

PERANCANGAN E-BOOK SEBAGAI MEDIA PENGENALAN TENTANG FORMULA E

Aqila Sabrina¹

¹Universitas Negeri Surabaya
email: 1aqsainz55@gmail.com

Received:
20-07-2026
Reviewed:
20-07-2026
Accepted:
20-07-2026

ABSTRAK: Formula E merupakan kejuaraan balap mobil listrik internasional yang mulai dikenal masyarakat Indonesia sejak Jakarta menjadi salah satu kota penyelenggara. Meskipun demikian, informasi mengenai Formula E dalam bahasa Indonesia masih terbatas dan umumnya disajikan dalam bentuk berita maupun media sosial yang bersifat singkat sehingga belum mampu memberikan informasi yang komprehensif. Kondisi tersebut menyebabkan masyarakat, khususnya generasi muda, masih memerlukan media yang dapat memperkenalkan Formula E secara lebih sistematis dan mudah dipahami. Penelitian ini bertujuan merancang e-book sebagai media pengenalan tentang Formula E yang informatif, menarik, dan komunikatif. Metode perancangan yang digunakan adalah Design Thinking yang terdiri atas tahapan empathize, define, ideate, prototype, dan test. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, studi pustaka, dan dokumentasi. Hasil perancangan berupa e-book berjudul Formula E Panduan Memahami Dunia Formula E: Dari Sejarah hingga Konsep Balap, yang memuat materi mengenai pengenalan Formula E dan perbandingannya dengan Formula 1, sejarah Formula E, evolusi mobil Formula E, tim dan pembalap, konsep dan format balapan, Formula E di Indonesia, program FIA Girls on Track, serta kamus istilah Formula E. E-book dirancang dengan memadukan fotografi, ilustrasi, infografis, tipografi, dan tata letak yang terstruktur sehingga mampu menyampaikan informasi secara menarik, mudah dipahami, serta layak digunakan sebagai media pengenalan tentang Formula E.

Kata Kunci: : e-book, media pengenalan, Formula E, design thinking, desain komunikasi visual.

ABSTRACT (11pt): *Indonesia since Jakarta became one of its host cities. However, information about Formula E in the Indonesian language remains limited and is generally presented through brief news articles and social media content, making it difficult for the public to obtain comprehensive and systematic information. As a result, particularly among younger audiences, there is a need for an educational medium that introduces Formula E in a more engaging and accessible manner. This study aims to design an e-book as an introductory medium for Formula E that is informative, visually appealing, and easy to understand. The study employed the Design Thinking method, which consists of five stages: empathize, define, ideate, prototype, and test. Data were collected through observation, interviews, literature review, and documentation. The final output is an e-book entitled Formula E A Guide to Understanding the World of Formula E: From Its History to Racing Concepts, covering an introduction to Formula E and its comparison with Formula One, the history and evolution of Formula E, teams and drivers, race concepts and formats, Formula E in Indonesia, the FIA Girls on Track program, and a glossary of Formula E terms. The e-book integrates photography, illustrations, infographics, typography, and a well-structured layout to present information in an engaging and accessible manner, making it suitable as an introductory medium for Formula E.*

Keywords: *e-book, introductory media, Formula E, Design Thinking, visual communication design.*

PENDAHULUAN

Formula E merupakan kejuaraan balap mobil listrik internasional yang diselenggarakan oleh Fédération Internationale de l'Automobile (FIA) sejak tahun 2014 sebagai ajang motorsport yang mengintegrasikan kompetisi olahraga, inovasi teknologi kendaraan listrik, dan promosi mobilitas berkelanjutan. Berbeda dengan kejuaraan balap konvensional yang berfokus pada performa kendaraan berbahan bakar fosil, Formula E dikembangkan sebagai platform pengujian teknologi kendaraan listrik yang berkontribusi terhadap pengembangan industri otomotif ramah lingkungan. Selain menjadi arena kompetisi, Formula E juga berperan sebagai media edukasi mengenai transisi energi, efisiensi kendaraan listrik, serta keberlanjutan lingkungan melalui pendekatan olahraga internasional. Sejak musim perdananya pada tahun 2014, Formula E terus mengalami perkembangan baik dari sisi teknologi kendaraan, jumlah pabrikan yang berpartisipasi, maupun jangkauan audiens global.

Perkembangan tersebut turut mendorong meningkatnya popularitas Formula E di berbagai negara, termasuk Indonesia. Penyelenggaraan Jakarta E-Prix sejak tahun 2022 menjadi momentum penting karena untuk pertama kalinya Indonesia menjadi tuan rumah kejuaraan balap mobil listrik tingkat dunia. Kehadiran ajang tersebut tidak hanya memberikan dampak terhadap sektor olahraga, tetapi juga mendukung promosi kendaraan listrik, pariwisata, industri kreatif, dan citra Indonesia sebagai penyelenggara ajang internasional.

