

Desain Informasi *Ikigai* Sebagai Nilai Hidup Bangsa Jepang Melalui Media *E-book*

Bela¹, Satria Indra Praja Persada²

^{1,2}Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain, Universitas Komputer Indonesia, Bandung
Email: ¹bela.51917177@mahasiswa.unikom.ac.id, ²satria.indrapraja@email.unikom.ac.id

Abstrak: Selain dikenal sebagai negara dengan penduduknya yang berdedikasi tinggi, Jepang juga diketahui memiliki harapan hidup yang tinggi karena memegang sebuah nilai hidup bernama *ikigai*. *Ikigai* merupakan sebuah konsep dari pemikiran bangsa Jepang yang dapat menjelaskan mengenai kesenangan dan makna kehidupan melalui hal-hal kecil. Sebagian masyarakat perkotaan khususnya kota Bandung diketahui masih ada yang mengenal *ikigai* sebagai sebuah diagram hasil modifikasi barat yang bukan merupakan arti *ikigai* yang sebenarnya bagi bangsa Jepang karena bagi bangsa Jepang *ikigai* tidak harus selalu berhubungan dengan pekerjaan dan berpenghasilan, namun tidak sedikit juga yang tidak mengetahui *ikigai* sama sekali. Dengan adanya permasalahan tersebut maka diperlukan sebuah perancangan untuk menginformasikan arti *ikigai* yang sebenarnya bagi bangsa Jepang. Tujuan dari perancangan ini adalah untuk meluruskan kesalahpahaman terkait *ikigai* yang digambarkan sebagai sebuah diagram serta memberitahu arti *ikigai* yang sebenarnya bagi bangsa Jepang sebagai alternatif dan wawasan baru sehingga solusi perancangan tersebut yaitu membuat sebuah perancangan informasi melalui *e-book*. Dengan adanya *e-book* ini diharapkan mampu membuat khalayak dapat memperoleh informasi mengenai *ikigai* secara praktis dan mudah diakses dengan kesesuaian gaya hidup khalayak saat ini.

Kata kunci: Jepang, *ikigai*, makna kehidupan, informasi, *e-book*.

Abstract: Besides being known as a country with a highly dedicated population, Japan is also known to have a high life expectancy because it holds a life value called *ikigai*. *Ikigai* is a concept of Japanese thought that can explain the pleasures and meaning of life through small things. Some urban communities, especially the city of Bandung, are known to still recognize *ikigai* as a western modified diagram which is not the true meaning of *ikigai* for the Japanese because for the Japanese, *ikigai* does not always have to be related to work and income, but not a few also do not know *ikigai* at all. With these problems, a design is needed to inform the true meaning of *ikigai* for the Japanese. The purpose of this design is to clear up misunderstandings related to *ikigai* which is described as a diagram and to tell the true meaning of *ikigai* for the Japanese as an alternative and new insight so that the design solution is to make an information design through an *e-book*. With the existence of this *e-book*, it is hoped that it will enable the public to obtain information about *ikigai* in a practical and easily accessible manner in accordance with the current lifestyle of the audience.

Keywords: Japanese, *Ikigai*, meaning of life, information, *e-book*.



PENDAHULUAN

Setiap bangsa di suatu negara memiliki nilai yang berbeda-beda dalam kehidupan sebagai suatu bentuk budaya yang diyakini penting oleh masyarakat serta dianggap baik maupun buruk. Nilai tersebut dapat mempengaruhi seseorang dalam bertindak berdasarkan pilihannya, salah satunya adalah negara Jepang. Jepang dikenal sebagai sebuah negara yang memiliki bangsa yang maju dengan penduduknya yang produktif dan memiliki dedikasi tinggi dalam bekerja karena bangsa Jepang lebih mengutamakan kemajuan perusahaannya dibandingkan dengan mementingkan kepuasan dan kesuksesan pribadi (Shindo, 2015, h. 66-67). Namun, atas dedikasi yang telah dilakukan tersebut tidak membuat harapan hidup bangsa Jepang menjadi hilang karena Ken Mogi (2017) menjelaskan bahwa “Menurut Survei 2016 oleh Kementerian Kesehatan, Tenaga Kerja, Kesejahteraan, dibandingkan dengan negara-negara dan wilayah-wilayah lain di dunia, usia panjang kaum pria Jepang menduduki peringkat keempat di dunia, dengan angka harapan hidup rata-rata 80,79 tahun, setelah Hongkong, Islandia, dan Swiss. Kaum wanita Jepang memiliki umur terpanjang peringkat kedua didunia dengan angka harapan hidup rata-rata 87,05 tahun, setelah Hongkong dan disusul oleh Spanyol” (h.10-11).

