan. Media tersebut berperan sebagai penghubung pesan/informasi dari komunikator agar tersampaikan dengan baik kepada khalayak (Venus, 2012: 84). Berikut adalah beberapa teori yang berkaitan dengan keilmuan Desain Komunikasi Visual sebagai pedoman penulis dalam merancang media edukasi ini:

2.2.1 Warna

Setiap warna memiliki simbol dalam menyampaikan pesan, dan warna pula dapat menarik perhatian serta membangun suasana hati khalayak. Karena banyaknya persepsi setiap individu terhadap warna, maka secara umum Schiffman dan Kanuk membuat kesimpulan tentang *personality link* warna sebagai berikut:

Tabel 2.1 *Personality link* warna menurut Schiffman dan Kanuk

<i>Color</i>	<i>Personality Link</i>
<i>Red</i>	<i>Humorist, exciting, hot, passionate, strong</i>
<i>Brown</i>	<i>Informal and related, masculine, nature</i>
<i>Orange</i>	<i>Powerful, affordable, informal</i>
<i>Yellow</i>	<i>Caution, novelty, temporary, warmth</i>
<i>Green</i>	<i>Secure, natural, relaxed or easy going, living thing</i>
<i>Blue</i>	<i>Command, respect, authority</i>
<i>Black</i>	<i>Sophistication, power, authority, mystery</i>
<i>White</i>	<i>Goodness, purity, chastity, cleanliness, delicacy, refinement, formality</i>
<i>Gold, Silver, Platinum</i>	<i>Regal, wealth, and stately</i>

Sumber : Soemanagara 2008:125

Sedangkan seorang pakar tentang warna bernama Molly E. Holzschlag, membuat daftar tentang kemampuan warna dalam memberi respon secara psikologis, yakni:

Tabel 2.2 Warna Berdasarkan Respon Psikologis

Warna	Respon psikologis yang ditimbulkan
Merah	Kekuatan, kehangatan, bertenanga, bahaya, nafsu, cinta, agresifitas
Coklat	Bumi, dapat dipercaya, nyaman, bertahan
Orange	Energy, keseimbangan, kehangatan
Kuning	Optimis, harapan, filosofi, kecurangan, pengecut, pengkhianatan
Hijau	Alami, kesehatan, pandangan yang enak, pembaruan
Biru	Kepercayaan, konservatif, keamanan, teknologi, kebersihan, perintah

Hitam	Kekuatan, kematian, misteri, ketakutan, keanggunan, kemewahan, seksualitas.
Putih	Kemurnian/suci, bersih, steril, <i>innocent</i> (tanpa dosa)
Ungu	Spiritual, misteri, keagungan, galak, arogan

Sumber : Kusrianto, 2007: 47

Sependapat dengan Schiffman dan Kanuk, Anggraini dan Nathalia (2014:32) mengungkapkan bahwa warna merupakan element desain yang mampu memberikan sebuah kesan untuk menarik perhatian dan membangun suasana.

2.2.2 Ilustrasi

Kusrianto (2009:140) menjelaskan secara umum bahwa ilustrasi berguna sebagai cara dalam menerangkan sebuah peristiwa atau sebuah pesan. Secara bahasa, ilustrasi berasal dari bahasa latin *illustrate* yang berarti menerangkan atau menjelaskan.

Ilustrasi berperan sangat efektif dalam sebuah perancangan, karena bentuk komunikasinya yang sederhana dan ekspresif. Ilustrasi juga dapat menghemat penyajian pesan/informasi, karena dapat menyederhanakan sebuah konsep yang rumit dan luas ke dalam tempat atau ruang yang terbatas. Berikut adalah tujuan utama penggunaan ilustrasi:

1. Memperjelas sebuah pesan/informasi yang disampaikan
2. Memudahkan pembaca untuk memahami pesan/informasi karena penyajiannya yang menarik, bervariasi, dan komunikatif.
3. Menyederhanakan sebuah konsep atau gagasan agar mudah diingat oleh pembaca.

Selanjutnya adalah fungsi ilustrasi dalam perancangan penyajian materi edukasi:

1. Fungsi deskriptif dari ilustrasi adalah menggantikan sebuah narasi yang bersifat verbal.
2. Fungsi ekspresif dari ilustrasi adalah dapat memperlihatkan dan menyatakan sebuah gagasan, maksud, situasi, perasaan yang abstrak menjadi nyata secara cepat dan mengena sehingga mudah untuk dipahami.

2.2.3 Tipografi

Secara bahasa, tipografi berasal dari kata Yunani *tupos tupos* berarti yang diguratkan, dan *graphoo* berarti tulisan karena dahulunya tipografi hanya diartikan sebagai ilmu cetak-mencetak. Dalam perkembangannya, pengertian tipografi sudah makin lebih luas, yaitu mengarah pada disiplin ilmu yang mempelajari spesifikasi dan karakteristik huruf, bagaimana memilih dan mengelola huruf untuk tujuan tertentu (Supriyono, 2010 : 20). Menurut Anggraini dan Nathalia (2014:55) tipografi atau huruf adalah suatu ilmu pemilihan dan penataan huruf pada sebuah desain untuk menciptakan kesan dan pesan tertentu. Tipografi mempunyai perananan untuk memaksimalkan tingkat keterbacaan dan kenyamanan penyampaian pesan kepada pembaca.

Ada beberapa jenis tipografi yang lazimnya sering digunakan seperti; *Serif* yang memiliki sirip atau kaki pada ujungnya sehingga ketebalan pada bentuknya kontras, huruf ini sering dijumpai dibuku-buku tebal dan surat kabar karena keterbacaannya yang tinggi; *San Serif* kebalikan dari *serif*, jenis ini tidak memiliki kaki sehingga memiliki ketebalan yang nyaris sama di setiap bantuk hurufnya, huruf ini juga memberikan kesan yang sederhana dan lugas; *Script* hampir menyerupai goresan tangan dengan menggunakan kuas, pena atau pensil tajam; dan terakhir jenis huruf dekoratif, huruf ini adalah hasil pengembangan dari bentuk-bentuk huruf yang sudah ada, misalnya ditambahkan sebuah ornament, atau garis dan sebagainya. Dalam memilih tipografi ada beberapa hal yang harus diperhatikan:

1. *Legibility* (kejelasan bentuk), yang ditentukan oleh kerumitan dari bentuk huruf, penggunaan warna dan frekuensi pengamat menemui huruf tersebut dalam kehidupan sehari-hari.
2. *Readability* (keterbacaan), yaitu penentuan jenis huruf, ukuran, pengaturan (alur, spasi, *kerning*, *alignment*) dan kontras warna terhadap *background*.

Menurut Rustan dalam menjelaskan *legibility* berhubungan dengan kemudahan mengenali dan membedakan masing-masing huruf. *Legibility* menyangkut desain/bentuk huruf yang digunakan. Sedangkan *Readability* berhubungan dengan tingkat keterbacaan suatu teks. Teks yang *readability*

berarti keseluruhannya mudah dibaca. *Readability* tidak lagi menyangkut huruf/karakter satu persatu seperti *legibility*, melainkan keseluruhan teks yang telah disusun dalam suatu komposisi. Dengan kata lain, *legibility* dapat menciptakan *readability*, namun ada kalanya suatu teks yang *legible* tidak *readable*, contohnya susunan dalam komposisinya secara vertikal, terbalik-balik, terlalu berdesakan atau kondisi lain yang membuat keseluruhan teks sulit dibaca atau tidak *readable* (Rustan, 2011 : 74). Berdasarkan fungsi huruf dibagi lagi menjadi dua; yaitu huruf *text type* atau huruf teks biasanya menggunakan huruf yang sederhana dan akrab dengan pembaca; dan yang ke dua *display text* atau judul teks (sub judul, slogan) yang menggunakan huruf unik yang dekoratif dengan menjaga nilai keterbacaannya (Supriyono, 2010: 23).