Selain itu, tingginya jumlah penonton Formula E secara global menunjukkan bahwa kompetisi ini semakin dikenal oleh masyarakat. Meskipun demikian, peningkatan eksposur tersebut belum sepenuhnya diikuti oleh meningkatnya pemahaman masyarakat mengenai konsep dasar Formula E, terutama di kalangan audiens pemula.

Berdasarkan hasil observasi terhadap berbagai media informasi, diketahui bahwa informasi mengenai Formula E sebenarnya telah tersedia melalui situs resmi, media sosial, maupun portal berita daring. Akan tetapi, informasi tersebut masih tersebar pada berbagai platform dan umumnya hanya membahas topik tertentu, seperti hasil balapan, jadwal perlombaan, klasemen, atau berita mengenai tim dan pembalap. Materi yang membahas Formula E secara utuh dalam satu media, khususnya dalam bahasa Indonesia, masih sangat terbatas. Kondisi tersebut menyebabkan masyarakat harus mengumpulkan informasi dari berbagai sumber untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai sejarah, teknologi, sistem balapan, maupun istilah-istilah yang digunakan dalam Formula E.

Temuan tersebut diperkuat melalui hasil wawancara dengan salah satu pengunjung Jakarta E-Prix. Narasumber mengungkapkan bahwa ketertarikannya menghadiri perlombaan didorong oleh minat terhadap dunia motorsport, namun belum memahami mekanisme balapan Formula E secara menyeluruh. Salah satu contoh yang disampaikan ialah kesalahan persepsi terhadap fitur *Attack Mode*, yang dianggap sebagai kesalahan pembalap ketika keluar dari racing line, padahal fitur tersebut merupakan bagian dari strategi balapan untuk memperoleh tambahan daya. Narasumber juga menyampaikan bahwa sebagian besar informasi resmi tersedia dalam bahasa Inggris dengan penggunaan istilah teknis yang cukup kompleks, sedangkan media lokal lebih banyak berfokus pada pemberitaan hasil perlombaan dibandingkan penyampaian informasi dasar mengenai Formula E. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa permasalahan utama bukan terletak pada ketersediaan informasi, melainkan pada belum tersedianya media yang mampu menyajikan informasi secara sistematis, mudah dipahami, dan sesuai dengan karakteristik masyarakat Indonesia.

Dalam perspektif Desain Komunikasi Visual, penyampaian informasi yang kompleks memerlukan media yang mampu mengintegrasikan unsur verbal dan visual sehingga pesan dapat diterima secara efektif oleh audiens. Penggunaan fotografi, ilustrasi, infografis, ikon, tipografi, warna, serta tata letak yang terstruktur dapat membantu menyederhanakan informasi tanpa mengurangi substansinya. Pendekatan tersebut menjadi penting dalam penyampaian materi Formula E karena kompetisi ini memiliki berbagai konsep teknis yang relatif baru bagi masyarakat Indonesia. Oleh sebab itu, diperlukan media yang tidak hanya informatif, tetapi juga menarik secara visual sehingga mampu meningkatkan minat baca sekaligus mempermudah proses memahami informasi.

Media digital dalam bentuk *e-book* memiliki karakteristik yang sesuai untuk memenuhi kebutuhan tersebut. *E-book* memungkinkan penyajian informasi secara sistematis melalui kombinasi teks, fotografi, ilustrasi, infografis, dan elemen visual lainnya dalam satu media yang mudah diakses melalui berbagai perangkat digital. Selain fleksibel dalam proses distribusi, *e-book* juga mampu menghadirkan pengalaman membaca yang lebih menarik dibandingkan penyajian informasi yang tersebar pada berbagai platform. Dengan demikian, *e-book* berpotensi menjadi media pengenalan yang efektif bagi masyarakat yang ingin memahami Formula E secara bertahap dan komprehensif.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa *e-book* merupakan media yang efektif dalam menyampaikan informasi secara sistematis dan meningkatkan pemahaman audiens. Penelitian mengenai perancangan *e-book* pada bidang budaya, museum, keselamatan jalan, dan pariwisata menunjukkan bahwa integrasi elemen komunikasi visual

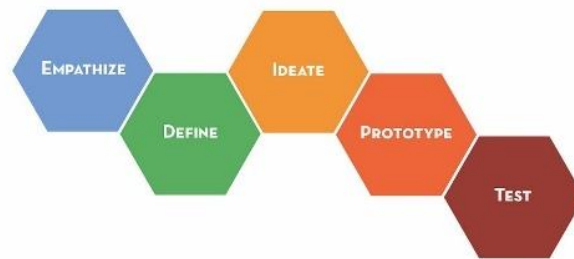
mampu meningkatkan efektivitas penyampaian informasi. Di sisi lain, penelitian mengenai Formula E lebih banyak membahas aspek pemasaran olahraga dan minat penonton sehingga belum banyak penelitian yang mengembangkan media pengenalan Formula E melalui pendekatan Desain Komunikasi Visual. Dengan demikian, masih terdapat kesenjangan penelitian terkait perancangan media edukasi visual yang secara khusus membahas Formula E sebagai objek informasi bagi masyarakat Indonesia.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan merancang e-book sebagai media pengenalan tentang Formula E dengan menerapkan prinsip-prinsip Desain Komunikasi Visual. E-book yang dirancang menyajikan materi mengenai pengenalan Formula E, sejarah perkembangan, evolusi kendaraan, tim dan pembalap, konsep serta format balapan, Formula E di Indonesia, program FIA Girls on Track, dan kamus istilah Formula E. Seluruh materi dikemas menggunakan pendekatan visual berupa fotografi, ilustrasi, infografis, tipografi, dan tata letak yang terstruktur sehingga menghasilkan media yang informatif, komunikatif, dan mudah dipahami oleh audiens pemula. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan media edukasi digital sekaligus memperkaya kajian Desain Komunikasi Visual mengenai perancangan media pengenalan berbasis e-book