Sekitar 2.455 orang di Jepang diketahui memiliki usia lebih dari 100 tahun untuk setiap 100.000 penduduk yang berada diujung utara pulau Okinawa tepatnya di desa Ogimi yang membuat pulau Okinawa menjadi kota dengan harapan hidup yang tinggi di dunia dan desa Ogimi juga dijuluki sebagai “*Village of Longevity*” atau Desa Umur Panjang (Gracia dan Miralles, 2016). Tidak hanya menjaga pola makan, masyarakat Ogimi yang disebut sebagai “*Centenarian*” (orang dengan usia lebih dari 100 tahun) memegang sebuah nilai hidup bernama *ikigai* yang berperan penting dalam membentuk kehidupannya sehingga *ikigai* sering kali menjadi sebuah alasan mengapa harus bangun di pagi hari agar tetap aktif dalam menjalani aktivitasnya bahkan setelah pensiun (Gracia dan Miralles, 2016).

Ikigai adalah istilah Jepang yang berasal dari penggabungan kata “*iki*” yang artinya kehidupan dan “*gai*” yang artinya alasan atau nilai. Secara filosofi, *ikigai* merupakan konsep pemikiran dari bangsa Jepang mengenai nilai hidup yang dapat menjelaskan kesenangan dan makna kehidupan (Mogi, 2017). *Ikigai* didefinisikan sebagai salah satu jenis kebahagiaan yang disertai dengan gagasan untuk bergerak menuju masa depan meskipun sedang dalam keadaan menderita sehingga seseorang lebih cenderung melihat situasi saat ini sebagai jalan untuk menuju ke masa depan dan untuk menemukan makna pada saat ini. (Kamiya dalam Mitsuhashi, 2018).

Hingga saat ini *ikigai* dari Jepang sering kali dikenal sebagai diagram venn. Diagram tersebut terdiri dari empat aspek yang saling tumpang tindih yang akan memunculkan empat irisan yaitu *passion*, *profession*, *vocation* dan *mission*.



Gambar 1. Diagram *Ikigai* Marc Winn

Sumber: <https://www.quipper.com/id/blog/tips-trick/your-life/apa-itu-ikigai/>
(2020)

Berdasarkan artikel *ikigaitribe* yang memuat dua podcast telah diketahui bahwa diagram tersebut diciptakan oleh seseorang bernama Marc Winn yang hanya dengan mengganti kata *purpose* yang ada didalam diagram *purpose* milik Andres Zuzunaga yaitu psikolog asal spanyol dengan kata *ikigai* yang berasal dari sebuah video *TEDTalk* dari Dann Buettner yang berjudul “*How To Live To Be 100+*”. Diagram tersebut akhirnya dipublikasikan kedalam artikel blog berjudul “*What Is Your Ikigai?*” pada tahun 2014 sebagai diagram *ikigai* dari Jepang dan membuat diagram yang ada didalam artikel tersebut menjadi *viral* di luar negara Jepang. Namun, Akihiro Hasegawa yaitu seorang psikologi asal Jepang yang pernah meneliti *ikigai* pada tahun 2001 menyatakan bahwa diagram *ikigai* tersebut bukanlah arti *ikigai* yang sebenarnya bagi bangsa Jepang karena bagi bangsa Jepang *ikigai* tidak harus selalu berhubungan dengan pekerjaan dan berprestasi (Kemp, 2019).

Sejak tersebarnya *ikigai* yang digambarkan sebagai diagram venn yang dibuat oleh Marc Winn, istilah *ikigai* mulai populer sebagai diagram tersebut di berbagai negara termasuk Indonesia. Di Indonesia sendiri, informasi mengenai *ikigai* masih belum banyak diketahui oleh sebagian masyarakat perkotaan khususnya di kota Bandung sehingga fungsi, cara dan manfaat dari *ikigai* juga masih belum banyak diketahui, namun sejak dikenalnya diagram milik Marc Winn yang tersebar sebagai konsep *ikigai* dari Jepang membuat sebagian masyarakat perkotaan khususnya di kota Bandung yang pernah mengetahui *ikigai* masih ada yang mengetahui *ikigai* sebagai diagram venn *ikigai* milik Marc Winn sehingga masih mengakibatkan kesalahpahaman informasi yang dialami oleh sebagian masyarakat. Dengan adanya permasalahan tersebut membuat masyarakat perlu mengetahui informasi mengenai arti *ikigai* yang sebenarnya bagi bangsa Jepang beserta dengan fungsi, manfaat dan cara menemukan *ikigai* apalagi kota Bandung merupakan perkotaan yang pada dasarnya kehidupan di perkotaan memiliki tingkat tekanan yang lebih tinggi dan

rentan mengalami gangguan mental dari berbagai faktor dibandingkan dengan wilayah pedesaan sehingga dengan mengetahui informasi tentang *ikigai* dapat dimanfaatkan sebagai alternatif dalam mengupayakan agar dapat menjadikan hidup lebih bermakna, bahagia dan merasakan kehidupan yang layak untuk dijalani.