2.2.4 *Layout*

Pada dasarnya *layout* dijabarkan sebagai tataletak atau penempatan elemen-elemen desain terhadap suatu bidang atau objek dalam media tertentu untuk mendukung konsep/pesan yang dibawanya (Rustan, 2009:27). *Layout* memiliki prinsip dasar, antara lain; *Sequence* (urutan) adalah alur yang menuntun pembaca memulai dari yang harus dibaca pertama sampai dengan akhir; *Emphasis* (penekanan) yang bertujuan menentukan alur, menciptakan sebuah penekanan dengan cara memberi ukuran yang lebih besar, warna yang kontras, peletakan posisi yang strategis/*point of interest*, dan penggunaan bentuk/gaya yang berbeda; *Balance* (keseimbangan) merupakan pembagain berat yang merata atau menyeluruh disuatu bidang *layout* agar menciptakan kesan seimbang dari penempatan elemen-elemen yang dibutuhkan; dan yang terakhir *unity* (kesatuan) dalah keterkaitan, tidak hanya dari penampilan saja tetapi mencangkup elemen-elemen yang terlihat secara fisik maupun non fisik (pesan/komunikasi) dari konsep desain tersebut (Rustan, 2009:74-75).

Komponen dasar *layout* pada media visual rancangan ini terdiri dari; *headline* atau judul utama dari pesan; *lead* yaitu makna pesan yang disampaikan biasanya dalam bentuk tema yang terdiri dari susunan kata yang mengesankan dengan suatu penekanan tertentu; *body* atau isi pesan secara keseluruhan dan lengkap, bisa berupa teks atau pun gambar.

2.3 Edukasi

Menurut bahasa, edukasi adalah kata serapan dari *education* yang berarti pendidikan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pendidikan adalah proses pengubahan sikap dan tatalaku seseorang atau kelompok orang dalam usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan pelatihan, proses, cara, perbuatan mendidik. Sedangkan Soekidjo Notoatmodjo (2003: 16) menerangkan “pendidikan adalah segala upaya yang direncanakan untuk mempengaruhi orang lain baik individu, kelompok, atau masyarakat sehingga mereka melakukan apa yang diharapkan oleh pelaku pendidik.”

Beberapa pengertian pendidikan diatas dapat disimpulkan, bahwa edukasi atau pendidikan adalah kegiatan yang dilakukan dengan terencana untuk mempengaruhi/menyadarkan seseorang atau kelompok dari kekeliruan dan membawa ke jalan yang lebih baik.

2.4 Aplikasi Mobile

Menurut Presman (2012:9), aplikasi mobile adalah sebuah program yang dirancang khusus untuk platform mobile, seperti android atau iOS. Pada umumnya, aplikasi mobil mempunyai *user interface* yang memiliki mekanisme interaksi unik yang disediakan oleh *platform mobile*, interoperabilitas dengan sumber daya berbasis laman yang menyediakan akses ke beragam informasi yang relevan dengan aplikasi, dan kemampuan pemrosesan lokal untuk pengumpulan, analisis, dan format informasi dengan cara yang paling cocok untuk *platform mobile*. Selain itu juga, aplikasi *mobile* menyediakan kemampuan penyimpanan persisten dalam *platform*.

2.5 User Interface

UI atau User Interface tidak hanya tentang tampilan tombol dan menu, dapat diartikan *user interface* adalah interaksi antara pengguna dan alat, serta juga tentang interaksi antara pengguna yang melalui alat tersebut. Berarti, user interface bukan hanya sebuah produk yang dilihat, tetapi bagaimana hal itu dapat bekerja (Lenmartz dan Friedman, 2009:10).

2.5.1 Prinsip Dasar

Lenmartz dan Friedman menerangkan, untuk membuat user interface yang baik perlu memperhatikan prinsip-prinsip berikut:

1. *Clarity*

User Interface yang jelas tidak membutuhkan panduan dan memastikan pengguna melakukan sedikit kesalahan dalam menggunakannya. Maka dalam penyajiannya harus menghindari ambiguitas dengan membuatnya jelas melalui bahasa, alur, hirarki, dan metafora untuk elemen visual.

2. *Consicion*

Dalam membuat user interface yang jelas dan mudah diidentifikasi untuk mencari sebuah kebutuhan namun tetap memberikan informasi yang lengkap kepada pengguna.

3. *Familiarty*

Sesuatu yang memiliki kesamaan ketika mengingatnya kembali pasti selalu ada bahkan jika seseorang menggunakan user interface untuk pertama kalinya beberaspa elemen pasti mirip. Sebagai contoh orang-orang akan mengenal item untuk navigasi karena metafora dari beberapa elemen sangat mirip bagi mereka.

4. *Responsiveness*

Responsif memiliki beberapa makna. Responsife yang berarti kecepatan: user interface yang baik seharusnya tidak terasa lambat. Selanjutnya, user interface seharusnya memberikan feedback tentang apa yang terjadi maupun ketika apa yang diberikan pengguna akan sukses saat direspon.

5. *Consistency*

Konsisten bertujuan menjaga agar user interface sepanjang aplikasi melakukan tugas sebagai mestinya merupakan hal penting, karena membuat pengguna untuk mengenal pola penggunaan.

6. *Aesthetics*

Ketika tidak dibutuhkan untuk membuat tampilan yang atraktif dalam mendesain, maka buatlah sesuatu yang terlihat bagus, itu akan membuat pengguna menikmati dan menghabiskan waktu lebih lama dalam menggunakan aplikasi.

7. *Efficiency*

User interface yang baik seharusnya membuat pengguna lebih produktif dengan memanfaatkan kemudahan dan desain yang baik. Hal ini membuat kita untuk mengerjakan tugas dalam waktu yang singkat dan sedikit usaha dalam melakukan pekerjaan.

8. *Forgiveness*

Adalah bagaimana sebuah aplikasi mengatasi kesalahan yang dilakukan oleh pengguna. Apakah mudah untuk mengembalikan ke keadaan yang semula? Apakah mudah untuk mengembalikan berkas/file yang sudah terhapus.

2.5.2 Elemen Dasar

Dalam proses merancang user interface terdapat beberapa elemen dasar yang harus diperhatikan seperti:

1. *Layout and Positioning*

Layout bertujuan mengatur semua elemen visual dalam *user interface*. Hal ini dapat meningkatkan hirarki (alur baca) dan menentukan jarak antara unsur-unsur. Sedangkan *Positioning* juga dapat meningkatkan hirarki. Seperti peletakan label di atas bidang teks, bukan di kiri, memungkinkan kita untuk menggerakkan mata turun dengan mudah.

2. *Shape and Size*

Penggunaan bentuk dapat digunakan untuk membedakan elemen, seperti memfariasikan siluet ikon agar pengguna lebih mudah dan lebih cepat untuk mengenali. Ukuran dapat digunakan untuk menunjukkan pentingnya elemen yang lebih besar menjadi lebih signifikan. Ukuran juga bisa membuat kontrol klik lebih akurat dan mudah, hukum Fitt mengatakan bahwa semakin besar daerah yang dapat diklik, pengguna akan lebih cepat dapat memindahkan kursor mouse ke lokasinya serta akan memudahkan pengguna untuk mengklik ikon, dengan demikian meningkatkan efisiensi *user interface*.

3. *Color*

Warna dapat menarik perhatian pengguna selama kontras cukup dengan latar belakang. Warna bisa juga mengungkapkan makna, sebagai contoh warna merah melambangkan bahaya atau berhenti (seperti pada lampu lalu lintas) dan sejenisnya, sedangkan hijau umumnya cenderung berarti keberhasilan. Perlu diingat beberapa hal bila menggunakan warna. Pertama, budaya yang berbeda akan memiliki asosiasi hal yang berbeda dengan warna, jadi pastikan bahwa setiap warna berniat untuk memberikan informasi dengan tepat sesuai dengan maksud perancangan *user interface*

4. *Contrast*

Cahaya atau sesuatu yang gelap dengan unsur-unsur di sekitarnya akan memiliki efek atau kegunaan. Kuncinya di sini adalah kontras. Teks hitam pada latar belakang putih memiliki kontras yang lebih tinggi dan lebih mudah untuk dibaca, dibandingkan teks abu-abu pada latar belakang putih. Unsur-unsur tertentu perlu memiliki kontras yang tinggi agar pengguna dapat membedakan penting dan kurang pentingnya suatu elemen dalam *user interface*.