METODE PENELITIAN (PENCIPTAAN/PERANCANGAN)

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan jenis penelitian perancangan (*design research*). Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada pemahaman kebutuhan informasi masyarakat mengenai Formula E serta mengidentifikasi permasalahan komunikasi visual sebagai dasar dalam merancang media pengenalan. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, studi pustaka, dan dokumentasi. Observasi dilakukan terhadap berbagai media informasi Formula E, sedangkan wawancara dilakukan kepada salah satu pengunjung Jakarta E-Prix untuk memperoleh gambaran mengenai kebutuhan informasi dan kendala yang dialami dalam memahami Formula E. Studi pustaka digunakan untuk memperoleh landasan teori dan data pendukung dari buku, jurnal ilmiah, serta sumber resmi yang berkaitan dengan Formula E, media pengenalan, *e-book*, dan Desain Komunikasi Visual. Dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan data visual serta berbagai dokumen yang mendukung proses analisis dan perancangan media. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara deskriptif kualitatif untuk mengidentifikasi kebutuhan informasi, karakteristik target audiens, serta merumuskan konsep komunikasi dan konsep visual sebagai dasar perancangan *e-book*.

Proses perancangan media menggunakan metode Stanford Design Thinking yang dikembangkan oleh Hasso Plattner Institute of Design at Stanford University (*d.school*). Metode ini dipilih karena berorientasi pada pengguna (*human-centered design*), sehingga solusi desain yang dihasilkan disusun berdasarkan kebutuhan, pengalaman, dan permasalahan yang dialami oleh target audiens. Design Thinking terdiri atas lima tahapan, yaitu *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test*.



Gambar 1. Tahapan *Design Thinking* (Sumber: Stanford University, Hasso Plattner Institute of Design (d.school))

Tahap *Empathize* dilakukan untuk memahami kebutuhan dan permasalahan audiens melalui observasi, wawancara, studi pustaka, dan dokumentasi. Tahap *Define* bertujuan merumuskan permasalahan berdasarkan hasil analisis menggunakan metode 5W+1H sehingga diperoleh *problem statement* sebagai dasar perancangan. Selanjutnya, tahap *Ideate* menghasilkan konsep komunikasi, konsep kreatif, konsep visual, dan konsep media yang akan diterapkan pada *e-book*. Tahap *Prototype* dilakukan melalui penyusunan *moodboard*, *thumbnail sketch*, *tight tissue*, hingga *final design*. Tahap terakhir, yaitu *Test*, dilakukan melalui validasi oleh ahli materi, ahli media, serta uji kepada target audiens untuk memperoleh umpan balik sebagai dasar penyempurnaan media yang dirancang.

KERANGKA TEORETIK

A. Media Pengenalan

Media merupakan sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan sehingga informasi dapat diterima secara efektif. Menurut Arsyad (2016), media adalah segala sesuatu yang dapat digunakan untuk menyalurkan pesan sehingga mampu merangsang pikiran, perhatian, perasaan, dan minat seseorang. Sejalan dengan itu, Cangara (2018) menyatakan bahwa media berfungsi sebagai alat komunikasi untuk menyampaikan informasi kepada khalayak sesuai tujuan komunikasi.

Media pengenalan merupakan media yang dirancang untuk memberikan pengetahuan awal kepada masyarakat mengenai suatu objek atau fenomena yang belum banyak dikenal. Dalam Desain Komunikasi Visual, media pengenalan tidak hanya mengandalkan teks, tetapi juga memanfaatkan fotografi, ilustrasi, infografis, tipografi, ikon, dan tata letak agar informasi lebih mudah dipahami. Levie dan Lentz dalam Arsyad (2016) menjelaskan bahwa media visual memiliki fungsi atensi, afektif, kognitif, dan kompensatoris yang mampu meningkatkan efektivitas penyampaian informasi. Oleh karena itu, media pengenalan yang efektif harus menyajikan informasi secara jelas, akurat, menarik, mudah diakses, serta konsisten dengan tujuan komunikasinya (Sadiman, 2014). Dalam penelitian ini, *e-book* digunakan sebagai media pengenalan untuk membantu masyarakat pemula memahami Formula E secara sistematis.

