SOSOK KARTINI MELALUI INSTAGRAM

Made Arini Hanindharputri
Program Studi Desain Komunikasi Visual, Sekolah Tinggi Desain Bali, Jl. Tukad Batanghari No. 29 Panjer Denpasar Bali 80225
arini@std-bali.ac.id

ABSTRAK.
R.A Kartini merupakan pahlawan nasional yang mempelopori kebangkitan perempuan Indonesia. Beliau menjadi sosok wanita yang kuat, tegar, berpendidikan dan menjadi panutan bagi seluruh wanita di Indonesia. Setiap tanggal 21 April, kita memperingati hari Kartini sebagai bentuk apresiasi terhadap perjuangan perempuan dalam mendapatkan haknya. Namun di era sekarang ternyata perempuan masih belum menyadari bahwa sosok Kartini ada dalam diri mereka masing-masing. Oleh karena itu, dibuatlah penelitian berjudul Perempuan zaman *now* untuk menyebarkan misi kepada masyarakat tentang Kartini di era sekarang, dengan menggunakan media sosial sebagai alat teknologi komunikasi. Partisipannya adalah mahasiswa DKV Sekolah Tinggi Desain Bali dengan membuat karya *e-post* untuk mengkampanyekan Hari Kartini 2018. Proses desainnya dimulai dengan riset untuk menentukan karakter perempuan masa kini yang sesuai dengan Kartini, perancangan ide, serta visualisasi desain dengan menggunakan tiga jenis gaya desain. Hasil desainnya berupa *e-post* yang diunggah di Instagram. Instagram dipilih sebagai *platform* media sosial karena menurut survey, Instagram menjadi media kekinian dengan jumlah pengguna terbanyak nomor 2 di Indonesia dan pengakses media sosial terbesar adalah wanita. Tujuan penelitian adalah untuk memberikan sudut pandang yang berbeda tentang Kartini di era sekarang, merubah cara pandang mahasiswa untuk lebih *aware* dengan marketing secara *online*, serta mendapatkan *impact* mengenai kekuatan media sosial dalam desain.

Kata kunci: Kartini, Instagram, desain komunikasi visual

PENDAHULUAN

R.A Kartini merupakan pahlawan nasional yang mempelopori kebangkitan perempuan Indonesia. Beliau menjadi sosok wanita yang kuat, tegar, berpendidikan dan menjadi panutan bagi seluruh wanita di Indonesia. Setiap tanggal 21 April, kita memperingati hari Kartini sebagai bentuk apresiasi terhadap perjuangan perempuan dalam mendapatkan haknya. Sebagai sosok pahlawan wanita, R.A. Kartini telah memperjuangkan emansipasi wanita yang dapat membantu perempuan untuk hidup lebih baik. Emansipasi wanita yang saat itu diperjuangkan adalah kebebasan dalam mengenyam pendidikan, kebebasan mengemukakan pendapat dan kebebasan bekerja. Di era sekarang tentunya emansipasi lebih mudah untuk didapatkan seperti mendapat pendidikan yang setara dengan laki-laki, mendapat pekerjaan, dimana perempuan tidak lagi hanya bisa bekerja di lingkungan rumah tangga, namun bisa ikut berkecimpung dalam bidang politik, sosial dan ekonomi, dan perempuan dapat mengemukakan pendapat sama seperti laki-laki.

Namun di era sekarang ternyata perempuan masih belum dapat memaknai hari Kartini. Mereka belum menyadari bahwa sosok Kartini ada dalam diri mereka masing-masing. Perempuan bahkan tidak menyadari bahwa tidak perlu menjadi seorang pahlawan untuk menjadi seorang Kartini. Perempuan dengan profesi apapun,

baik itu pengajar, bidan, tentara bahkan ibu rumah tangga pun merupakan sosok kartini yang ideal yang dapat membawa Negara Indonesia ke arah yang lebih baik. Menurut Ketua Umum Kongres Wanita Indonesia (Kowani), Giwo Rubianto, semangat perjuangan Kartini belum sepenuhnya menjadi inspirasi kaum perempuan untuk menjadi sosok perempuan yang berani dan mandiri.[1] Hal ini disebabkan karena kodratnya sebagai perempuan yang tertuang pada norma, adat istiadat, dan agama yang sudah menjadi dogma di kalangan masyarakat. Tentunya pendidikan menjadi solusi untuk mengubah pola pikir masyarakat akan kesetaraan perempuan dalam berbagai bidang. Inilah yang diperjuangkan oleh R.A. Kartini pada masa dahulu.

Dengan berkembangnya teknologi informasi yang semakin pesat, media sosial menjadi teknologi yang paling digandrungi oleh masyarakat Indonesia. Salah satunya adalah *platform* Instagram. Indonesia pun menjadi Negara pengguna Instagram terbesar se-Asia Pasifik di tahun 2017.[2] Instagram menjadi media kekinian dengan jumlah pengguna terbanyak nomor 2 di Indonesia dimana dominan pengaksesnya adalah perempuan. Menurut Hansal Savla, Senior Director TNS Indonesia, 63 persen wanita cenderung lebih aktif menggunakan Instagram setiap harinya dibanding kaum pria.[3]

Melihat peluang tersebut, dibuatlah penelitian berjudul Perempuan zaman *now* untuk menyebarkan misi kepada masyarakat tentang Kartini di era sekarang, dengan menggunakan media sosial, khususnya Instagram sebagai alat teknologi komunikasi. Partisipannya adalah mahasiswa DKV Sekolah Tinggi Desain Bali dengan membuat karya *e-post* untuk mengkampanyekan Hari Kartini 2018.

Tujuan penelitian adalah untuk memberikan sudut pandang yang berbeda tentang Kartini di era sekarang. Kartini bisa terdapat dalam diri setiap perempuan dengan status dan profesi apapun. Selain itu, tujuan penelitian ini juga untuk merubah cara pandang mahasiswa untuk lebih *aware* dengan marketing secara *online*, dan mendapatkan *impact* mengenai kekuatan media sosial dalam desain.

METODE PENELITIAN

Objek penelitian ini adalah sosok Kartini di era sekarang dengan bantuan media sosial. Metode Penelitian yang digunakan dibagi menjadi dua yaitu:

a. Metode Pencarian data yang dilakukan adalah metode Observasi yaitu dengan memperhatikan karakter perempuan di masa sekarang dan dengan Metode Penelitian Tindakan, yaitu bentuk penelitian refleksi diri yang dilakukan partisipan dari mahasiswa Sekolah Tinggi Desain Bali untuk meningkatkan pemahaman/kemampuan partisipan terhadap praktek yang dilaksanakannya.
b. Metode Penelitian data yang digunakan adalah Penelitian kualitatif kuantitatif dengan riset dan uji coba setelah karya diunggah ke Instagram.

[1] Oebadillah, Syarief. Memaknai Kartini Zaman Now, diakses pada http://mediaindonesia.com/read/detail/156427-memaknai-kartini-zaman-now (diakses pada tanggal 20 Mei 2018)

[2] Menurut Sri Widowati, *Country Director* Facebook Indonesia dalam https://www.viva.co.id/digital/digilife/939653-indonesia-pengguna-instagram-terbanyak-di-asia (diakses pada tanggal 4 Mei 2018).

[3] Jeko I.R. Wanita lebih doyan main Instagram ketimbang pria dalam https://m.liputan6.com/tekno/read/2412338/wanita-lebih-doyan-main-instagram-ketimbang-pria (diakses pada tanggal 4 Mei 2018)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada *project* Perempuan Zaman *Now* ini, dilakukan beberapa langkah untuk mendapatkan hasil yang sesuai dengan tujuan. Proses desainnya dimulai dengan riset untuk menentukan karakter perempuan masa kini yang sesuai dengan Kartini, perancangan ide, serta visualisasi desain dengan menggunakan tiga jenis gaya desain.

1. Riset

   Riset dilakukan dengan mencari data mengenai R.A Kartini dan karakter atau profesi yang dikerjakan oleh perempuan pada era sekarang. Adapun beberapa hasil riset yang didapat adalah

   a. Hal yang dapat kita petik dari R.A. Kartini adalah semangat juangnya yang tinggi, dan usahanya yang pantang menyerah untuk mendapatkan kesetaraan perempuan di bidang pendidikan. Kartini bukannya ingin menyamakan posisi antara perempuan dengan pria, namun beliau ingin perempuan agar terdidik agar dapat menjadi ibu yang cerdas, cakap dan baik untuk anak mereka.
   b. Perempuan pada masa sekarang tidak lagi hanya bekerja sebagai ibu rumah tangga, namun juga memiliki pekerjaan yang sama dengan pria. Beberapa profesi yang dilakukan oleh perempuan dan dirasa memiliki sosok pejuang adalah Menteri, bidan, atlet, tentara, penyanyi atau musisi berprestasi, penari, pemetik teh, *driver* ojek *online,* ibu rumah tangga dan lain sebagainya.
   c. Semua pekerjaan yang dilakukan merupakan pekerjaan yang dapat membantu perekonomian Negara.
   d. Setiap profesi yang dipilih oleh kaum wanita memiliki semangat perjuangan untuk mencapai tujuannya masing-masing.

      Setelah mendapatkan hasil dari riset onjek penelitian, selanjutnya dilakukan riset untuk mengetahui karakter konsumen. Konsumen yang dimaksud adalah *audience* yang akan melihat *post* dari akun Instagram masing-masing partisipan. Riset konsumen dilakukan untuk memberi pemahaman mengenai tingkah laku dari konsumen yang dituju (Kasali, Rhenald. 1993:169). Partisipan merupakan mahasiswa yang lahir di periode tahun 1998-1999 dimana *followers* mereka masih seputaran generasi milenial yang memiliki ketertarikan dengan media sosial dan sesuatu yang menghibur baik secara ilustrasi dan teks. Oleh karena itu diperlukan pemilihan unsur-unsur visual yang tepat sesuai dengan target sasarannya.

2. Pemilihan Gaya Desain

   Setelah mendapatkan data-data berkaitan dengan karakter atau profesi yang cocok dengan karakter Kartini di era sekarang, dilanjutkan dengan proses pemilihan gaya desain. Gaya desain yang ditetapkan ada tiga yaitu, Art Nouveau, Nusantara dan Japan Style. Art Nouveau merupakan gaya seni yang terinspirasi dari alam seperti bunga, tumbuhan, serangga dan lainnya. Biasanya gaya desain ini identik dengan kecantikan seorang perempuan. Selanjutnya gaya desain Nusantara yang mengambil ciri khas Indonesia seperti batik, warna khas Indonesia, dan budaya yang ada di Indonesia. Sedangkan gaya desain *Japan Style* terinspirasi dari *style* desain grafis Negara Jepang seperti (1) Pilihan warna yang terang; (2) Perpaduan bahasa, baik bahasa Jepang dan bahasa Inggris; (3) Tipografi kustom; (4) Pemanfaatan *brush strokes* / sapuan kuas; (5) Warna gradient; (6) Pola bunga; (7) Pola

Lingkaran; (8) Desain yang lucu; (9) Banyak informasi dan tulisan dan (10) Kolase dan banyak *layer*. [4] Dalam pemilihan gaya desain ini, mahasiswa diminta untuk mencari ciri khas dari masing-masing gaya desain dan diimplementasikan ke dalam desain *brief* yang sudah direncanakan. Mahasiswa boleh mengubah dan berkreasi sesuai imajinasi mereka namun tidak merubah pakem dari gaya desain yang sudah dijelaskan sebelumnya. Pemilihan gaya desain juga disesuaikan dengan unsur-unsur visual yang disajikan dalam karya, seperti pada pemilihan ilustrasi, warna, tipografi dan teks disesuaikan dengan pemilihan karakter Kartini di era sekarang.

Ilustrasi merupakan unsur desain yang vital pada media sosial Instagram. Menurut Pujiriyanto (2005:41), ilustrasi berfungsi untuk (1) Menarik perhatian, (2) Merangsang minat pembaca terhadap keseluruhan pesan, (3) Memberikan eksplanasi atas pernyataan. Oleh karena itu, diperlukan ilustrasi yang dapat menggambarkan secara jelas karakter Kartini dari tokoh yang terkait dengan tema tersebut.

3. Desain Proses

   Setelah memilih satu gaya desain, langkah selanjutnya adalah melakukan proses desain untuk mewujudkan *brief* yang sudah dibuat sebelumnya. Proses desain dilakukan didalam pengawasan dan asistensi untuk dapat memvisualisasikan karakter Kartini dalam desain dan menyesuaikan gaya desain yang telah terpilih. Pada proses asistensi, partisipan membuat alternatif desain yang diasistensikan untuk menentukan desain terpilih.

Hasil desainnya berupa *e-post* yang diunggah di Instagram mahasiswa masing-masing dengan ukuran 1:1. Ukuran tersebut dapat memudahkan *audience* untuk dapat melihat konten *post* secara keseluruhan. Pada e-poster ini dilengkapi dengan *caption* yang membahas alasan pemilihan karakter atau profesi dan kaitannya dengan hari Kartini.