2.5.3 Komponen Dasar

Jesmond Allen dan James Chudley (2012:168) menjelaskan beberapa komponen dari *user interface* yang dapat menjadi acuan, yaitu:

1. *Navigasi*

Merupakan alat bantu pengguna pada sebuah tampilan, *navigasi* yang baik akan membantu pengguna menemukan apa yang mereka butuhkan.

2. *Home page*

Komponen ini merupakan salah satu aspek penting meskipun informasi yang dipaparkan sedikit, namun pada *home page* pengguna diperlihatkan sumber kunci halaman dan dapat menuju langsung ke halaman yang ingin dituju pengguna.

3. *Product page*

Merupakan halaman utama yang menampilkan isi daftar konten.

4. *Article* dan *Content page*

Halaman yang menampilkan inti dari informasi yang disampaikan secara detail, berupa judul, sub-sub judul, iklan maupun gambar.

5. *Picture/photo*

Foto atau gambar merupakan elemen penting dalam desain karena mempengaruhi hasil akhir dari sebuah *user interface*.

6. *Help* dan FAQ

Adalah sumber bantuan untung pengguna dan terhadap pertanyaan yang mungkin akan terlintas dipikiran para pengguna aplikasi.

7. *Form*

Mempresentasikan sebuah percakapan antara pengguna dan penyedia informasi. *Form* dapat berupa kotak isian untuk data diri seperti nama, alamat, ataupun halaman yang berisi informasi.

2.6 *User Experience*

Definisi *user experience* adalah persepsi seseorang dan responnya dari pengguna sebuah produk, sistem, atau jasa (B. Wiryawan, 2011:1156). *User experience* menilai sebuah kepuasan dan kenyamanan seseorang terhadap produk, sistem, dan jasa. Sebuah prinsip dalam membangun UX adalah khalayak mempunyai kekuasaan dalam menentukan tingkat kepuasan sendiri (*costomer rule*). Seberapa pun bagus fitur sebuah produk, sistem, atau jasa, tanpa khalayak yang dituju dapat merasakan kepuasan, kenyamanan, dan kaidah dalam berinteraksi maka tingkat UX menjadi rendah.

UX memiliki elemen-elemen yang menjadi dasar dalam mendesain produk (*software*) yang kemudian dapat menciptakan UX yang berkesan (Garrett, J. J:2011), yaitu:

1. *The Strategy Plane*

Strategy plane terbagi menjadi 2 yaitu *user needs & product objectives*. *User needs* adalah kebutuhan yang harus dipenuhi berasal dari luar organisasi, sedangkan *product objectives* adalah target yang ingin dicapai oleh penyedia informasi.

2. *The Scope Plane*

Merupakan tahap yang menggabungkan kebutuhan pengguna dan tujuan dari pembuatan aplikasi. Kemudian akan diketahui dari *functional specification* dan *content requirements* nya.

3. *The Structure Plane*

Structure plane merupakan bagian dari faktor yang mempengaruhi bagaimana pengguna bertindak sesuai dengan kebutuhan mereka yang abstrak atau secara tidak nyata kedalam media aplikasi yang nyata.

4. *The Sceleton Plane*

Skeleton plane yaitu bagaimana kita menunjuk desain informasi yaitu penyajian informasi dengan cara pemahaman terhadap fasilitas aplikasi. *Skeleton plane* berorientasi terhadap produk yang mencakup desain antarmuka atau mengatur elemen antarmuka untuk memungkinkan pengguna aplikasi berinteraksi dengan fungsi dari sistem.

5. *The Surface Plane*

Elemen yang dapat dirasakan dengan penglihatan yang berupa interaksi optimal antara aplikasi dengan pengguna.

2.7 Metode Agile (Serum)

Menurut Pressman (2010:82) serum adalah metode pengembangan peranti lunak secara cepat (*agile*). Prinsip serum sesuai dengan prinsip-prinsip yang terdapat pada metode pengembangan piranti secara cepat yang digunakan untuk menuntut kegiatan pengembangan peranti lunak, seperti: pemenuhan kebutuhan, analisis, desain, dan penyampaian (*delivery*).

Disetiap tahap pengembangan, terjadi aktivitas kerja yang terlingkup di dalam suatu pola proses yang dinamakan *sprint*. Setiap pola proses yang terjadi, akan terdapat seperangkat kegiatan seperti:

1. *Backlog*

Sebuah rincian prioritas pada fitur-fitur yang akan dibangun pada suatu proyek. Isi pada fitur dapat ditambahkansetiap saat.

2. *Sprints*

Kumpulan aktivitas kerja yang dilakukan dalam memenuhi kebutuhan yang ditetapkan dalam *backlog* dan harus diselesaikan pada waktu yang telah ditentukan (biasanya 30 hari). Perubahan tidak dapat dilakukan pada proses *sprint* sehingga setiap tim akan bekerja di dalam lingkungan yang stabil.

3. *Scrum Meeting*

Pertemuan yang dilakukan setiap hari oleh tim scrum untuk membahas apa yang telah dikerjakan sejak pertemuan terakhir, merencanakan dan membahas masalah-masalah yang ada (biasanya 15 menit).

4. *Demos*

Mununjukkan hasil fungsionalitas yang telah diimplementasikan sehingga dapat dievaluasi oleh pengguna. *Demo* harus berupa fitur-fitur yang telah diselesaikan sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan.

2.8 Komunikasi

2.8.1 Model Komunikasi AISAS

AISAS adalah akronim dari *Attantion* (perhatian), *Interest* (minat), *Search* (mencari), *Action* (tindakan), dan *Share* (berbagi). Model komunikasi ini dirancang karena melihat kemajuan dari teknologi saat ini agar pendekatannya lebih efektif kepada target audience (Sugiyama dan Andree, 2011:79). Penjelasan dari AISAS ini adalah:

1. *Attantion* (perhatian)

Daya pikat atau mencari dan melihat sesuatu.

2. *Interest* (minat)

Rasa keingintahuan lebih dalam dari suatu hal yang menimbulkan daya tarik

3. *Search* (mencari)

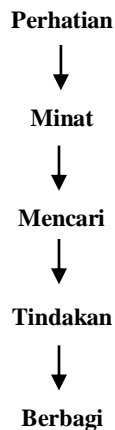
Kemauan untuk menggali informasi terkait hal yang disukai.

4. *Action* (tindakan)

Rasa keyakinan yang timbul untuk merealisasikan terhadap sesuatu.

5. *Share* (berbagi)

Membagikan informasi yang telah dimiliki kepada orang lain.



Gambar 2.1 Model Komunikasi AISAS

2.9 Metode

Pengertian dari metode adalah sebuah strategi atau langkah-langkah yang tersistematis dalam memecahkan rangkaian sebab akibat dalam suatu realitas (Ratna, 2010:4). Disini penulis cantumkan metode yang akan digunakan dalam penelitian ini, diantaranya:

2.9.1 Metode Kualitatif

Model ini digunakan untuk menganalisis berbagai ilmu sosial humaniora, seperti demokrasi, ras, gender, negara/bangsa, globalisasi dan masalah-masalah kemasyarakatan pada umumnya.

2.9.2 Teknik Triangulasi

Triangulasi adalah suatu teknik dalam memahami data dari berbagai sumber, cara dan waktu, subjek peneliti. Secara tidak langsung melakukan pengumpulan data dari berbagai sumber ke dalam suatu pokok permasalahan yang sama.