Oleh karena itu perlu dibutuhkannya media untuk menginformasikan *ikigai* kepada masyarakat agar masyarakat dapat memperoleh pengetahuan dasar dan manfaat mengenai arti *ikigai* yang sebenarnya bagi bangsa Jepang serta dapat mengambil hal-hal positif yang ada didalam informasi *ikigai*. Media informasi pada perancangan ini akan dibuat berupa *e-book* yang berisi informasi mengenai arti *ikigai* yang sebenarnya bagi bangsa Jepang serta teks yang didukung dengan tampilan ilustrasi yang selaras dengan khalayak sasaran. *e-book* ini dipilih agar khalayak dapat memperoleh informasi lebih praktis dan simpel sebagai bentuk adaptasi dari perkembangan teknologi serta penyesuaian gaya hidup masa kini.

Penelitian ini dirancang untuk mengenalkan informasi mengenai pasukan Bhayangkara juga cerita Kerajaan Majapahit melawan bangsa Mongol kepada para pelajar maupun masyarakat agar sejarah ini dapat diketahui dan juga dapat dipetik nilai-nilai moral yang ada dalam cerita sejarah ini. Mengingat bangsa Indonesia Masyarakat Indonesia memiliki minat baca yang kurang seperti yang dikemukakan oleh Central Connecticut State yang melakukan studi “*Most Littered Nation in the World*” pada tahun 2016, Indonesia diperingkat 60 dari 61 negara dibawah negara Thailand, maka perancangan media berupa permainan interaktif yang mengedukasi dengan gaya gambar kartun yang mernaik agar masyarakat lebih minat akan pembelajaran sejarah Indonesia ini.

METODE

Objek penelitian pada perancangan ini yaitu *ikigai* sebagai nilai hidup bangsa Jepang. *Ikigai* berasal dari istilah Jepang yaitu “*iki*” yang berarti kehidupan dan “*gai*” yang berarti alasan atau nilai. *Ikigai* merupakan sebuah konsep pemikiran bangsa Jepang yang dapat menjelaskan kesenangan dan makna dari kehidupan. *Ikigai* dapat digunakan dalam konteks yang lebih luas. Selain pada target atau prestasi yang besar, *ikigai* juga dapat diterapkan seperti mulai dari hal-hal kecil dalam kehidupan sehari - hari atau dalam kata lain *ikigai* adalah konsep yang demokratis dan disisipkan ke dalam perayaan akan beragamnya kehidupan (Mogi, 2017, h.5).

Ikigai didefinisikan sebagai salah satu jenis kebahagiaan yang disertai dengan gagasan untuk bergerak menuju masa depan meskipun sedang dalam keadaan menderita sehingga seseorang cenderung lebih melihat situasi saat ini sebagai jalan untuk menuju ke masa depan dan untuk menemukan makna pada saat ini (Kamiya dalam Mitsunashi, 2018, h. 13). Istilah *ikigai* sudah dikenal secara umum oleh bangsa Jepang karena kata *ikigai* sudah ada sejak masa Heian (794 – 1185). Dalam bahasa Jepang, “*gai*” diambil dari kata “*kai*” yang berarti tempurung kerang.

Bangsa Jepang menganggap bahwa tempurung kerang sangat bernilai dan itulah alasan mengapa *ikigai* diartikan sebagai nilai kehidupan (Misuhashi, 2018, h. 12). Sedangkan kata “*iki*” dalam bahasa Jepang mengandung arti kehidupan yang mengarah pada *seikatsu* yang artinya kehidupan sehari-hari (Mitsuhashi, 2018, h. 8). Dalam bahasa Jepang, kata *ikigai* dapat mengacu pada sebuah objek dan juga perasaan (Mitsuhashi, 2018, h. 60).

Dalam menemukan *ikigai*, terdapat lima pilar sebagai kerangka fondasi yang akan memungkinkan *ikigai* dapat berkembang. Pilar tersebut antara lain pilar pertama yaitu awali dengan hal-hal yang kecil, pilar kedua yaitu bebaskan dirimu, pilar ketiga yaitu keselarasan dan kesinambungan, pilar keempat yaitu kegembiraan dari hal-hal kecil dan pilar kelima yaitu hadir ditempat dan waktu saat ini (Mogi, 2017).

Ikigai dapat memberikan manfaat bergantung pada *ikigai* apa yang dimiliki, namun bagi sebagian orang, mengetahui *ikigai* dapat memungkinkan untuk merasa senang dan puas, menemukan keadaan pikiran yang stabil, memiliki kendali yang lebih baik atas kehidupan sehari-hari, tumbuh dan maju, merasa lebih terdorong dan termotivasi, menjadi lebih proaktif serta menemukan vitalitas untuk hidup dan maju. Semua manfaat tersebut datang dari mengetahui apa yang diinginkan dan dihargai dalam hidup. Dengan menyadari apa yang benar-benar dinikmati dan disukai, *ikigai* akan memberi fokus dan arah dan berfungsi sebagai jangkar dalam hidup (Mitsuhashi, 2018, h. 22). Untuk memperoleh beberapa data, langkah yang dilakukan yaitu antara lain dengan mencari informasi melalui buku, jurnal dan sebagainya serta melakukan analisis dengan memperoleh data dari kuesioner dan observasi secara tidak langsung melalui jurnal, buku dan sebagainya.