Gambar 1.1 Bidan hebat
(Sumber : Yogaswara, Aris. 2018)

Pada gambar 1.1 dipilih karakter Bidan sebagai sosok yang mewakili Kartini Zaman *Now*. Bidan dipilih karena merupakan profesi yang mulia dengan membantu ibu melahirkan. Selain itu, hanya perempuanlah yang dapat menjadi seorang bidan.

[4] Stribley, Marie. Graphic design from around the world: Japanese design, diakses pada https://www.canva.com/learn/japanese-design/ (diakses pada tanggal 13 Maret 2018).

Gaya desain yang digunakan adalah gaya Nusantara dengan menonjolkan ornamen Mega Mendung.

Artis juga merupakan sosok Kartini di era sekarang yang diminati oleh generasi muda. Hal ini disebabkan karena artis baik penyanyi, musisi, pemain film dan lainnya memiliki prestasi, suara yang merdu dan pesona yang dapat memikat hati penggemarnya. Salah satu sosok penyanyi yang dirasa cocok mewakili Kartini di era sekarang adalah Raisa, seperti di gambar 1.2. Raisa dianggap cocok sebagai Perempuan zaman *now* karena tidak hanya cantik, namun ia berprestasi dan minim sensasi. Wanita masa kini dirasa perlu untuk selalu rendah hati, dan ikut membuktikan bahwa Negara kita kaya prestasi dan dapat bersaing di kancah internasional. Gaya desain yang digunakan adalah *Japan Style*.

Gambar 1.2 Raisa
(Sumber : Pramana, Aditya. 2018)

Gambar 1.3 Pemetik Teh
(Sumber : Hanif, Imam. 2018)

Wanita memiliki peranan penting dalam penanaman teh sebagai pemetik daun teh. Dengan jam kerja yang panjang dan upah yang minim, wanita pemetik teh tetap tegar berjuang untuk membiayai kebutuhan hidup keluarganya. Sosok ini cocok sebagai Kartini di era sekarang yang tidak kenal lelah untuk bekerja demi keluarga dan masa depan yang lebih baik. Digambarkan dengan gaya desain Art Nouveau dengan bingkai yang menyerupai sulur tanaman.

Gambar 1.4 Perempuan Suku Dayak
(Sumber : Awaludin. 2018)

Perempuan selalu identik dengan kecantikan. Salah satu daerah di Indonesia yang terkenal dengan kecantikan perempuanya adalah Suku Dayak. Perempuan dari suku Dayak dikenal sebagai sosok wanita yang cantik, kuat dan memiliki pesona tersendiri. Diangkatnya perempuan suku Dayak ini selain memperkenalkan kecantikannya, juga untuk memperlihatkan budaya Indonesia yang beragam. Ornamen yang digunakan sebagai *background* memperkuat kesan Nusantara dengan mengambil tema suku Dayak, dimana ornament tersebut merupakan ornament dengan motif perisai suku Dayak. Bunga mawar juga disematkan di sisi wanita untuk memberikan kesan cantik dan anggun dari wanita Suku Dayak.

Gambar 1.5 Selegram Cilik
(Sumber : Soleh, Andi Mohammad. 2018)

Perempuan Zaman *Now* tidak harus dari kalangan orang dewasa. Bahkan anak kecil yang berprestasi juga bisa digolongkan sebagai perempuan yang memiliki karakter Kartini. Contohnya adalah Selebritis Instagram atau biasa disingkat menjadi Selebgram dari kalangan anak-anak. Pada masa sekarang, anak-anak juga dibuatkan akun instagram oleh orang tuanya. Berawal dengan maksud hanya untuk mengunggah keseharian dan kelucuan si anak, tanpa direncanakan, sang anak malah memberikan pemasukan bagi keluarganya. Hal ini divisualisasikan seperti pada gambar 1.5.

Gambar 1.6 *Driver* Ojek *Online*
(Sumber : Jehalu, Paulina. 2018)

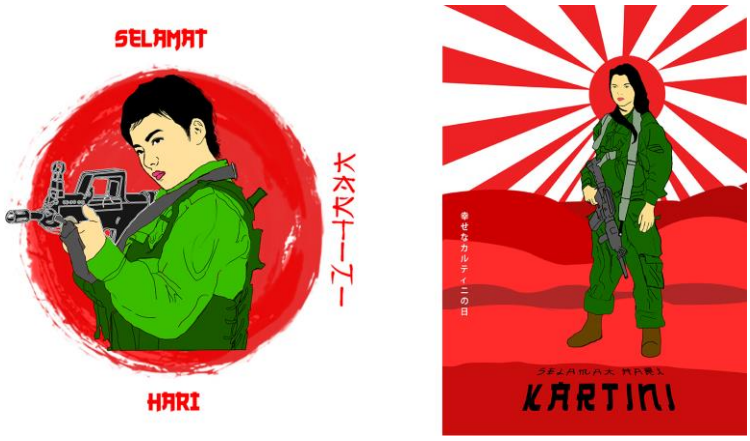
Menjadi supir Ojek *Online* tidak lagi didominasi oleh kaum pria. Kaum wanita juga banyak berprofesi sebagai *driver*. Seperti yang kita ketahui, bekerja sebagai *driver* ojek *online* tidaklah mudah. *Driver* harus kuat di bawah terik matahari, hujan dan banyaknya permasalahan di jalan raya. Banyak *driver* ojek *online* wanita yang menyatakan sering mendapat pembatalan pesanan atau *cancel* setelah para *customer* mengetahui supirnya adalah wanita[5]. Ilustrasi yang digunakan menonjolkan budaya Bali dimana wanita Bali saat ini sudah mulai berprofesi sebagai *driver* Ojek *online* di sela-sela kesibukannya *menyame braya* (berkehidupan sosial dengan masyarakat sekitar secara adat istiadat). Penggunaan gapura sebagai *background* memperkuat kesan gaya desain Nusantara dengan mangambil topik Bali.

Gambar 1.7 Ibu Menteri Susi Pudjiastuti
(Sumber : Prastika, Dwi. 2018)

Ibu Menteri Kelautan dan Perikanan, Susi Pudjiastuti dirasa cocok untuk mewakili sosok Kartini di zaman sekarang. Ketangguhan, keberanian dan spirit membela Tanah Air menginspirasi banyak kalangan, tidak hanya perempuan, untuk lebih berani mengambil keputusan dan yakin dengan kekuatan diri sendiri. Dengan

[5] Fauzi, M. Prima. Cerita dari Driver Ojek Online Wanita, Bertahan Cari Rezeki walau Diremehkan, diakses pada https://wolipop.detik.com/read/2018/04/18/210620/3978594/1133/cerita-dari-driver-ojek-online-wanita-bertahan-cari-rezeki-meski-diremehkan (diakses pada tanggal 20 Mei 2018).

jargon “Tenggelamkan!”, ibu Susi Pudjiastuti menjadi sosok wanita Indonesia yang patut untuk dicontoh.



Gambar 1.8 Tentara Wanita
(Sumber : Mamangdean, Andra. 2018)

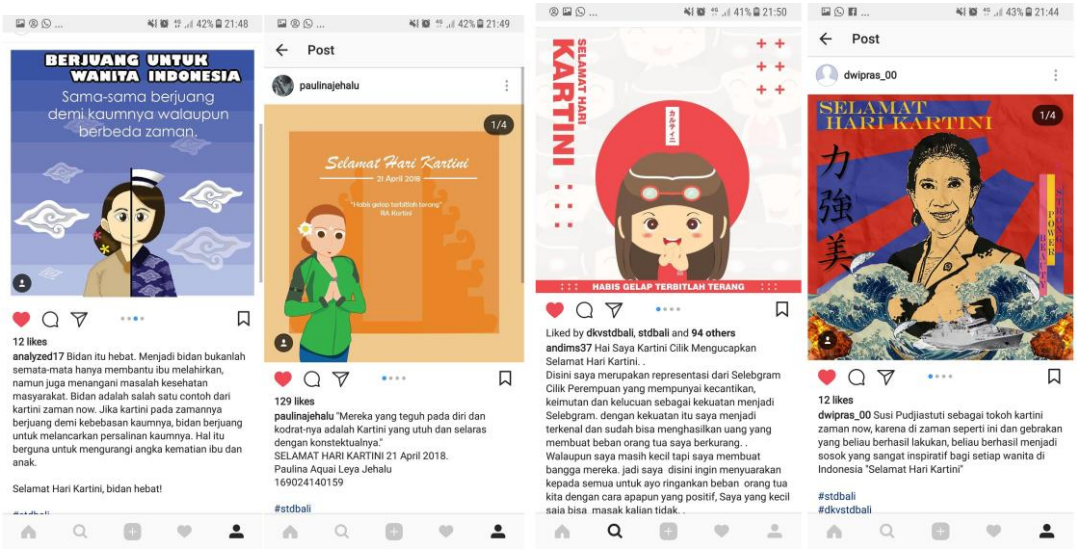
Tidak sedikit perempuan di Indonesia yang menjadi tentara, baik angkatan laut, darat dan udara. Menjadi tentara wanita tentunya tidak mudah. Banyak persyaratan, tantangan, dan permasalahan yang harus dihadapi. Namun, sama seperti pria, mereka punya tugas yang sama yaitu mengawal Negara Kesatuan Republik Indonesia. Dibuat dengan gaya *Japan Style* dengan menambahkan warna Merah Putih sebagai identitas Negara Indonesia.

Pada gambar 1.10, Penari Bali dipilih karena penari Bali ikut berjuang dengan mempertahankan budaya dan tradisi yang dimiliki oleh daerahnya serta memperkenalkan budaya tersebut ke dunia luar. Di era seperti sekarang, tentu cukup sulit untuk melakukan hal tersenut. Semakin sedikit masyarakat Bali yang belajar budaya mereka sendiri. Maka sosok penari Bali diharapkan mampu mengajak kaum wanita untuk kembali belajar budaya dan tradisinya

Gambar 1.9 Penari Bali
(Sumber : Ary Sastrawan. 2018)

Setelah divisualisasikan, kemudian poster digital ini diunggah ke instagram mahasiswa masing-masing untuk diperkenalkan kepada masyarakat. Setiap *post* dilengkapi dengan *caption* dan *hashtag* dan diharapkan setiap postingan mendapatkan *feedback* dari *audience* yang melihatnya. Menurut Pujiriyanto (2005:39), dalam iklan,

diperlukan naskah yang kreatif yang berfungsi untuk mengarahkan pembaca dalam mengambil sikap, berpikir dan bertindak lebih lanjut. *Caption* yang diunggah harus dapat membuat *audience* tergugah walau hanya sekedar melihat atau bahkan berbuat sesuatu untuk perubahan. *Hashtag* juga memberi pengaruh besar pada kekuatan sebuah *post*. Dengan menambahkan *hashtag*, masyarakat menjadi lebih mudah mencari sebuah *post* yang sesuai dengan minatnya dan meningkatkan *engangement* antara pemilik akun dan *audience* (Diamond, Stephanie. 2013: 300).



Gambar 1.10 Hasil unggah ke Instagram
(Sumber : Dokumentasi Penulis. 2018)

Adapun beberapa respon terkait hal tersebut yaitu:

1. Sebanyak 100% partisipan menganggap topik tentang Kartini di era sekarang sangat menarik dan perlu untuk disosialisasikan kepada masyarakat luas. Penggunaan Instagram sebagai media teknologi komunikasi dirasa efektif.
2. Respon yang partisipan dapatkan dari *audience* beragam yaitu, sebanyak 38% partisipan mendapat like lebih banyak, 33% partisipan mendapat *comment* positif dan 29% partisipan mendapat *feedback* seperti pertanyaan yang lebih mendalam tentang Kartini dan tanggapan tentang perempuan di era sekarang. *Audience* berpendapat bahwa karya yang dihasilkan oleh partisipan dirasa menarik secara visual dan dapat membuka pemahaman mereka bahwa perempuan di era sekarang sudah dapat bekerja dengan profesi apapun.

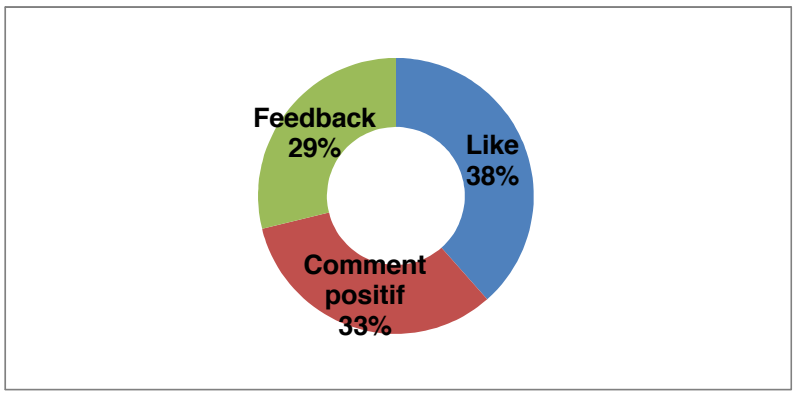


Diagram 1.1 Diagram Respon *Audience*
(Sumber: Dokumentasi Penulis. 2018)

3. Mahasiswa lebih memahami karakter Kartini dan perempuan di zaman sekarang. Khususnya pada mahasiswa perempuan, mereka merasa bahwa Perempuan di era sekarang sudah lebih mudah untuk mendapatkan haknya untuk setara dengan kaum laki-laki. Namun, perempuan di masa sekarang harus berani dan bersemangat untuk melanjutkan perjuangan Kartini untuk mendapatkan pendidikan yang tinggi dan berani untuk mengemban profesi untuk masa depan yang lebih cerah.

KESIMPULAN

Adapun kesimpulan dari penelitian ini dibagi menjadi tiga yaitu Pertama, sosok Kartini ada di setiap pribadi perempuan. Setiap perempuan merupakan pahlawan bagi keluarganya. Perempuan dengan profesi apapun, baik ibu rumah tangga, *driver* ojek *online*, tentara, polisi, bidan dan lain sebagainya merupakan wanita yang akan menjadi ibu yang pasti berjuang dengan sangat keras untuk menghidupi keluarganya. Hal ini dirasa sama dengan perjuangan R.A. Kartini yang pantang menyerah dan semangat untuk mendapatkan emansipasi wanita di bidang pendidikan. Untuk memaknai perjuangan Kartini adalah dengan melanjutkan semangat juangnya tersebut sesuai dengan profesi yang sudah kita jalani. Kesimpulan kedua, *project* seperti ini bisa menjadi cara yang baru dalam sistem pembelajaran dengan tujuan untuk merubah cara pandang mahasiswa untuk lebih *aware* dengan marketing secara *online*, dan mendapatkan *impact* mengenai kekuatan media sosial dalam desain komunikasi visual. Masyarakat luas yang menjadi *audience* juga memberikan respon dan menjadi lebih menyadari tentang kekuatan perempuan Indonesia. Ketiga, Instagram menjadi media sosial yang efektif untuk memberikan pemahaman tentang sosok Kartini di era sekarang karena pengguna Instagram didominasi perempuan. *Audience* yang melihat *post* menjadi menyadari bahwa perempuan sudah dapat menjadi apa saja dengan profesi yang mereka jalani. Instagram memiliki daya tarik pada ilustrasi dan *copywriting* yang menjadi unsur dalam desain komunikasi visual sehingga dapat menjadi media komunikasi baru untuk perubahan sosial dalam masyarakat ke arah yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

Diamond, Stephanie. 2013. *The Visual Marketing Revolution*. Jakarta : PT. Serambi Ilmu Semesta.

Duncan, Alastair. 1994. *Art Nouveau*. London : Thames and Hudson.

Kasali, Rhenald . 1993 *Manajemen Periklanan Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Grafiti

Pujiriyanto. 2005. *Desain Grafis Komputer*. Yogyakarta : Penerbit ANDI.

Sunyoto, Danang. 2012. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran – Konsep, Strategi, dan Kasus*. Jakarta : PT. Buku Seru.

BIODATA PENULIS

Made Arini Hanindharputri merupakan dosen pada program studi Desain Komunikasi Visual Sekolah Tinggi Desain Bali dengan pendidikan terakhir S2 pada Penciptaan Seni, Pascasarjana Institut Seni Indonesia Denpasar. Tesisnya mengangkat tentang Perancangan Media Kampanye ASI Eksklusif bagi Ibu Bekerja di Bali dengan tujuan agar ibu mendapatkan edukasi yang lebih mendalam tentang pentingnya memberi ASI Ekslusif walau harus bekerja. Bidang ilmu yang diminati adalah ilustrasi, khususnya dalam perancangan ilustrasi untuk ibu dan anak serta perancangan motif. Karena ketertarikan dengan ilustrasi untuk anak, menerbitkan buku cerita Dongeng Kami dan Mama yang diterbitkan oleh STD Bali Press pada tahun 2017. Selain itu saat ini tertarik dengan dunia digital marketing, *cultural studies* dan periklanan.