BAB III

DATA DAN ANALISIS

3.1 Data

3.1.1 Data Perusahaan PT Pertamina

PT Pertamina dibentuk pada tahun 10 Desember 1957 dengan nama PT Perusahaan Minyak Nasional dan disingkat PERMINA. Tahun 1960 perusahaan ini berstatus Perusahaan Negara (PN) Permina, kemudian pada 20 Agustus 1968 PN Permina bergabung dengan PN Pertamina mengganti nama menjadi PN Pertambangan Minyak dan Gas Bumi Negara (Pertamina). Perusahaan ini diatur perannya oleh pemerintah melalui UU No.8 tahun 1971 untuk mengasihkan dan mengelola ladang-ladang migas (minyak bumi dan gas) serta memenuhi kebutuhan bahan bakar dan gas di Indonesia. Kemudian, berdasarkan PP No.31 Tahun 2003 PN Pertamina berubah nama menjadi PT Pertamina (Persero) yang memegang kegiatan usaha migas dari Sektor Hulu hingga Sektor Hilir. Lalu pada tanggal 10 Desember 2005, Pertamina mengubah logo perusahaan yang pada awalnya kuda laut menjadi sebuah anak panah dengan warna hijau, biru, dan merah yang mencerminkan unsur dinamis dan kepedulian lingkungan.

Pertamina melalui anak usaha PT Pertamina Internasional EP mengakuisisi perusahaan migas Prancis *Maurel et Prom* (M&P) pada 2017, dengan menjadi pemegang saham mayoritas M&P sebesar 72,65%. Dengan memiliki saham di M&P, Pertamina mendapatkan akses operasi usaha di 12 negara yang tersebar di 4 benua. Kedepannya, PT Pertamina menargetkan produksi 650 ribu *Barrels of Oil Equivalent Per Day* (BOEPD) di tahun 2025 dalam upaya nyata menuju ketahanan dan kemandirian energi Indonesia.

- Visi : Menjadi perusahaan energi nasional kelas dunia.
- Misi: Menjalankan usaha minyak, gas, serta energi baru dan terbarukan secara terintegrasi, berdasarkan prinsip-prinsip komersial yang kuat.

Pertamina memiliki tata nilai sebagai komitmen perusahaan untuk mencapai visi dan misi berdasarkan standar global dan tata kelola perusahaan yang baik (*Good Corporate Governance*) dengan sebutan 6C yang terdiri dari :

1) *Clean*

Dikelola secara profesional, menghindari benturan kepentingan menjunjung kepercayaan dan integritas. Berpedoman pada asas-asas tata kelola korporasi yang baik.

2) *Confident*

Berperan dalam pembangunan ekonomi nasional, menjadi pelopor reformasi BUMN, serta membangun kebanggaan bangsa.

3) *Commercial*

Menciptakan nilai tambah dengan orientasi komersial, dan menggunakan prinsip-prinsip bisnis yang sehat dalam mengambil keputusan.

4) *Competitive*

Mampu berkompetisi dalam skala nasional maupun internasional, mendorong pertumbuhan investasi, serta membangun budaya sadar biaya dan menghargai kinerja.

5) *Customer Focus*

Berfokus pada kepentingan pelanggan dan berkomitmen untuk memberikan pelayanan terbaik.

6) *Capable*

Dikelola oleh pemimpin dan pekerja yang profesional dan memiliki talenta dan penguasaan teknis tinggi, berkomitmen dalam membangun kemampuan riset dan pengembangan.

Pada perancangan ini, perusahaan berperan sebagai klien yang membutuhkan desainer dalam menyampaikan materi keselamatan kerja bagi para pekerjanya untuk merealisasikan visi perusahaan menjadi pengelola energi nasional berkelas dunia, salah satunya dengan mengutamakan aspek keselamatan kerja untuk menekan kecelakaan pekerja dalam mencapai *zero fatality* di perusahaan agar kegiatan hulu dan hilir terus berjalan dengan aman. Penulis memiliki tanggung jawab merangkum dan merancang sebuah media

penyampaian yang menarik agar memudahkan para pekerja memahami dan mengikuti aturan kerja aman sesuai dengan aspek keselamatan kerja di perusahaan yang dikenal dengan *HSSE (Health, Safety, Security and Environment)* atau umumnya disebut K3 (Kesehatan dan Keselamatan Kerja) yang disesuaikan dengan standar resiko kerja di perusahaan.

3.1.2 Data Produk

A. Kesehatan dan Keselamatan Kerja (K3)

Kesehatan dan Keselamatan Kerja atau yang lebih dikenal K3 adalah pemikiran dan sebuah gagasan yang dirancang untuk menjamin keamanan tenaga kerja khususnya, dan manusia pada umumnya (Mangkunegara, 2002: 163). Untuk menciptakan sebuah kondisi kerja yang bebas dari berbagai resiko kecelakaan, seperti kondisi bangunan, kondisi mesin, peralatan keselamatan, dan kondisi pekerja (Suma'mur, 2001: 104). Adapun tujuan dari K3 berdasarkan Undang-Undang No. 1 Tahun 1970 tentang Keselamatan Kerja yakni; 1) Melindungi serta menjamin keselamatan pekerja dan orang lain di tempat kerja. 2) Menjamin setiap sumber produksi dapat digunakan secara aman dan efisien. 3) Meningkatkan kesejahteraan dan produktivitas Nasional.

B. Standarisasi K3 di PT Pertamina

HSSE (Health, Safety, Security and Environment) atau di beberapa perusahaan dikenal juga HSE, HES, EHS, SHE, dan K3LL (Keselamatan & Kesehatan Kerja dan Lingkungan Hidup) adalah sebuah kebijakan pengelolaan perusahaan terkait K3 secara keseluruhan dalam rangka pengendalian risiko yang berkaitan dengan kegiatan kerja untuk menciptakan tempat kerja yang aman, efisien dan produktif.

Pertamina sebagai perusahaan BUMN yang bergerak Sektor Hulu dan Sektor Hilir *high risk, high investment/capital* dan *high technology* Pertamina selalu mengutamakan aspek keselamatan kerja di seluruh liniya, yang diaplikasikan melalui “*11 Corporate Life Saving Rules*” atau lebih di kenal CLSR yang di susun berdasarkan data statistic penyebab terjadinya *fatality* dari tahun 20011 sampai dengan 2017,

sebagai media pembelajaran dalam mengurangi kecelakaan fatal. 11 elemen kunci keselamatan kerja perusahaan terdiri dari:

1. *Tools & Equipment*

Penggunaan peralatan dan kelengkapan sesuai dengan peruntukannya.

2. *Safe Zone Position*

Memosisikan diri pada zona yang aman dari pergerakan perangkat berjalan/alat berat lainnya.

3. *Permite to Work*

Pembuatan serta penyetujuan SIKK (Surat Ijin Kerja Aman) sebelum bekerja. Patuhi dan bekerja sesuai SIKK yang berlaku.

4. *Isolation*

Pengecekan energi yang tersupply pada mesin dan alat pendukung kerja telah diisolasi/dikunci sebelum melakukan aktivitas pada mesin dan alat tersebut.

5. *Confine Space*

Memberikan kewenangan hanya kepada personil yang terlatih diperbolehkan bekerja di ruang terbatas.

6. *Lifting Operation*

Mengikuti *lifting plan*, menggunakan *lifting equipment* yang telah lulus inspeksi dan tersertifikasi.

7. *Fit to Work*

Pekerja harus dalam kondisi *fit*. Lakukan pemeriksaan kesehatan sesuai persyaratan yang ditetapkan.

8. *Working at Height*

Lindungi diri dari dampak akibat terjatuh atau tertimpa objek yang jatuh dari ketinggian. Menggunakan *full body harness* saat bekerja di ketinggian.

9. *Personal Floatation Device*

Kenakan pelampung di area kerja dengan resiko bahaya terjatuh dan tenggelam di dalam air.

10. *System Override*

Jangan melakukan *bay-pass*/menonaktifkan/memodifikasi peralatan yang dapat menyebabkan tidak berfungsinya sistem keamanan perangkat/*safety devices*.