B. E-book

Electronic book (e-book) merupakan bentuk publikasi digital yang dapat diakses melalui perangkat elektronik seperti komputer, tablet, maupun telepon pintar. Menurut Barker (2013), *e-book* merupakan bentuk digital dari buku yang tetap mempertahankan struktur dasar buku cetak, sedangkan Shiel (2019) menjelaskan bahwa *e-book* berkembang menjadi media literasi digital yang mampu mengintegrasikan berbagai elemen visual sehingga meningkatkan pengalaman membaca.

Sebagai media pengenalan, *e-book* memungkinkan penyajian informasi secara bertahap, sistematis, dan komunikatif melalui perpaduan teks, fotografi, ilustrasi, infografis, dan tipografi. Keunggulan lain yang dimiliki *e-book* adalah kemudahan distribusi, portabilitas yang tinggi, serta fleksibilitas akses melalui berbagai perangkat digital (Landoni, 2003). Dalam penelitian ini, *e-book* disajikan dalam bentuk flip book menggunakan platform Heyzine Flipbook sehingga memberikan pengalaman membaca yang menyerupai buku cetak sekaligus memudahkan distribusi melalui tautan maupun QR Code (Ramdania, 2017; Heyzine, 2024).

C. Formula E

Formula E merupakan kejuaraan balap mobil listrik internasional yang diselenggarakan oleh Fédération Internationale de l'Automobile (FIA) sejak tahun 2014. Kejuaraan ini dikembangkan sebagai ajang olahraga otomotif yang menggabungkan kompetisi, inovasi teknologi kendaraan listrik, dan keberlanjutan lingkungan (Formula E, 2025). Selain menjadi kompetisi balap, Formula E juga berfungsi sebagai platform pengembangan teknologi kendaraan listrik, seperti electric powertrain, regenerative braking, dan sistem energy management yang kemudian berkontribusi terhadap pengembangan kendaraan listrik komersial (International Energy Agency, 2023).

Salah satu karakteristik Formula E adalah komitmennya terhadap prinsip *sustainability* melalui penggunaan kendaraan tanpa emisi gas buang, pengembangan teknologi energi bersih, serta penyelenggaraan balapan di pusat kota sebagai upaya meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap mobilitas berkelanjutan (Formula E, 2025). Di Indonesia, penyelenggaraan Jakarta E-Prix sejak tahun 2022 menjadi momentum penting dalam memperkenalkan Formula E kepada masyarakat. Namun, pemahaman masyarakat terhadap sejarah, teknologi, sistem balapan, maupun istilah-istilah Formula E masih relatif terbatas sehingga diperlukan media pengenalan yang mampu menyampaikan informasi secara sistematis dan mudah dipahami.

D. Elemen Desain Komunikasi Visual

Desain Komunikasi Visual memanfaatkan berbagai elemen visual untuk menyampaikan informasi secara efektif. Dalam penelitian ini, elemen yang digunakan meliputi tipografi, tata letak (*layout*), fotografi, infografis, warna, dan elemen grafis. Menurut Rustan (2019), tipografi berperan dalam meningkatkan keterbacaan (*readability*), kejelasan karakter huruf (*legibility*), serta membangun hierarki visual. Sementara itu, *layout* berfungsi mengatur hubungan antar elemen visual agar informasi tersusun secara sistematis dan mudah dipahami (Rustan, 2009). Landa (2014) menjelaskan bahwa prinsip *layout* meliputi *emphasis*, *balance*, *unity*, *proportion*, dan *rhythm* untuk menghasilkan komposisi visual yang harmonis.

Selain itu, fotografi editorial digunakan sebagai pendukung narasi visual sehingga informasi lebih komunikatif (Heller & Vienne, 2012), sedangkan infografis berfungsi menyederhanakan informasi yang kompleks menjadi lebih ringkas dan mudah dipahami (Smiciklas, 2012). Penggunaan warna juga menjadi bagian penting dalam membangun identitas visual dan memengaruhi persepsi audiens (Ambrose & Harris, 2011). Oleh karena itu, perancangan *e-book* Formula E menerapkan elemen-elemen Desain Komunikasi Visual secara terpadu agar mampu menghasilkan media pengenalan yang informatif, menarik, dan sesuai dengan karakteristik pembaca pemula.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Empathize