Metode Analisa

Khalayak sasaran dalam perancangan ini adalah masyarakat perkotaan khususnya kota Bandung yang berusia 18-25 tahun yang berstatus sebagai mahasiswa dan pekerja serta memiliki status sosial menengah sampai dengan menengah keatas. Hal tersebut dikarenakan target khalayak yang dituju rentan memiliki ketegangan emosional seperti kegagalan, kesulitan dan sebagainya serta rentan terkena gangguan mental dan hal tersebut memiliki relevansi dengan informasi mengenai *ikigai*.

Secara psikografis, usia khalayak sasaran yaitu 18 sampai dengan 25 tahun termasuk kedalam kategori dewasa dini. menurut Hurlock (1980) dewasa dini dimulai pada umur 18 tahun sampai kira-kira 40 tahun. Saat perubahan-perubahan fisik dan psikologis yang menyertai berkurangnya kemampuan reproduktif (h. 246). Dengan demikian jika dikaitkan dengan psikografis pada usia tersebut, keadaan psikologi pada usia tersebut memiliki relevansi dengan informasi mengenai *ikigai* sebagai referensi dan alternatif dalam pencarian makna dan kebahagiaan atas masalah dan ketegangan emosional yang dialami karena *ikigai* dapat terhubung dalam segala aspek kehidupan.

Pada aktivitas sehari-harinya dari pagi hari hingga malam hari, target khalayak yang dituju cenderung menghabiskan waktu luangnya dengan melakukan aktivitas yang berhubungan dengan media digital *gadget* seperti *handphone*, komputer dan sebagainya. Oleh karena itu, hal tersebut digunakan sebagai acuan dalam menentukan media yang tepat sesuai dengan kebutuhan khalayak dengan kesesuaian gaya hidup masa kini. Namun karena tidak semua aktivitasnya selalu berhubungan dengan media digital, maka perancangan ini tidak hanya menggunakan media digital saja tetapi juga menggunakan beberapa media fisik yang sering ditemui dan digunakan oleh target khalayak seperti buku, kaos, stiker, jam dinding, mug.

Tujuan dan Pendekatan Komunikasi

Tujuan komunikasi dari perancangan ini yaitu untuk memperkenalkan arti *ikigai* yang sebenarnya bagi bangsa Jepang. Selain itu untuk mempermudah dalam menyampaikan informasi mengenai *ikigai* agar masyarakat dapat mengetahui serta memahami informasi mengenai *ikigai* baik secara definisi, fungsi, manfaat maupun cara menemukannya sehingga masyarakat dapat memperoleh hal-hal positif, pengetahuan maupun wawasan baru serta masyarakat dapat memanfaatkan informasi *ikigai* ini sebagai alternatif untuk menjadikan hidup lebih bermakna dan bahagia.

Pendekatan verbal pada perancangan ini menggunakan bahasa Indonesia yang tidak terlalu formal dan mudah dipahami oleh khalayak sasaran baik secara kata maupun kalimat karena bahasa Indonesia merupakan bahasa yang umum digunakan seluruh Indonesia untuk berkomunikasi sehingga informasi ini dapat dijangkau tidak hanya di kota Bandung saja melainkan juga kota-kota lainnya di Indonesia. Selain itu beberapa kata dalam perancangan ini menggunakan huruf bahasa Jepang karena pada dasarnya *ikigai* merupakan kebudayaan Jepang dan berasal dari istilah Jepang.

Pendekatan visual pada perancangan ini menampilkan visual dengan nuansa Jepang dan menggunakan gaya visual yang dapat membangun nuansa tersebut. Tampilan visual tersebut meliputi beberapa karakter manusia serta suasana yang dapat mewakili teks dengan tampilan visual yang mudah dimengerti oleh khalayak sasaran melalui visualisasi gambaran dari aktivitas kehidupan sehari-hari yang berkaitan dengan *ikigai*. Visual tersebut diambil dari beberapa beberapa visualisasi kehidupan maupun elemen yang dapat mewakili kebudayaan Jepang agar informasi yang disampaikan tetap membawa serta membangun nuansa identitas aslinya yaitu kebudayaan Jepang.