11. *Asset Integrity*

Memastikan kehandalan peralatan. Lakukan inspeksi, pemeliharaan dan perawatan sesuai procedural.

3.1.3 Data Khalayak Sasaran

A. Demografi

Target audiens atau target sasaran yang dituju dalam perancangan ini adalah para pekerja di perusahaan PT Pertamina EP Jakarta, dengan usia 20-25 tahun, dengan gender pria maupun wanita. Serta dengan penempatan kerja di luar ruangan atau pekerja lapangan, karena penempatan pekerja lapangan memiliki resiko keselamatan kerja yang tinggi ketimbang pekerja di dalam ruangan/kantor.

B. Geografis

Wilayah sasaran berada di daerah DKI Jakarta, dengan kondisi mendekati daerah pesisir utara Pulau Jawa yang memiliki kondisi bersuhu tinggi serta aktivitas penduduk yang padat.

C. Psikologis dan Behaviour

Status sosial dari khalayak sasaran berada di golongan menengah ke atas, dan gaya hidup seperti tempat tinggal berkelompok di lokasi yang sudah disediakan perusahaan, beberapa sudah berkeluarga dan membawa anggota keluarga ke rumah dinas, jadwal harian terstruktur, memiliki batasan kegiatan karena mengikuti jadwal yang ada. Kepribadian yang dimiliki oleh audiens adalah pekerja keras, fokus, dan mudah bersosialisasi.

Kebiasaan dalam beberapa aspek, pekerja menyepelekan hal kecil pada saat melakukan pekerjaan, mementingkan penyelesaian kerja yang cepat tanpa melihat resiko kerja yang ada, kurang memahami prosedur

kerja yang memenuhi standar keselamatan, terkadang hanya tahu berbelitnya prosedur kerja yang ada.

3.1.4 Data Proyek Sejenis

1. HSSE UAUC dari Petronas

HSSE UAUC adalah sebuah aplikasi yang dikelola oleh perusahaan minyak luar negeri milik Petronas dalam menanggulangi berbagai peluang kecelakaan serius, dan sebagai usaha perusahaan dalam menciptakan budaya HSSE dilingkungan kerja. Tidak hanya menginformasikan aspek keselamatan kerja aman di perusahaan, aplikasi ini juga menyediakan layanan bagi karyawan dalam memonitoring kegiatan kerja, membantu pekerja dalam membuat laporan pengecekan berkala pada aset perusahaan. Ada pun fitur utama yang ditawarkan pada HSSE UAUC *Mobile Application* adalah sebagai berikut:

- Melaporkan keadaan yang berpeluang terjadinya kecelakaan
- Membuat laporan berkala pengecekan aset perusahaan
- Membantu pekerja membuat laporan hasil observasi ke perusahaan

Untuk cara kerja aplikasi HSSE UAUC *Mobile Application* ini, pengguna harus mendaftar terlebih dahulu ke pihak perusahaan untuk mendapatkan sandi, setelah itu memiliki bidang pekerjaan. Setelah mendapat akses aplikasi semua fitur dapat diakses sesuai dengan bidang pekerjaan yang dipilih.

2. HSE Global dari ISS Word Service

HSE Global adalah aplikasi yang diluncurkan langsung oleh ISS Word Service yang menjadi lembaga penyedia standarisasi manajemen keselamatan kerja sebuah perusahaan. Dengan standar ISS 14001, aplikasi menyediakan materi HSSE/K3 dengan sangat lengkap. Tidak hanya itu, penyajian visual ditampilkan dengan konten video, dan aplikasi ini teerbuk untuk umum. Sayangnya, aplikasi ini tidak terlalu kompetibel di Indonesia. Ada pun fitur yang disajikan aplikasi adalah:

- Pelayanan penyediaan standarisasi bagi perusahaan
- Penyediaan materi HSSE dengan sangat lengkap

- Penyampaian materi tidak hanya dengan teks saja, tetapi juga dengan ditampilkannya konten video
- Layanan pengaduan insiden
- Kontak darurat

Cara kerja aplikasi, setelah mengunduh di Apps Store atau Google playstore pengguna sudah bisa menggunakan semua fitur yang di sediakan. Video yang disajikan langsung secara otomatis diputar dan mengakses ke laman YouTube.

3. Health, Safety and Environment dari Hardi Salih

Aplikasi yang dibuat oleh perseorangan ini menyajikan materi dalam bentuk ilustrasi *handrawing* yang penuh dengan ekspresi. Sayangnya, ilustrasi tersebut hanya tersedia di beberap materi saja. Sehingga beberapa materi yang ditampilkan penuh dengan teks dan narasi yang panjang. Fitur yang disajikan pada aplikasi adalah sebagai berikut:

- Penyajian materi yang sangat lengkap
- Melakukan kerja sama dengan pengembang aplikasi
- Aplikasi yang memiliki *experience* seperi *hand book*

Cara kerja aplikasi cukup mendownload dan pengguna bisa mengakses semua materi yang diinginkan. Pengguna akan merasa seperti memiliki buku saku tentang HSSE dalam bentuk digital.

3.1.5 Data Hasil Observasi

Dalam penelitian perancangan media edukasi tentang K3/HSSE, penulis melakukan kegiatan observasi langsung ke perusahaan PT Pertamina di Kuningan, Jakarta Selatan. Maka didapatkan data sebagai berikut:

Tabel 3.1 Data Observasi

Nama Perusahaan	PT Pertamina
Alamat	Jl Gatot Subroto No.3 Rt/6/3, Kuningan, Kec. Setiabudi, Kota Jakarta Selatan - 12950
Jenis pekerjaan	Pekerja lapangan

	<i>Production and Engineering (PE), Production and Maintenance (PM), Production and Reliability (PR)</i>
Jam kerja	Shift : 1. pukul 23.00-07.00 2. pukul 07.00-15.00 3. pukul 15.00-23.00
Kegiatan pekerjaan	Inspeksi lapangan khusus pada <i>equipments</i> vital dan non-vital, pemeliharaan, dan perbaikan <i>equipment</i> serta pembuatan laporan mengenai hasil inspeksi.
Kendala pekerjaan	<ul style="list-style-type: none"> • Padatnya jadwal kerja dan tugas di luar <i>job description</i>. • Pekerja mempunyai peranganda • Pekerjaan bersifat rutin dan monoton

Sumber: Abidin, 2020

3.1.6 Data Wawancara

Narasumber

Nama : Vidly Wardana

Pekerjaan : *Production and Maintenance (PM)*

Waktu : 23 Desember 2019

Subjek wawancara : K3/HSSE

Dari hasil wawancara didapatkan bahwa Kesehatan, Keselamatan dan Lingkungan Lingkungan (K3LL) atau yang di kenal *Health, Safety, Security and Environment (HSSE)* adalah pegangan utama perusahaan dalam mendukung upaya pemerintah dalam menekan angka kecelakaan, melihat bidang udara perusahaan BUMN ini sangat erat dengan resiko yang mengancam para pekerja. Tidak hanya untuk perusahaan, aspek HSSE juga harus ditaati oleh para pengunjung/tamu, mitra kerja dan kontraktor perusahaan supaya semua pihak sadar akan resiko bahaya yang senantiasa mengancam di setiap proses operasional. Tetapi tidak dipungkiri, kecelakaan masih saja terjadi, entah dari kelalayan pekerja, atau factor lainnya. Misalnya, saat pengecekan rutin dan berulang membuat pekerja tersebut lengah karena hanya berfokus pada mesin dan

melupakan kondisi sekitar/material kecil seperti baut yang berputar pada pipa akibat getaran mesin yang berakibat fatal. Dari situ bisa dipresiksikan kecelakaan yang dapat timbul seperti sengatan listrik, luka bakar. Maka perusahaan akan terus berkomitmen dalam upaya mensosialisasikan HSSE sebagai budaya kehidupan sehari-hari. Aspek keselamatan menjadi prioritas untuk mewujudkan *zero fatality* di Pertamina. Berdasarkan pengalamannya, kegiatan sosialisasi HSSE ini butuh sebuah inovasi dalam penyampaiannya, agar informasi terkait HSSE tidak menjadi suatu hal yang membosankan. Karena selama ini penyampaiannya hanya dalam bentuk seminar, pemberian materi, cerdas cermat, dan kegiatan-kegiatan serupa lainnya.