Pada tahap *Empathize*, pengumpulan data dilakukan melalui observasi pada penyelenggaraan Jakarta E-Prix 2025 di Jakarta International E-Prix Circuit (JIEC), wawancara dengan salah satu pengunjung Jakarta E-Prix 2025, serta studi literatur dari jurnal ilmiah, buku, situs resmi Formula E, FIA, dan sumber daring yang kredibel.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, ditemukan bahwa informasi mengenai Formula E masih tersebar di berbagai media sehingga masyarakat harus mencari informasi dari berbagai sumber untuk memperoleh pemahaman yang utuh. Meskipun situs resmi Formula E menyediakan informasi yang lengkap, sebagian besar menggunakan bahasa Inggris dan istilah teknis yang sulit dipahami oleh audiens pemula. Di sisi lain, media nasional lebih banyak membahas penyelenggaraan Jakarta E-Prix dibandingkan memberikan edukasi mengenai sejarah, teknologi, sistem balapan, tim, dan pembalap Formula E. Selain itu, media berbahasa Indonesia yang membahas Formula E secara komprehensif masih sangat terbatas.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa narasumber telah mengenal Formula E, namun hanya sebatas mengetahui bahwa Formula E merupakan ajang balap mobil listrik. Narasumber mengaku masih mengalami kesulitan memahami sistem balapan, regulasi, serta istilah teknis seperti *Attack Mode* saat menyaksikan perlombaan secara langsung. Narasumber juga menyampaikan bahwa media dengan bahasa yang sederhana, penyajian visual yang menarik, serta pembahasan yang sistematis akan memudahkan masyarakat dalam memahami Formula E.

Temuan tersebut diperkuat oleh hasil studi literatur yang menunjukkan bahwa media digital dengan penyajian visual, infografis, ilustrasi, dan bahasa yang sederhana lebih efektif dalam membantu pembaca memahami informasi yang kompleks. Oleh karena itu, pada tahap *Empathize* diperoleh kesimpulan bahwa target audiens membutuhkan media pengenalan Formula E berbahasa Indonesia yang menyajikan informasi secara lengkap, sistematis, komunikatif, dan didukung visual yang menarik sehingga lebih mudah dipahami oleh masyarakat, khususnya audiens pemula.

Define

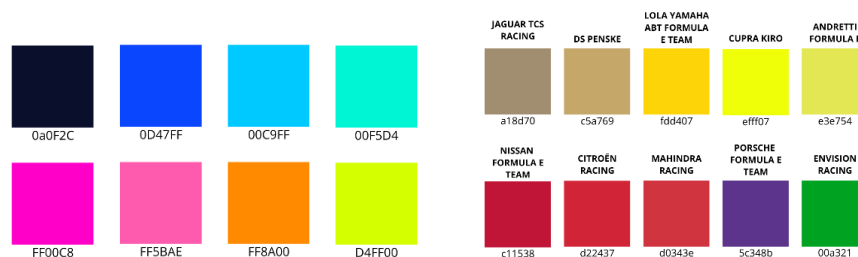
Tahap *Ideate* dilakukan dengan mengembangkan konsep visual sebagai solusi atas permasalahan yang telah dirumuskan pada tahap *Define*. Perancangan *e-book* mengusung konsep *Modern Futuristic* yang merepresentasikan karakter Formula E sebagai ajang balap mobil listrik yang identik dengan teknologi, inovasi, dan *sustainability*. Konsep tersebut diterapkan melalui penyajian informasi yang sistematis serta didukung visual yang menarik agar memudahkan audiens pemula dalam memahami materi.

Desain *e-book* menggunakan *Picture Window Layout* yang menempatkan fotografi sebagai elemen visual utama dan dipadukan dengan infografis untuk memperjelas penyampaian informasi. Fotografi bergaya *editorial photography* dipilih untuk menampilkan mobil Formula E, pembalap, tim, dan suasana balapan sehingga mampu memperkuat karakter visual *e-book*.



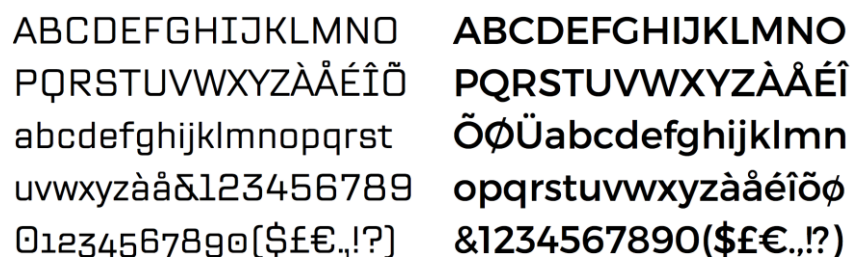
Gambar 2. Layout (Sumber: Magnific)

Pemilihan warna mengacu pada *Formula E Brand Guidelines* dengan dominasi warna *navy*, *electric blue*, *cyan*, *turquoise*, *lime green*, dan *orange* yang merepresentasikan kecepatan, teknologi, inovasi, serta semangat keberlanjutan. Selain itu, warna identitas masing-masing tim Formula E juga diterapkan pada halaman profil tim untuk memperkuat identitas visual dan memudahkan pembaca mengenali setiap tim.