Mandatory yang terlibat dalam perancangan ini yaitu antara lain adalah Mizan publishing house yang berperan sebagai penerbit dan merupakan salah satu penerbit buku terbesar di Indonesia yang terletak di kota Bandung serta didirikan pada tahun 1983 sebagai penerbit berbasis luas dengan kekuatan dalam berbagai genre seperti kesehatan, buku bisnis, fiksi, non-fiksi, buku anak-anak, referensi dan agama. Selain itu, perancangan ini juga bekerja sama dengan Japan Foundation sebagai

badan hukum khusus yang berwenang terhadap segala sesuatu yang menyangkut dengan kebudayaan negara Jepang terutama dalam memperkenalkan kebudayaan Jepang.



Gambar 2. Logo Mizan Publishing House
Sumber: <https://id.linkedin.com/company/pt-mizan-pustaka>
(2021)



Gambar 3. Logo Japan Foundation
Sumber: https://en.wikipedia.org/wiki/Japan_Foundation
(2021)

Strategi Kreatif dan Media

Perancangan ini menggunakan *copywriting* yang digunakan untuk menentukan judul dan subjudul dari *e-book*. Judul yang digunakan yaitu berjudul “*IKIGAI*”. Judul tersebut digunakan pada perancangan ini agar khalayak sasaran dapat dengan mudah mengetahui dan mengingat istilah *ikigai* secara langsung. Subjudul yang digunakan yaitu “Hidup Bermakna Ala Orang Jepang”. subjudul tersebut ditentukan karena *ikigai* masih menjadi istilah yang asing di Indonesia sehingga dengan melihat bagian subjudul, khalayak sasaran akan dengan mudah mengetahui dan memahami mengenai apa arti dan asal usul *ikigai* serta fungsinya. Selain itu dengan melihat subjudul dari *e-book* ini, khalayak akan langsung mengetahui apa yang nantinya akan dijelaskan didalam *e-book* ini.

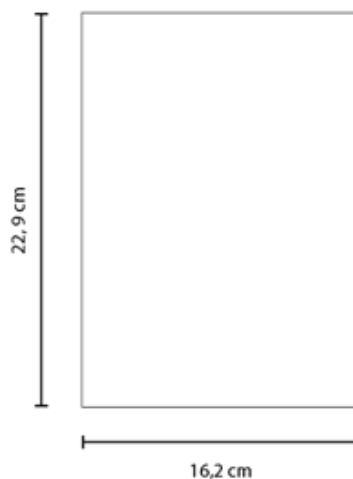
Rancangan Visual

Perancangan ini menampilkan visual ilustrasi yang dapat mewakili maupun mendukung penjelasan teks yang disampaikan dengan mengkombinasikan visual bernuansa Jepang dengan gaya ilustrasi *ukiyo-e* modern sebagai ilustrasi khas Jepang sehingga ilustrasi tersebut terkesan oriental khas Jepang namun masih terlihat modern yang akan cocok dengan khalayak yang tinggal di perkotaan dengan kehidupan yang serba modern. Rancangan visual pada perancangan ini akan dibuat berupa media informasi berupa buku. Namun buku tersebut berbentuk *e-book* karena berdasarkan usia khalayak masih dituntut untuk gemar memperoleh pengetahuan dan wawasan melalui buku, namun buku tersebut berbentuk *e-book* karena penggunaan buku fisik sudah banyak beralih ke *e-book* yang lebih praktis dan simpel sebagai bentuk adaptasi dari perkembangan teknologi serta penyesuaian gaya hidup masa kini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Format Desain

Media utama pada perancangan ini akan menggunakan format desain dengan ukuran sampul serta isi 16,2 cm x 22,9 cm. Ukuran ini ditentukan karena memiliki ukuran yang sama dengan buku cetak sehingga ukuran *e-book* tersebut disesuaikan untuk membuat khalayak mendapatkan sensasi yang sama seperti membaca pada buku cetak. Selain itu ukuran tersebut disesuaikan dengan tampilan *gadget* sebagai wadah karena setiap *gadget* memiliki ukuran yang berbeda-beda. Meskipun ukuran *gadget* berbeda-beda namun tampilan *e-book* ini tidak akan terlalu terlihat kecil. *E-book* ini memiliki orientasi *portrait* dengan resolusi 300DPI, menggunakan mode warna RGB serta material berbentuk PDF.



Gambar 4. Format Desain
Sumber: Dokumen Pribadi (2021)

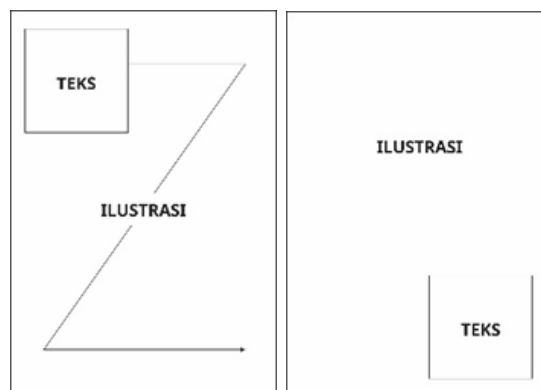
Tata Letak

Layout merupakan tata letak dari elemen-elemen desain pada bidang dalam media tertentu sebagai pendukung konsep atau pesan yang dibawanya (Rustan, 2009, h.1). Media utama ini menggunakan tata letak yang dibuat berbeda-beda pada setiap halaman, namun tetap dapat membuat pembaca menjadi nyaman tidak bosan dengan memasukan prinsip-prinsip *layout* antara lain urutan (*sequence*), penekanan (*emphasis*), keseimbangan (*balance*) dan kesatuan (*unity*). Tata letak yang akan digunakan pada perancangan media utama ini ditentukan berdasarkan referensi yaitu tata letak yang menggunakan satu halaman dan juga dua halaman penuh untuk ilustrasi yang akan mendukung setiap teks pembahasan sehingga akan terkesan memiliki kesatuan antara ilustrasi dengan teks serta tata letak ini menggunakan arah baca yang biasa digunakan untuk membaca yaitu dari kiri ke kanan.



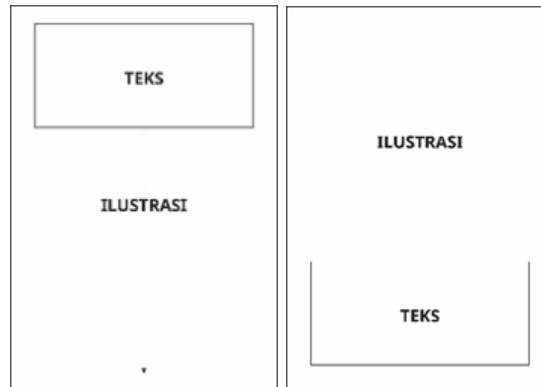
Gambar 5. Referensi Layout

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/504051383303348238/> (2021)



Gambar 6. Contoh Layout Z

Sumber: Dokumen Pribadi (2021)



Gambar 7. Contoh Layout Vertikal
 Sumber: Dokumen Pribadi (2021)

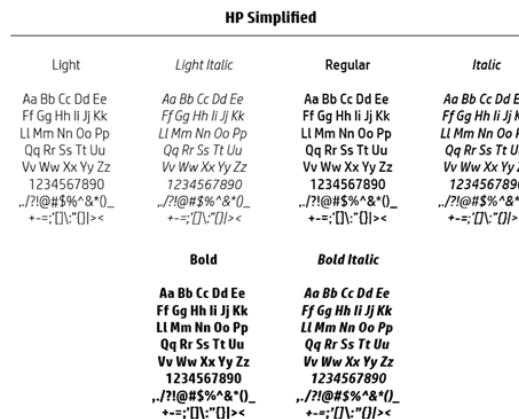
Tipografi

Tipografi merupakan istilah yang memiliki keterkaitan erat dengan setting huruf dan pencetakannya yang dapat dimaknai sebagai segala disiplin yang berkaitan dengan huruf (Rustan, 2010, h.20). Pemilihan huruf yang digunakan untuk judul yaitu *dancing script* karena huruf ini memiliki bentuk yang tidak terlalu kaku, keterbacaan yang baik dan terkesan oriental sehingga cocok untuk membangun nuansa Jepang. Huruf yang akan digunakan untuk sub judul yaitu HP Simplified karena memiliki keterbacaan yang baik sehingga cocok digunakan sebagai keterangan untuk mempertegas bagian judul dan huruf ini juga memiliki bentuk yang tidak terlalu kaku. Huruf yang digunakan untuk *body text* yaitu *poppins* karena huruf tersebut memiliki keterbacaan yang baik sehingga akan membuat pembaca menjadi nyaman pada saat membacanya dan memiliki bentuk huruf tersebut tidak terlalu kaku. Selain itu huruf ini memiliki berbagai gaya huruf, salah satunya adalah *italic* yang akan sering digunakan untuk kata *ikigai* karena kata tersebut merupakan sebuah istilah asing dari Jepang.

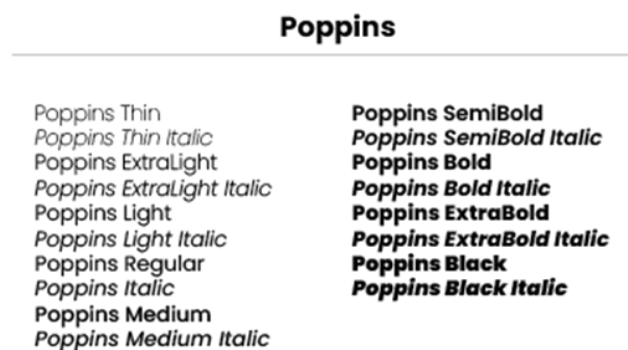
Dancing Script

<i>Regular</i>	<i>Medium</i>	<i>Semibold</i>	<i>Bold</i>
<i>Aa Bb Cc Dd Ee</i>	<i>Aa Bb Cc Dd Ee</i>	<i>Aa Bb Cc Dd Ee</i>	<i>Aa Bb Cc Dd Ee</i>
<i>Ff Gg Hh Ii Jj Kk</i>	<i>Ff Gg Hh Ii Jj Kk</i>	<i>Ff Gg Hh Ii Jj Kk</i>	<i>Ff Gg Hh Ii Jj Kk</i>
<i>Ll Mm Nn Oo Pp</i>	<i>Ll Mm Nn Oo Pp</i>	<i>Ll Mm Nn Oo Pp</i>	<i>Ll Mm Nn Oo Pp</i>
<i>Qq Rr Ss Tt Uu</i>	<i>Qq Rr Ss Tt Uu</i>	<i>Qq Rr Ss Tt Uu</i>	<i>Qq Rr Ss Tt Uu</i>
<i>Vv Ww Xx Yy Zz</i>	<i>Vv Ww Xx Yy Zz</i>	<i>Vv Ww Xx Yy Zz</i>	<i>Vv Ww Xx Yy Zz</i>
<i>1234567890</i>	<i>1234567890</i>	<i>1234567890</i>	<i>1234567890</i>
<i>!@#%&'()*_</i>	<i>!@#%&'()*_</i>	<i>!@#%&'()*_</i>	<i>!@#%&'()*_</i>
<i>+-=:[]\;{} <></i>	<i>+-=:[]\;{} <></i>	<i>+-=:[]\;{} <></i>	<i>+-=:[]\;{} <></i>

Gambar 8. *Dancing Script*
 Sumber: Dokumen Pribadi (2021)



Gambar 9. HP Simplified
 Sumber: Dokumen Pribadi (2021)



Gambar 10. Poppins
 Sumber: Dokumen Pribadi (2021)

Ilustrasi

Ilustrasi merupakan representasi visual yang berasal dari sebuah citra yang dibentuk untuk memperjelas sebuah informasi (Witabora, 2012). Salah satu perkembangan seni terkait teknis melukis di Jepang adalah *ukiyo-e* yang pada umumnya mengangkat tema mengenai kehidupan masyarakat sehari-hari, suasana alam dan pemandangan realistik-dekoratif serta memiliki warna yang mencolok yang akan memunculkan sensasi tersendiri (Iswidayati, 2015, h. 92).

Ilustrasi pada perancangan ini menggunakan teknik ilustrasi digital atau *digital painting* dengan tampilan ilustrasi beberapa karakter manusia serta suasana yang akan mendukung pada setiap teks yang akan dibahas disetiap halaman. Ilustrasi dirancang dengan menggunakan gaya ilustrasi *Ukiyo-e* karena gaya ilustrasi tersebut berasal dari Jepang yang memiliki tampilan yang mengandung beberapa unsur oriental khas Jepang sehingga cocok untuk membangun nuansa khas Jepang sebagai identitas dari *ikigai* sebagai nilai hidup bangsa Jepang. Referensi visual

pada perancangan ini mengacu pada karya ilustrasi *ukiyo-e* yang dibuat oleh Nicolas Castell yang menampilkan ilustrasi karakter manusia dengan suasana yang disertai dengan beberapa simbol yang menjadi ciri khas Jepang. Karakter merupakan sebuah penggambaran yang memperlihatkan dan menonjolkan sebuah nilai dari tingkah laku seseorang secara implisit dan eksplisit baik itu nilai yang benar maupun nilai yang salah (Alwisol dalam Persada, 2020, h. 64).

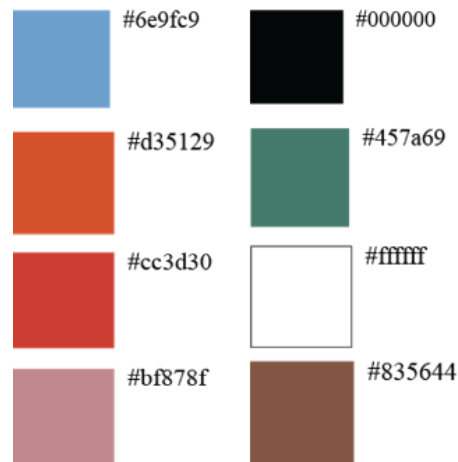


Gambar 11. Referensi Visual

Sumber: <https://www.behance.net/gallery/35271121/Ukiyo-e-Tale>
(2021)

Warna

Elemen penting yang dapat mempengaruhi sebuah desain adalah warna. Pemilihan, pengolahan atau penggabungan satu warna dengan warna lainnya akan menimbulkan kesan atau image yang khas serta memiliki karakter unik karena setiap warna memiliki sifat yang beragam (Kristiyono, 2020, h.49). Perancangan ini menggunakan warna primer dan sekunder dengan mode warna RGB untuk keperluan media digital seperti media utama yaitu sebuah *e-book* serta media pendukung yang berbentuk digital. Selain itu, perancangan ini juga menggunakan mode warna CMYK untuk media pendukung yang diperlukan untuk dicetak. Warna yang dipilih merupakan warna-warna yang memiliki makna atau kesan khusus dan diadaptasi dari warna utama serta warna pendukung yang menjadi ciri khas Jepang agar khalayak dapat lebih terbawa dengan nuansa yang terdapat dalam perancangan ini.



Gambar 12. Warna
Sumber: Dokumen Pribadi (2021)

KESIMPULAN

Kesimpulan dari perancangan ini yaitu *ikigai* merupakan sebuah informasi yang berasal dari negara Jepang mengenai makna dan tujuan hidup yang dapat dicapai dengan hal-hal kecil dalam kehidupan sehari-hari. *Ikigai* ini mampu membuat negara Jepang menjadi negara yang memiliki harapan hidup yang tinggi. Sebagian masyarakat perkotaan khususnya di kota Bandung masih ada yang mengenal *ikigai* sebagai sebuah diagram hasil modifikasi barat yang salah satu aspeknya adalah pekerjaan dan berpenghasilan, padahal arti *ikigai* sebenarnya bagi bangsa Jepang dapat berasal dari hal-hal kecil dan tidak harus selalu berhubungan dengan pekerjaan dan berpenghasilan, Namun tidak sedikit dari sebagian masyarakat tersebut masih ada yang belum mengetahui *ikigai* baik secara definisi, fungsi, manfaat dan cara menemukannya. Oleh karena itu, maka akan dirancang sebuah media sebagai sarana untuk menyampaikan informasi mengenai arti dari *ikigai* yang sebenarnya bagi bangsa Jepang. Media utama yang ditentukan untuk perancangan ini adalah *e-book* karena berdasarkan target khalayak yang berusia 18-25 tahun cenderung masih dituntut untuk gemar mencari informasi sebagai wawasan baru dan pada usia tersebut termasuk dalam generasi yang memiliki gaya hidup yang sangat berdampingan dengan media digital sehingga dalam aktivitas sehari-harinya cenderung menghabiskan waktu dengan menggunakan gadget seperti *handphone* dan sebagainya. Perancangan ini menggunakan media pendukung berupa *web banner*, poster *online*, konten Instagram, *totebag*, stiker, buku catatan, kaos, jam dinding, mug beserta dengan buku *daily planner*. Dalam perancangan ini terdapat kendala yaitu sulitnya mencari data dan referensi mengenai *ikigai* karena terkait dengan keadaan pandemi Covid-19 serta istilah *ikigai* juga masih menjadi istilah asing di Indonesia dan beberapa buku yang membahas *ikigai* pun berisi penjelasan yang tidak terlalu kongkrit sehingga harus mencari data tersebut melalui buku dan jurnal luar negeri.

DAFTAR PUSTAKA

- Garcia, H., & Miralles, F. (2016). *IKIGAI Rahasia Hidup Bahagia dan Panjang Umur Orang Jepang*. Jakarta Selatan: Renebook.
- Hurlock, E. B. (1980). *Psikologi Perkembangan : Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Iswidayati, S. (2015). Ukiyo-e: Seni Grafis Traditional Jepang. *Imajinasi*, 9(2), 89-95. <https://doi.org/10.15294/imajinasi.v9i2.8825>.
- Kemp, N. (2019). 001 – *Ikigai According To Professor Akihiro Hasegawa*. Dikutip dari <https://ikigaitribe.com/ikigai/podcast01/> (Diakses: 8 Januari 2021)
- Kemp, N. (2019). 005 – *Marc Winn On Merging Ikigai With The Venn Diagram of Purpose*. Dikutip dari <https://ikigaitribe.com/ikigai/podcast05/> (Diakses: 8 Januari 2021)
- Kristiyono, J. (2020). *Komunikasi Grafis*. Jakarta: Prenadamedia.
- Mitsuhashi, Y. (2018). *IKIGAI Giving Every day Meaning and Enjoy*. New York: Kyle Books.
- Mogi, K. (2017). *THE BOOK OF IKIGAI Untuk Hidup Lebih Seimbang, Lebih Bahagia, dan Panjang Umur*. Jakarta Selatan: Noura Books.
- Persada, S. (2020). Visual Analysis of Cuphead Game. *Visualita Jurnal Online Desain Komunikasi Visual*, 8(2), 61-74. <https://doi.org/10.33375/vslt.v8i2.2666>
- Rustan, S. (2009). *Layout Dasar & Penerapannya*: Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rustan, S. (2010). *Font & Tipografi*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Shindo, Y. (2015). *Mengenal Jepang*. Jakarta: Kompas.
- Witabora, J. (2012). Peran dan Perkembangan Ilustrasi. *Humaniora*, 3(2), 659-667. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v3i2.3410>.