3.1.7 User Persona

Dari hasil wawancara diatas juga didapatkan data user persona sebagai berikut:

1. Biodata

Nama : Vidly Wardana

Pekerja yang memegang jabatan sebagai *Production and Maintenance* (PM) di perusahaan ini selama 2 tahun, sudah hafal sikap dan kebiasaan para pegawai yang di temui. Selama ini, mereka dan para karyawan lebih suka bekerja dengan suasana yang cair dan membaur, terkadang dengan perilaku tersebut mereka terkadang lalai dari aspek keselamatan kerja aman. Bahkan, menganggap karyawan lain yang mentaati aspek keselamatan kerja aman sebagai orang yang kaku dan tidak asik.

2. Motivation

Motivasi terbesar yang dimiliki Vidli adalah orangtuanya, dan calon istrinya. Karena tidak ingin mengecewakan mereka, Vidli selalu ulet dan fokus bekerja meski jadwal yang dia miliki sangat padat.

3. Interest

Vidli lebih tertarik dengan metode kerja cepat, mengobrol dengan teman kerja lainnya di waktu senggang sambil meminum kopi hangat di kantin, dan

olah raga agar tubuhnya selalu prima. Vidli juga suka berwisata ke berbagai tempat jika ada waktu luang dengan orang-orang terdekatnya.

4. Personality

ESFP (Extraverted, Sensing, Feeling, and Preceiving).

5. Stress Point

Vidli merasa tertekan jika melakukan pekerjaan yang memakan waktu lama, terutama saat pengecekan aset perusahaan yang sudah dimakan usia. Biasanya, pekerjaan itu akan membutuhkan pengecekan dengan waktu yang lebih lama dari biasanya.

3.1.8 Data Kuesioner

Penulis menyerahkan kuesioner kepada pihak perusahaan yang kemudian dibagikan ke para pekerja lapangan di asset 4 dengan rentang umur 20-25 tahun. Kuesioner ini dibagikan untuk mengetahui pengetahuan dan kesadaran responden terhadap materi K3/HSSE dan ketertarikan mereka dalam media edukasi. Berikut adalah hasil kuesioner:

- a. Usia rata-rata 20-25 tahun = 21 orang
- b. Status pekerjaan
 - 13 karyawan kontrak (dengan masa tenggang)
 - 8 karyawan tetap (tanpa masa tenggang)
- c. Resiko pekerjaan yang mereka miliki
 - 9 ringan
 - 9 sedang
 - 3 berat
- d. Pelanggaran aspek keselamatan kerja.
 - 12 tidak sama sekali
 - 8 terkadang
 - 1 sering
- e. Pandangan mereka terhadap pentingnya kesehatan dan keselamatan kerja
 - 1 tidak penting

- 1 biasa saja
 - 19 sangat penting
- f. Pengetahuan mereka mengenai K3/HSSE
- Tahu = 14 Orang
 - Tidak = 7 Orang
- g. Pemahaman mereka terhadap isi K3/HSSE
- Ya = 12 Orang
 - Tidak = 9 Orang
- h. Ketertarikan mereka untuk memahahi/mendalami materi K3/HSSE
- Ya = 21 Orang
 - Tidak = 0
- i. Ketertarikan terhadap metode penyampaian
- Membaca dengan narasi/buku saku = 0
 - Membaca dengan visual = 21 Orang
- j. Media penyampaian yang mereka sukai
- Visual/poster = 18 Orang
 - Buku bergambar = 3 Orang
- k. Kesimpulan

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa responden dengan rentan umur 20-25 tahun dengan status pekerja kontrak di perusahaan PT Pertamina dan rata-rata memiliki resiko kerja dari ringan-sedang dengan kesadaran pentingnya keselamatan kerja yang sudah mencukupi, namun masih beberapa pekerja terkadang melanggar aspek keselamatan kerja. Tetapi ada sebagian pekerja belum mengetahui apa itu *HSSE/K3* dan tidak memahami isi materinya. Akan tetapi, mereka tertarik untuk memahami/mengetahui kembali materi *HSSE/K3* tersebut jika disampaikan dalam bentuk media visual berupa poster/aplikasi.

3.2 Analisis

3.2.1 Analisis Proyek Sejenis

Tabel 3.2 Analisis Proyek Sejenis

	HSE UAUC	HSE Global	HSE Application
Demografis	Nasional (Malaysia)	Internasional	Internasional
Fitur	Melaporkan keadaan yang berpeluang terjadinya bencana, membuat laporan berkala pengecekan aset perusahaan, membantu pekerja membuat laporan hasil observasi.	Menyediakan layanan manajemen standarisasi keamanan kerja bagi perusahaan, menyediakan materi dalam bentuk video, layanan pengaduan insiden, kontak darurat.	Penyajian materi yang lengkap, Menyediakan layanan manajemen standarisasi keamanan kerja bagi perusahaan, aplikasi memberikan kesan seperti <i>hand book</i> .
Layout	Standar, simple, dan mudah dipahami.	Terlalu padat, dan terkesan penuh.	Terurut, dan monoton.
Bentuk & ukuran	Icon yang digunakan sangat cocok dan enak dilihat.	Untuk beberapa user mungkin terlihat kecil, terutama pada teks dan icon.	Jenis/body font yang digunakan terlalu tipis, dan icon/gambar terlalu besar
Warna	Skema warna yang digunakan adalah pastel, seperti hijau muda, kuning muda, abu-abu muda, biru dan ungu muda. Sedangkan warna latar berwarna berwarna putih.	Menggunakan skema warna yang kontras, seperti warna latar putih dan biru tua pada setiap icon tombol pilihan.	Dengan menggunakan skema warna dominan abu-abu muda, hijau muda, dan biru muda pada warna latar pilihan.

Contras	Dengan efek warna pastel dan icon yang berwarna kuning, keterbacaan dari icon kurang terlihat atau semu.	Konten (teks & icon) terlihat tegas dan mudah di lihat saat keadaan di luar maupun di dalam ruangan.	Cukup enak dilihat, namun untuk beberapa orang akan merasa monoton dan bosan.
Buttons (UX)	Beberapa pilihan memiliki banyak pilihan lain, sehingga untuk beberapa pengguna terasa rumit.	Sangat <i>to the point</i> , setiap pilihan tidak memili cabang kepilihan lainnya.	Sangat <i>to the point</i> , konsep palikasi seperti penanda pada buku.
Menu (UX)	Hanya memiliki 3 menu utama, yaitu <i>unsafe act, unsave condition, dan sa</i>	Memiliki banyak menu utama, seperti <i>Home, emergency, stop or continue job desk, report incident, lates update job, HSE Vision, ISS safety rules, Symbols, PPE, Safe habits Emvironment, dan Settings.</i>	Karena konsep aplikasi seperti buku saku, menu yang di tambikan sangatlah banyak, sesuai dengan pengklasifikasian materi bab yang ingin ciari pengguna.

Sumber: Abidin, 2020

3.2.2 Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah kegiatan yang dilakukan terhadap sebuah strategi untuk dapat mengetahui kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*), dan ancaman (*Threat*), dari data yang diperoleh.

1. Kekuatan (*Strength*)

Aplikasi banyak digunakan oleh para pekerja di setiap cabang, dan menggantikan proses manual dalam kegiatan pengecekan yang dilakukan oleh para pekerja sebelum melakukan kegiatan kerja lebih efektif dan efisien. Sehingga dalam hal ini, dapat memberikan suatu persepsi bahwa kegiatan kerja aman tidak lah rumit.

2. Kelemahan (*Weakness*)

Semakin banyaknya cabang atau anak buah dari perusahaan, dan jalinan kerja sama yang dilakukan perusahaan, maka data base yang di butuhkan semakin besar. Di tambah aplikasi ini di peruntukan hanya untuk internal perusahaan, maka di sini Pertamina di bebani dengan biaya berlebih.

3. Peluang (*Opportunity*)

Tidak menutup kemungkinan, aplikasi ini di peruntukkan oleh pihak luar perusahaan jika dirasa perlu. Terutama dalam menggalakkan budaya HSSE ke masyarakat luas.

4. Ancaman (*Threat*)

Kemungkinan dengan berkembangnya teknologi yang di gunakan oleh perusahaan dalam berkegiatan, standarisasi keselamatan yang terbarukan sehingga materi yang ditampilkan pada aplikasi harus selalu di perbaharui.

3.2.3 Analisis Media Terhadap Teori

Tabel 3.4 Matriks Media Terhadap Teori

	Warna	Ilustrasi	Tipografi	Layout
Data hasil observasi	Penggunaan warna yang monoton mengikuti warna identitas perusahaan diantaranya biru, merah dan hijau.	Ilustrasi yang ditampilkan tidak mempunyai <i>unity</i> antara materi yang satu dengan yang lainnya, tetapi masih menerangkan konteks yang dimaksud	Penerapan tipografi terlalu kaku, keluar dari identitas logo perusahaan yang dinamis.	Tata letak yang diaplikasikan cukup memberikan kesan rapih, tapi karna rapih itu pula penataan lebih terlihat kaku dan tidak fleksibel.
Data hasil wawancara	Masih menggunakan warna identitas utama perusahaan, tetapi lebih mengimprovisasi sesuai dengan materi yang dibahas	Penggunaan ilustrasi yang lebih luwes dan memiliki satu kesatuan, serta tidak kaku, juga cukup menerangkan isi dari materi yang dimaksud	Tipografi yang mudah dibaca namun tidak menimbulkan kesan yang kaku.	Penerapan layout yang <i>balance</i> dan penataan konten yang cocok agar materi terlihat menarik dan mudah dimengerti.

Sumber: Abidin, 2020

BAB IV

KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

4.1 Konsep Pesan

Berdasarkan hasil analisis serda didukung oleh teori yang telah dipaparkan, maka dapat ditarik konsep pesan yang akan menjadi acuan dalam perancangan aplikasi K3/HSSE. Berikut adalah konsep pesan yang dapat dijabarkan:

1. Untuk memaksimalkan cara menyampaikan informasi terkait K3/HSSE.
2. Menjadi media informasi yang efektif dan efisien dalam menggalakkan budaya HSSE di semua kegiatan perusahaan.
3. Sebagai wujud nyata perusahaan dalam meningkatkan kesadaran dalam mengutamakan keselamatan kerja aman (K3/HSSE) dalam setiap aktivitas perusahaan.

4.2 Konsep Kreatif

Agar menarik minat para target atudiens, penulis membuat konsep kreatif dalam pencapaian konsep pesan. Aplikasi memiliki konten yang selain bertujuan memberikan informasi aspek keselamatan kerja, juga dapat membantu pekerja lapangan khususnya dalam membuat laporan hasil kerja atau melaporkan kejadian yang beresiko, dalam upaya mengurangi kecelakaan dalam kerja.

Fitur ini memiliki cara kerja yang sama dengan membuat laporan kerja konvensional, tetapi diubah ke dalam media digital yang lebih praktis. Nantinya, jika pekerja selesai mengerjakan tugas dan langsung membuat laporan, maka laporan yang sudah dikirim akan di teruskan ke pihak terkait di perusahaan untuk dikelola sebagai data.

4.3 Konsep Media

Penulis menggunakan media smartphone dengan basis operasi iOS dan App Store sebagai media untuk mengunduh aplikasi *HSSE pass*. App Store adalah media resmi yang di keluarkan Apple sebagai sarana untuk mengedarkan aplikasi-aplikasi yang dibuat khusus untuk Apple *user*. Aplikasi *HSSE pass* ini bersifat daring.

4.4 Konsep Visual

Konsep visual yang akan digunakan pada perancangan adalah *flat design*, dengan menggunakan vector. *Flat desain* identic dengan ilustrasi dua dimensi, dan banyak ruang/*white space*. Dengan penggambaran gaya visual yang semirealis dan sederhana, akan menimbulkan kesan modern dan minimalis. Dari *maind map* yang telah dibuat, penulis dapat menentukan tema desain aplikasi ini yaitu *Urgency*.

4.4.1 Warna

Pemilihan warna menggunakan beberapa warna dari identitas perusahaan, dan sebagian menggunakan warna pendukung yang memiliki karakter kemiripan dengan warna perusahaan.

4.4.2 Tipografi

Tipografi yang digunakan menyesuaikan dari target sasaran, yaitu pekerja dengan rentang umur 20-25 tahun berstatus kontraktor maupun pekerja tetap. Dengan demikian Helvetica Bold sebagai headline dan Helvetica Light sebagai sub-headline memiliki karakter yang tegas dan simple memiliki kecocokan dengan

target audiens dan menegaskan bahwa konteks regulasi yang disampaikan terpancar dari tipografi yang di pilih.

4.4.3 Layout

4.4.4 Ilustrasi

Ilustrasi aplikasi ini hanya terdapat pada menu materi HSSE yang mengacu pada 11 elemen kunci keselamatan kerja perusahaan (*11 Corporate Life Saving Rules/CLSR*).

Penggunaan ilustrasi dalam merancang visual menggunakan vektor agar memberikan kemudahan dalam menampilkan detail yang menarik dalam penyampaian materi keselamatan K3/HSSE kepada stakeholder. Kemudian di beberapa ilustrasi kegiatan, karakter yang tergambar menggunakan atribut perusahaan agar stakeholder mudah menerima maksud dan tujuan dari informasi yang disampaikan.

4.5 Konsep Bisnis

Aplikasi ini hanya di peruntukan bagi stakeholder/mitra kerja perusahaan saja atau dengan kata lain hanya di peruntukan internal perusahaan. Karena dari sistem penggunaannya diperlukan akses dari bagian admisnistrasi perusahaan, sehingga di luar dari itu aplikasi ini tidak bisa digunakan secara maksimal, seperti penggunaan fitur kontak darurat, pelaporan insiden, riwayat akses pengecekan/kegiatan terakhir.

4.6 Hasil Perancangan

4.6.1 Logo & Nama Aplikasi

Logo aplikasi berasal bentuk roda gear yang identik dengan pekerja, baik didalam maupun di luar (ruangan/lapangan). Roda akan selalu berputas mana kala ada sinergi dari dalam yang menggerakannya, sehingga pada tengah roda terdapat logo perusahaan dengan tiga warna khasnya yaitu merah, hijau, dan biru. Dari ketiga warna tersebut juga mencerminkan aspek-aspek HSSE/HSE yang terdiri dari Health/kesehatan (biru), Safety Secure/keselamatan & keamanan (merah), serta Environment/lingkungan (hijau).

Sedangkan nama “HSSE *Pass*” diambil dari proses seseorang memperoleh ijin masuk ke suatu area, dalam hal ini adalah area kerja pertamina. Mereka yang telah mendownload dan teregistrasi identitas serta telah memahami semua materi yang terdapat di aplikasi khususnya materi HSSE, maka diperbolehkan masuk.

4.6.2 Ilustrasi

Ilustrasi yang diterapkan pada aplikasi adalah flat desain dengan penyesuaian warna sesuai dengan tema. Ilustrasi berada pada setiap materi di 11 materi utama keselamatan kerja, berikut adalah contoh ilustrasi pada materi Peralatan dan Kelengkapan.

4.6.3 Layout

Dalam implementasinya, penulis menggunakan dua jenis layout. Kedua sistem ini dipilih agar memudahkan pengguna dan mengikuti kontur atau gestur tangan dalam pengoperasian aplikasi.

4.6.4 Tipografi

Penulis menggunakan font yang memiliki body font yang berbeda pada aplikasi namun dengan jenis yang sama, yaitu Roboto bold dan Roboto reguler keduanya masuk dalam jenis font san-serif yang minimalis. Pemilihan tersebut bertujuan agar pengguna dengan mudah membedakan judul dan body teks, karena dengan demikian pula pengguna dengan mudah mengikuti hirarki/alur dari narasi yang ditampilkan.

4.6.5 Warna

Penggunaan warna utama pada aplikasi diambil dari 3 warna utama identitas yang menggambarkan PT Pertamina, yaitu biru, hijau dan merah.

4.6.6 Ikon

Ikon yang digunakan menyesuaikan dengan konsep flat desain. Maka dari situ penulis mendesain ikon dengan fill yang solid dan sederhana namun berusaha menyerupai bentuk aslinya.

4.7 Media Pendukung

Media pendukung bertujuan untuk menginformasikan aplikasi kepada khalayak. Berikut adalah detail dari media-media pendukung yang dirancang.

1. X-baner

Penggunaan X-banner yang di sebar di beberapa sudut strategis perusahaan, selain memeberi informasi terkait aplikasi, juga mempermudah target sasaran mengakses/mengunduh aplikasi.

2. Table Tent

Adalah sebuah tanda berukuran A5 yang diletakkan disetiap kantor administrasi perusahaan, berfungsi sebagai tanda bahwa setiap cabang dari perusahaan sudah membuka server aplikasi tersebut.

4.8 Konsep Komunikasi

Proses komunikasi yang digunakan adalah model komunikasi AISAS, yang terdiri dari *Attention*, *Interest*, *Search*, *Action*, dan *Share*. Model ini dianggap cocok dalam perancangan kali ini karena melihat latar belakang dari majunya teknologi sekarang yang mengubah model komunikasi AIDA ke AISAS.

Tabel 4.1 Strategi Komunikasi

Tahap	Media	2020-2021						
		Jul	Agu	Sep	Okt	Nov	Des	Jan
Attention	Xbanner							
Interest	Table tant							
Search								
Action	Aplikasi							
Share								

Sumber: Abidin, 2020

Penggunaan media xbanner yang diletakkan pada setiap sudut strategis bertujuan memberikan kemudahan dalam menyebarkan informasi tentang aplikasi itu sendiri. Sedangkan table tant yang penggunaannya lebih di dalam ruangan, dan diletakkan pada media administrasi disetiap kantor cabang perusahaan. Karena perancangan ini ditujukan tidak hanya untuk pekerja luar ruang/*outdoor* tetapi untuk pekerja kantor dan para mitra kerja perusahaan yang sudah pasti sebelum melakukan kontrak kerja/kerja sama mengunjungi kantor administrasi perusahaan. Diharapkan dengan dilakukannya model komunikasi ini, target audiens dapat terbantu mengakses aplikasi dan melakukan setiap materi yang telah disampaikan dalam media tersebut.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari keseluruhan uraian yang dipaparkan dalam tugas akhir ini, dapat diambil kesimpulan yang merupakan gambaran menyeluruh dari hasil perancangan aplikasi. Kesimpulan dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Tujuan dari perancangan aplikasi *HSSE Pass* ini adalah mempermudah dan membantu para pekerja, dan mitra kerja perusahaan dalam mendapatkan informasi mengenai aspek keselamatan kerja di perusahaan, sekaligus membuat laporan dari hasil kerja yang lebih mudah dengan menggantikan metode konvensional dengan metode digital agar lebih efektif dan efisien.
2. Dalam perancangan ini, diharapkan para pekerja dan mitra kerja perusahaan dapat mempraktikkan materi keselamatan kerja yang selama ini hanya dapat diperoleh dari acara-acara pelatihan yang diadakan oleh pihak terkait. Sehingga, dengan kemudahan akses informasi terkait aspek keselamatan kerja K3/HSSE diharapkan dapat menekan angka kecelakaan yang ada, mulai dari yang ringan hingga yang berat.
3. Aplikasi ini dalam praktiknya lebih mengutamakan mitigasi atau pelaporan kegiatan kerja dan insiden yang terjadi. Maka dari itu, selain menekankan pada sisi materi keselamatan kerja K3/HSSE, juga memberikan kemudahan dalam kontak darurat langsung ke pihak terkait.

5.2 Saran

Dalam praktiknya, semua kembali ke setiap individu yang saling mempengaruhi setiap aktivitas yang ada. Maka dari itu, aplikasi ini dibuat agar mempengaruhi kesadaran para pihak terkait dalam mempraktikkan aspek keselamatan kerja. Melihat dari semua data lapangan yang ada, saran yang dapat diberikan lebih ditekankan lagi dalam mengutamakan aspek keselamatan kerja di lapangan. Dan terkait perancangan aplikasi ini, terdapat saran yang diharapkan agar dibuat lebih optimal dan berguna untuk perancangan tugas akhir selanjutnya.

Daftar Pustaka

- Adi Kusrianto. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Anggraini Lia. dan Nathalia Kirana. (2014). *Desain Komunikasi Visual. Dasar-dasar Panduan Untuk Pemula*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Desintha, Siti. (2019). *Analisis Semiotika Sampul Buku Soulscape Road Karya Oscar Motuloh dalam Visualita Jurnal Online Desain Komunikasi Visual Volume 8* (hlm. 3). Bandung: Universitas Telkom.
- Fitriana, R., Mustikawan, A., & Julianto, I. N. L. (2015). *Perancangan Buku Interaktif Sebagai Penunjang Aktivitas Belajar Pos Paud Usia 3-4 Tahun di Kelurahan Tugu-Depok*. eProceedings of Art & Design, 2(2).
- Mustikawan, A., & Julianto, L. (2015). *COMMUNICATION STRATEGY OF BATIK CIMAHI BRAND: BANDUNG CREATIVE MOVEMENT 2015 2nd International Conference on Creative Industries "Strive to Improve Creativity "*. Bandung: Universitas Telkom.
- Notoatmodjo, Soekidjo. 2003. *Pendidikan Dan Perilaku Kesehatan*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Rahman, Ali. (2018). *Ciptakan Budaya Keselamatan Kerja*. Diakses pada www.indopos.co.id (24 maret 2020, 17:06).
- Roger S. Pressman, P. D. (2012). *Rekayasa Perangkat Lunak (Pendekatan Praktisi)*. Yogyakarta: Offset, Andi.
- Ruslan, Rosady. (2008). *Metode Penelitian Public Reletations dan Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Jaja Grasindo Persada.
- Safanayong, Yongky. (2006). *Desain Komunikasi Visual Terpadu*. Jakarta: Arte Intermedia.

- Setiawan, Parta. (2020). *Strategi Analisis SWOT-Pengertian, Matriks, Jenis Komponen dan Contoh*. Diakses pada www.gurupendidikan.co.id (24 maret 2020, 13:40).
- Soemanagara, Rd. (2008). *Marketing Communication*. Bandung: Alfabeta.
- Soewardikoen, Didit Widiatmoko. (2013). *Metodologi Penelitian Visual*. Bandung: Dinamika Komunikasi.
- Sugiyono, Kotaro dan Andree (2011). *The Dentsu Way*. United State: Dentsu Inc.
- Sunendar, Dadang. (2016). KBBI Daring. Diakses pada www.kbbi.kemdikbud.go.id (12 April 2020, 18:11).
- Utami, Widya Utami. (2017). *Manfaat Faktor Yang Mempengaruhi dan Contoh Analisis SWOT*. Diakses pada www.jurnal.id (24 maret 2020, 13:33).
- Venus, Antara. (2007). *Manajemen Kampanye Panduan Teoritis dan Praktis dalam Menefektifkan Kampanye Komunikasi (2)*. Bandung: Simbiosis Rekatama.
- Venus, Antara. (2012). *Manajemen Kampanye Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi (4)*. Bandung: Simbiosis Rekatama.