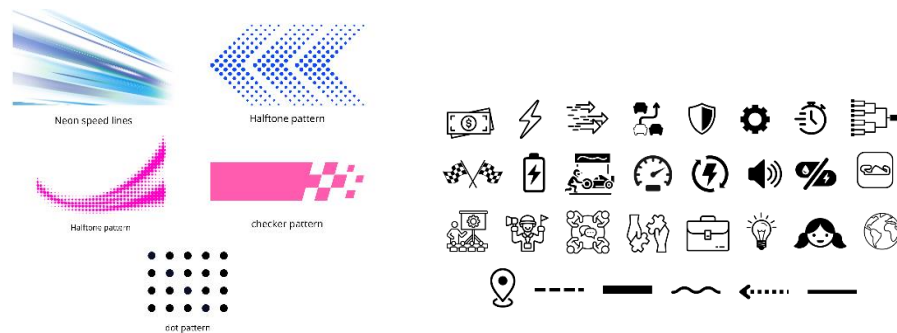
Gambar 3. Palet Warna (Sumber: Sabrina, 2026)

Tipografi yang digunakan terdiri atas *TT Lakes Neue* sebagai *font* judul dan *Montserrat* sebagai *font* isi. Kedua jenis huruf dipilih karena memiliki karakter modern, dinamis, serta tingkat keterbacaan yang baik sehingga mendukung penyampaian informasi secara efektif.



Gambar 4. Font TT Lakes Neue dan Font Montserrat (Sumber: identifont)

Perancangan juga didukung oleh elemen grafis berupa *neon speed lines*, *checker pattern*, *halftone pattern*, *dot pattern*, serta ikon bergaya *outline* yang diterapkan secara konsisten pada seluruh halaman *e-book*. Elemen-elemen tersebut digunakan untuk memperkuat identitas visual Formula E sekaligus meningkatkan daya tarik dan mempermudah pembaca memahami informasi yang disajikan.



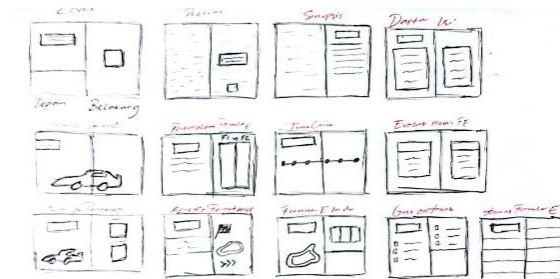
Gambar 5. Elemen Grafis (Sumber: Sabrina, 2026)

Prototype

Tahap *Prototype* merupakan proses visualisasi konsep perancangan ke dalam bentuk desain e-book. Pada tahap ini dilakukan pengembangan desain secara bertahap mulai dari penyusunan *moodboard*, pembuatan *thumbnail*, pengembangan *tight tissue*, hingga menghasilkan *final design*. Setiap tahapan bertujuan memastikan kesesuaian konsep visual, tata letak, serta penyajian informasi sebelum memasuki tahap pengujian.

1. Thumbnail

Thumbnail merupakan sketsa awal yang digunakan untuk mengeksplorasi alternatif *layout* dan menyusun alur penyampaian informasi. Tahap ini membantu menentukan komposisi visual, keseimbangan antara teks dan gambar, serta struktur setiap halaman sebelum dikembangkan menjadi desain yang lebih rinci.



Gambar 6. Thumbnail (Sumber: Sabrina, 2026)

2. Tight Tissue

Tight tissue merupakan pengembangan dari *thumbnail* menjadi desain yang mendekati hasil akhir. Pada tahap ini telah diterapkan fotografi, tipografi, warna, *layout*, infografis, dan elemen grafis sehingga tampilan e-book lebih utuh serta memudahkan evaluasi terhadap hierarki informasi dan keterbacaan.



Gambar 7. Tight Tissue (Sumber: Sabrina, 2026)

3. Final Design

Final design merupakan hasil akhir perancangan *e-book* setelah melalui proses penyempurnaan pada setiap tahapan sebelumnya. Media utama berupa *e-book* menyajikan materi mengenai pengenalan Formula E, sejarah, evolusi kendaraan, tim dan pembalap, format balapan, Formula E di Indonesia, program FIA *Girls on Track*, serta kamus istilah Formula E. Penyajian informasi didukung fotografi, infografis, tipografi, dan elemen grafis yang dirancang secara sistematis agar mudah dipahami oleh audiens pemula.

Selain media utama, dihasilkan pula media pendukung berupa stiker dan *keychain* yang mengadaptasi identitas visual *e-book*. *Keychain* dilengkapi QR Code yang terhubung langsung ke *e-book* digital sehingga memudahkan pengguna mengakses media utama.



Gambar 8. Final Design (Sumber: Sabrina, 2026)



Gambar 9. Media Pendukung (Sumber: Sabrina, 2026)

Selanjutnya dilakukan uji validasi materi dan desain untuk menilai kelayakan e-book dengan melibatkan validator yang memiliki kompetensi sesuai bidangnya. Uji validasi materi dilakukan oleh Content Manager Formula Gledek, sedangkan validasi desain dilakukan oleh dosen Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Negeri Surabaya.

Tabel 1. Tabel Presentase Kelayakan

Presentase	Kategori Kelayakan
0% -20%	Tidak Layak
21% -40%	Kurang Layak
41% -60%	Cukup Layak
61% -80%	Layak
81% -100%	Sangat Layak

Tabel 2. Validasi Ahli Materi

Aspek/Indikator Penilaian	Skor
Materi yang disajikan sesuai dengan tujuan e-book sebagai media pengenalan Formula E.	4
Informasi yang disajikan sesuai dengan fakta dan sumber yang valid.	5
Materi yang disampaikan relevan dengan perkembangan Formula E saat ini.	4
Materi sejarah dan perkembangan Formula E disajikan dengan lengkap.	4
Materi mengenai evolusi kendaraan Formula E disajikan dengan lengkap.	4
Materi mengenai sistem dan format balapan Formula E disajikan dengan lengkap.	5
Materi mengenai tim dan pembalap Formula E disajikan dengan lengkap.	5
Bahasa yang digunakan mudah dipahami oleh pembaca.	5
Kalimat yang digunakan efektif dan komunikatif.	5
Istilah-istilah Formula E dijelaskan dengan jelas dan mudah dipahami.	5
Materi disusun secara sistematis dan runtut.	5
Materi mendukung tujuan e-book sebagai media pengenalan Formula E.	5

Berdasarkan hasil validasi materi oleh Nizar Rizki Ramadhan selaku *Content Manager* Formula Gledek, e-book memperoleh persentase kelayakan sebesar 93,33% dengan kategori

Sangat Layak. Hasil tersebut menunjukkan bahwa materi telah sesuai, akurat, dan layak digunakan sebagai media pengenalan Formula E. Validator memberikan beberapa masukan berupa kesalahan penulisan, yang selanjutnya telah diperbaiki pada tahap revisi.

Tabel 3. Validasi Ahli Media Pertama

Aspek/Indikator Penilaian	Skor
Desain e-book memiliki tampilan visual yang menarik.	3
Pemilihan warna sesuai dengan tema Formula E dan konsisten pada setiap halaman.	3
Kualitas visual gambar dan elemen grafis terlihat jelas dan proporsional.	4
Tata letak (layout) informasi tersusun secara rapi dan sistematis.	2
Hierarki visual memudahkan pembaca dalam memahami isi e-book.	3
Pemilihan jenis huruf (font) sesuai dengan karakter e-book.	2
Ukuran huruf dan jarak antar elemen mendukung kenyamanan membaca.	3
Visual yang digunakan membantu pembaca memahami materi Formula E.	4
Penyajian informasi dalam e-book mudah dipahami oleh target audiens.	4
E-book mampu menarik minat pembaca untuk mengenal Formula E lebih lanjut.	3
E-book layak digunakan sebagai media pengenalan tentang Formula E.	1

Berdasarkan hasil validasi desain tahap pertama oleh Bapak Muhamad Rois Abidin selaku dosen Desain Komunikasi Visual Universitas Negeri Surabaya (UNESA), e-book memperoleh persentase kelayakan sebesar 58,18% dengan kategori Cukup Layak. Validator memberikan masukan untuk memperkuat karakter visual Formula E melalui penyempurnaan tata letak, komposisi visual, dan penambahan elemen grafis.

Tabel 4. Validasi Ahli Media Kedua

Aspek/Indikator Penilaian	Skor
Desain e-book memiliki tampilan visual yang menarik.	4
Pemilihan warna sesuai dengan tema Formula E dan konsisten pada setiap halaman.	4
Kualitas visual gambar dan elemen grafis terlihat jelas dan proporsional.	5
Tata letak (layout) informasi tersusun secara rapi dan sistematis.	4
Hierarki visual memudahkan pembaca dalam memahami isi e-book.	4
Pemilihan jenis huruf (font) sesuai dengan karakter e-book.	4
Ukuran huruf dan jarak antar elemen mendukung kenyamanan membaca.	5
Visual yang digunakan membantu pembaca memahami materi Formula E.	5
Penyajian informasi dalam e-book mudah dipahami oleh target audiens.	5
E-book mampu menarik minat pembaca untuk mengenal Formula E lebih lanjut.	4
E-book layak digunakan sebagai media pengenalan tentang Formula E.	4

Setelah dilakukan revisi, e-book kembali divalidasi oleh Bapak Muhamad Rois Abidin selaku dosen Desain Komunikasi Visual Universitas Negeri Surabaya (UNESA). Hasil validasi tahap kedua memperoleh persentase kelayakan sebesar 87,27% dengan kategori Sangat Layak. Hasil tersebut menunjukkan bahwa revisi telah meningkatkan kualitas visual e-book.

Validator hanya memberikan masukan minor terkait konsistensi elemen grafis, tata letak, dan gaya visual, sehingga e-book dinyatakan layak untuk diujikan kepada responden.

Test

Tahap *Test* merupakan tahap akhir dalam metode *Design Thinking* yang bertujuan untuk mengetahui tanggapan pengguna terhadap e-book yang telah dirancang. Pengujian dilakukan setelah melalui validasi ahli materi dan ahli desain serta revisi berdasarkan masukan validator. Uji coba melibatkan 30 responden yang merupakan masyarakat umum sebagai target audiens. Responden diminta membaca e-book terlebih dahulu, kemudian mengisi angket menggunakan skala Likert 1 sampai 5 untuk menilai aspek materi, bahasa, tampilan visual, tata letak, dan efektivitas e-book sebagai media pengenalan Formula E.

Tabel 5. Tabel Presentase Kelayakan

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9
Hasil	92%	93,33%	94,67%	90%	95,33%	91,33%	92%	92,67%	94%
Presentase									

Berdasarkan hasil uji coba terhadap 30 responden, e-book Formula E memperoleh rata-rata persentase kelayakan sebesar 92,81% dengan kategori Sangat Layak. Hasil tersebut menunjukkan bahwa e-book mampu menyajikan informasi secara jelas, menarik, dan mudah dipahami oleh audiens pemula. Dengan demikian, e-book yang dirancang dinyatakan layak digunakan sebagai media pengenalan Formula E bagi masyarakat.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan perancangan yang telah dilakukan, e-book Formula E: Panduan Mengenal Dunia Formula E dari Sejarah hingga Konsep Balap berhasil dirancang sebagai media pengenalan Formula E bagi masyarakat, khususnya audiens pemula. Perancangan menggunakan metode *Design Thinking* melalui tahapan *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test*, sehingga menghasilkan e-book yang menyajikan informasi mengenai sejarah Formula E, evolusi mobil, tim dan pembalap, sistem balapan, Formula E di Indonesia, program *FIA Girls on Track*, serta kamus istilah Formula E. Penyajian informasi didukung oleh fotografi, infografis, tipografi, tata letak, dan elemen grafis berkonsep *Modern Futuristic*. Hasil validasi materi memperoleh persentase 93,33%, validasi desain 87,27%, serta *user testing* terhadap 30 responden memperoleh persentase rata-rata 92,81%, yang menunjukkan bahwa e-book dinyatakan Sangat Layak digunakan sebagai media pengenalan Formula E.

Melalui penelitian ini diharapkan e-book dapat menjadi media informasi yang membantu masyarakat mengenal Formula E secara lebih sistematis, mudah dipahami, dan menarik. Penelitian ini juga diharapkan menjadi referensi bagi peneliti maupun praktisi Desain Komunikasi Visual dalam mengembangkan media edukasi bertema motorsport. Pengembangan selanjutnya disarankan memperbarui materi sesuai perkembangan Formula E, menambahkan fitur interaktif, serta melibatkan responden yang lebih luas agar efektivitas media dapat dievaluasi secara lebih komprehensif.

REFERENSI

- Alfario, R., & Kuswoyo, C. (2023). Sports Marketing Dalam Menarik Minat Penonton Formula E di Indonesia. *Sang Pencerah: Jurnal Ilmiah Universitas Muhammadiyah Buton*, 9(3), 702-714.
- Ambrose, G., & Harris, P. (2021). *The fundamentals of graphic design* (3rd ed.). Bloomsbury Publishing.
- Angelia, A., Setiawan, H., & Lukman, C. C. (2025). Perancangan E-Book Sebagai Media Pengenalan Permainan Tradisional Kepulauan Riau Kepada Guru Dan Orang Tua. *DIVAGATRA-Jurnal Penelitian Mahasiswa Desain*, 5(1), 1-17.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Fédération Internationale de l'Automobile. (2025). ABB FIA Formula E World Championship. <https://www.fia.com>
- Formula E Operations Limited. (2025). Formula E official website. <https://www.fiaformulae.com>
- Hasso Plattner Institute of Design at Stanford University. (n.d.). An introduction to design thinking: Process guide. Stanford University. <https://web.stanford.edu/~mshanks/MichaelShanks/files/509554.pdf>
- Khoiriyah, A. (2025). Perancangan e-book pencegahan kecelakaan di ruas Jalan Tol Surabaya Mojokerto. *BARIK*, 7(1), 83-97.
- Landa, R. (2019). *Graphic design solutions* (6th ed.). Cengage Learning.
- Lester, P. M. (2014). *Visual communication: Images with messages* (6th ed.). Wadsworth Cengage Learning.
- Lidwell, W., Holden, K., & Butler, J. (2020). *Universal principles of design* (3rd ed.). Rockport Publishers.
- Rustan, S. (2019). *Warna. Batara Imaji*.
- Sari, E. W., Parman, S., & Fahrudin, R. (2025). Perancangan e-book interaktif sebagai media informasi koleksi (Studi kasus: Museum Sandi). *Filosofi: Publikasi Ilmu Komunikasi, Desain, Seni Budaya*, 2(2), 26-38.
- Setyawan, M., Vawaz, M. V. M. I., & Tumimomor, A. Y. (2024). Perancangan digital travelling guide book sebagai media informasi pariwisata Kepulauan Karimunjawa. *IT-Explore: Jurnal Penerapan Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 3(2), 110-128.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta.