

TELAAH MUATAN PESAN BALIHO “I LOVE INDONESIA I LOVE PALU” OLEH YOVANS VARIASI (Penerapan Komposisi Desain Grafis Dalam Desain)

Muhammad Isa Yusaputra

Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Tadulako

Jln. Soekarno Hatta Km. 9 Kota Palu Sulawesi Tengah

E-mail: muhammadisa@untad.ac.id

ABSTRAK

Penyampaian pesan melalui bahasa komunikasi visual membutuhkan pengetahuan desain grafis yang baik agar pesan mudah dipahami dan lebih efisien . sebuah pesan yang baik didukung oleh penguatan komposisi desain yang mendukung sehingga ketika satukan dalam unsur unsur desain akan semakin kuat makna pesan yang hendak disampaikan

Kata Kunci: Desain Grafis; Komposisi; Pesan

Submisi: 18 Oktober 2020

Pendahuluan

Sejarah Panjang desain grafis mengalami proses yang terus menerus beradaptasi pada setiap zaman yang di lewatinya. Mulai dari era batu yang diadaptasikan ke dinding gua diprancis 40.000 tahun yang lalu hingga dewasa ini yang memasuki era penggunaan komputer sebagai alat untuk mendesainnya. Seiring perkembangan zaman medianya pun mengalami perubahan, dinding gua, permukaan batu marmer, kertas ,kain hingga plastik .

Desain grafis membantu menyampaikan pesan secara tergambar dan tertulis untuk disampaikan kepada orang yang dituju. Kita mengenal kata komunikasi visual dimana peranan desain grafis sebagai alat bantu mewujudkan ide/pesan ke bentuk gambar . komunikasi visual sendiri yang menurut studi.com adalah transmisi informasi dan ide menggunakan simbol dan citra. Lebih lanjut dabner dkk menyebutkan *“Every discipline has its own sets of rules, methods, specialized technologies, and technical requirements. Each one is rooted in the interactions of its history, theory, and practice, but unlike learning law or biology, the language of design is visual.”* Setiap disiplin ilmu memiliki seperangkat aturan,

metode, teknologi khusus, dan persyaratan teknisnya sendiri. Masing-masing berakar pada interaksi sejarah, teori, dan praktiknya, tetapi tidak seperti mempelajari hukum atau biologi, bahasa desain adalah visual.

Dewasa ini pesan di desain menggunakan perangkat computer untuk menerjemahkan ke bentuk gambar garis warna huruf dalam kesatuan prinsip desain grafis sehingga mudah dipahami.dan pesannya sampai. Salah satu pesan yang saat ini banyak diikutsertakan dalam setiap desain grafis baik poster, spanduk, baliho adalah pesan ajakan Waspada Covid 19. Wabah Covid 19 yang melanda diseluruh dunia membuat aktivitas pesan ini dikumandangkan dengan beragam media komunikasi. Media massa ,media cetak luar ruang hingga media social menjadi tempat untuk memberikan pengetahuan terkait pencegahan terkait penyakit mematikan ini.

Media luar ruang salah satunya baliho juga menjamur memberikan peringatan terkait penyakit ini. Palu sebagai ibukota provinsi Sulawesi Tengah , tepatnya di jalan jalan protokol maupun jalan kecil bertebaran pesan terkait covid 19. Sepanjang masa isolasi hingga masa transisi menuju normal baru atau yang lebih dikenal dengan istilah asingnya *New Normal* tidak sedikit

baliho bermuatan pesan ini terpajang di jalan jalan.

Dari sekian banyak baliho yang telah terpampang di jalan ada satu yang menarik dikarenakan terdapat tiga pesan dalam satu wadah baliho. Baliho ini yang terletak di posisi yang strategis mudah terlihat saat melintasinya. Desain grafis sebagai disiplin ilmu telah berubah dalam menanggapi keadaan sosial, perkembangan teknologi dan perkembangan praktik desain. Artikel ini bertujuan untuk mengeksplorasi sebuah baliho Pesan I Love Indonesia I Love Palu by Yovan Variasi berdasarkan komposisi desain grafis.

Temuan telaah baliho ini diharapkan membantu memahami pentingnya mendesain sebuah pesan kedalam bentuk komunikasi visual mempergunakan komposisi desain grafis yang baik. Telaah ini dipandu oleh pertanyaan sejauh mana komposisi desain grafis dipergunakan dalam mendesain pesan baliho I Love Indonesia I Love Palu dapat menyampaikan makna pesan?

Desain Grafis

Frascara (1988, dalam Al Qur'an) melihat desain grafis sebagai praktik yang melampaui pertimbangan estetika untuk berkomunikasi secara efisien. Sementara Dewojati (2009) mengatakan Desain grafis adalah suatu media untuk menyampaikan informasi melalui bahasa komunikasi visual dalam wujud dwimatra ataupun trimatra yang melibatkan kaidah-kaidah estetika. Dua definisi di atas menggambarkan bahwa desain memiliki pertimbangan estetika yang bertujuan menyampaikan pesan melalui bahasa komunikasi visual guna menghasilkan komunikasi yang efisien.

Komposisi mengacu pada struktur visual dan organisasi elemen dalam suatu desain. Ini menyangkut proses menggabungkan bagian atau elemen yang berbeda untuk membentuk keseluruhan. Komposisi melibatkan melihat keseluruhan lebih besar dari bagian-bagiannya, dan sama

pentingnya dengan elemen individu yang membentuk sebuah desain.

Desainer mengatur gambar dan teks — masing-masing dengan bentuk, ukuran, warna, dan teksturnya sendiri — dalam banyak media berbeda dan dalam berbagai format; dari desain hitam-putih dua dan tiga dimensi melalui karya penuh warna. Pemahaman praktis dan eksplorasi komposisi sangat penting untuk komunikasi visual yang efektif: ini adalah alat paling signifikan dalam membimbing penonton melalui kompleksitas visual ke pesan yang dimaksudkan. Untuk menciptakan karya desain yang efektif, di media mana pun desainer bekerja, Desainer harus memahami prinsip komposisi yang baik. Dabner, David dkk (2014,32).

Komposisi sebagai prinsip desain harus menjadi patokan didalam menentukan tepat tidaknya sebuah karya desain grafis dalam menyampaikan pesan. Komposisi adalah bentuk-bentuk dasar yang berupa :

- 1.garis,
- 2.huruf,
3. warna ,
- 4.Gambar/ilustrasi.

Berdasarkan komposisi tersebut jika diterapkan menggunakan prinsip desain akan semakin membantu proses desain menjadi lebih baik

Baliho I Love Indonesia I Love Palu

Telaah yang penulis lakukan adalah mencoba melihat ketepatan komposisi desain grafis Baliho I Love Indonesia I Love Palu yang dibuat oleh yovan Variasi dalam menyampaikan pesan . Meski jangkauannya tidak sejauh dengan media elektronik dan media cetak, tetapi media luar ruang seperti spanduk, baliho, reklame, iklan bus, atau kereta api, electronic board, bendera dan umbul-umbul, balon dan iklan pohon cukup memberi pengaruh pada orang yang berlalu lalang atau yang melihat media tersebut (Jalita) .Baliho adalah media luar ruang yang ditujukan untuk menyampaikan pesan kepada khalayak ramai yang melalui jalan tempat baliho tersebut dipasang. Media luar ruang

Baliho memiliki kelebihan dan kekurangan dalam pencapaian target pencapaian pesan. Jangkauan terbatas pada siapa saja yang melintasinya serta membaca, dengan kondisi khalayak yang sedang lewat maka ketepatan komposisi membantu keterbacaan pesan. Baliho termasuk berbiaya besar jika sewa tempat pada jalur jalur utama padat kendaraan yang melintasinya. Baliho yang dimaksud terdapat pada gambar di bawah ini.



Gambar 1. Posisi strategis letak Baliho

Secara penempatan baliho ini berada di tempat yang strategis di tempatkan di jalur yang padat kendaraan melintasi jalan ini. Tepatnya berada di jalan sisingamangaraja palu sebelum lampu merah. Pesan dengan mudah dibaca dengan baik keseluruhan isi pada posisi tertentu Ketika lampu merah menyala. Dengan jarak pandang yang baik untuk dicermati oleh pengendara yang melintasi jalan tersebut memberikan peluang bagi pesan dapat dilihat oleh semua yang melintasi jalan tersebut. Isi pesan baliho tersebut dapat dilihat dengan jelas seperti gambar di bawah hasil *cropping* dari gambar 1.



Gambar 2. Isi Pesan Baliho

Terdapat beragam isi pesan yang jika dicermati secara garis besar ada 3 pokok pesan yakni; pesan pertama I love Indonesia I love Palu berikut pesan kedua Normal Baru (new normal) serta pesan ketiga Penyewaan Space Iklan atas posisi baliho ini. Secara sederhana dapat dipahami bahwa pembuat merangkaikan ketiga pesan ini dalam satu kesatuan wadah dalam baliho tersebut. Untuk itu penulis mencoba mencermati berdasarkan komposisi yang ada didalam baliho tersebut.

1. Garis

Garis jika dicermati dalam baliho desain tidak mempergunakan garis dalam membagi posisi ketiga pesan tersebut namun menempatkan pada tiga urutan tempat yang berbeda dengan urutan posisi atas ditempati pesan I love Indonesia I love Palu di bawahnya diletakkan pesan normal baru yang berisi pesan protokol kesehatan terkait covid 19 lalu dipojok kanan bersebelahan dengan pesan ini diletakkan pesan penyewaan space iklan ini. Garis hanya tampak pada gambar foto bangunan yang menjadi latar belakang baliho ini.

2. Huruf

Huruf pada baliho ini mempergunakan keluarga San serif dimana karakter huruf tanpa sirip. Huruf karakter ini memiliki kesan modern ,lebih tegas dan fungsional. Jika dicermati isi pesan maka pemilihan karakter jenis huruf ini (Arial Font) sudah tepat dikarenakan pesan membutuhkan ketegasan bahwa cinta Indonesia cinta palu sebagai suatu keharusan yang mutlak yang hendak disampaikan oleh pembuat pesan dipertegas dengan ukuran font yang lebih besar dibandingkan isi pesan lainnya. Lalu pada pesan normal baru masih mempergunakan karakter huruf yang sama seperti hanya saja mempergunakan 2 jenis karakter huruf Arial dan Arial Narrow . Pada kata Ayo selalu pakai masker dan Covid 19 dipergunakan jenis karakter huruf Arial Narrow.

JAGA JARAK NORMAL BARU
 AYO...!!! SELALU PAKAI MASKER
JAGA KELUARGA
DAN BANGSA INDONESIA
DENGAN MENCEGAH PENULARAN COVID 19

Gambar 3. Penggunaan font dalam teks baliho

Karakter huruf arial narrow yang lebih langsing dari Arial menjadikan kesan bahwa pesan pakai masker dan covid 19 menjadi kurang kuat karena pemilihan karakter huruf ini. Kemungkinan pendesain memilih jenis huruf ini untuk membuat kesan penonjolan yang berbeda dari frasa lain sehingga lebih nampak, namun akibatnya pesan terlihat lebih lemah dibandingkan frasa lainnya.

Pada pesan ketiga masih menggunakan jenis karakter huruf yang sama yakni arial dan arial narrow dimana ukuran besaran huruf yang lebih kecil dari kedua pesan sebelumnya menunjukkan ini hanya sebagai pesan penyerta dari kedua pesan sebelumnya.

3. Warna

Permainan warna lebih banyak dipergunakan pada huruf, ini disebabkan desain ini mempergunakan latar belakang foto yang memiliki multi warna. Pada frasa dibawah ini pemilihan warna merah sebagai warna utama huruf dan di lis dengan warna kuning.



Gambar 4. Logo I Love Indonesia, I Love Palu

Karakter warna merah memiliki arti cinta, berani sesuai dengan karakter pesan yang memuat himbuan untuk mencintai negeri Indonesia khususnya kota palu sayangnya di list oleh warna kuning yang secara universal bermakna pengecut dan penghianatan untungnya warna ini tidak mendominasi sehingga masih bisa diartikan

kekuatan cinta lebih kuat dibandingkan oleh kekuatan penghianatan.

Pada frasa Normal Baru dipergunakan warna kuning sebagai warna utama huruf dilis dengan warna merah . Warna kuning selain bermakna ceria , pengecut , penghianatan juga bermakna kecemasan gelisah jika menilik pesannya maka bisa di tangkap bahwa ada kecemasan yang berlebih terkait pesan normal baru terlebih lagi diperkuat oleh list merah yang membungkus huruf.

Frasa Jaga Jarak, Jaga keluarga dan bangsa Indonesia dengan mencegah penularan sudah pas dengan pemilihan warna pada karakter hurufnya karena pesannya diharapkan ada suasana kecemasan yang harus di perhatikan dengan seksama menjaga jarak agar tidak tertular menjaga keluarga yang berujung pada bangsa Indonesia dibutuhkan rasa kecemasan tinggi agar diperhatikan muatan pesannya.

Ada dua frasa yakni “Ayo selalu pakai masker dan Covid 19 yang mempergunakan karakter huruf dengan warna dominasi merah dilis putih , warna merah pada huruf yang melambangkan peringatan dan putih bermakna mengurangi sakit sudah sesuai dengan pesan yakni diperingatkan agar selalu mempergunakan masker untuk melindungi diri dari wabah covid 19. Frase tersebut menjadi tidak menjual dikarenakan tidak melambangkan warna yang sesuai dengan bujukan dimana dipergunakan warna kuning sebagai dasar dan lis putih yang membingkai huruf. Selain bermakna pengecut ,penghianat, ceria, cemas, rasa gelisah sehingga meski dibungkus warna merah sebagai penguat bujukan tetap tidak menunjang muatan pesan. Pesan yang muncul justru kegelisahan yang ditampilkan oleh bujukan tersebut. Berbeda jika bujukan pada taman bermain maka kuning menjadi perlambang yang cocok dipergunakan.

4. Gambar/ilustrasi

Penggunaan gambar atau ilustrasi menjadi begitu penting jika pesan bersifat



Gambar 5. Unsur visual yang digunakan

membujuk, pesan yang diberi muatan gambar atau ilustrasi memiliki nilai lebih didalam ketersampaian pesan. Menurut Soedarso,1990 menyatakan bahwa ilustrasi adalah sebuah gambar yang melukiskan tujuan tertentu. Bahkan ini dipertegas oleh Hartanto (2001:40) Ilustrasi bukan hanya sebagai hiasan yang menarik perhatian saja, tetapi sebagai visualisasi gagasan pesan, Apabila tepat penggunaannya akan sangat efektif dalam menyampaikan isi pesan tersebut. Ilustrasi atau gambar tidak semata menjadi alat memperindah desain tetapi memiliki peranan penting dalam membantu memahami pesan secara baik.

Gambar atau ilustrasi yang dipakai di baliho ini terdiri atas berbagai gambar mulai dari logo provinsi Sulawesi Tengah, logo kota Palu, gambar hati ,latar belakang foto Gedung Jodjokodi Convention Centre serta patung tugu nol kilometer dan gambar serombongan orang yang berjejer pada gambar 5.

Jika melihat gambar yang dipergunakan pada baliho I love Indonesia I love Palu maka dapat kita telaah sebagai berikut pada pesan I love Indonesia I love Palu pada penggunaan gambar logo palu serta latar belakang gedung Djyokodi, patung nol kilometer dan logo kota palu sedikit membantu pesan untuk diterima oleh khalayak namun logo Sulawesi tengah menjadi sedikit terlalu luas karena logo Sulawesi tengah tidak mampu mewakili Indonesia yang terdiri atas sekian banyak

provinsi. Terlebih baliho ini tidak diletakkan di seluruh provinsi Sulawesi tengah.

Secara teori kita tahu bahwa normal baru atau new normal adalah cara hidup dengan tatanan baru yang tidak biasa, biasanya kita tidak menjaga jarak dalam beraktifitas maka kini kita diharuskan menjaga jarak, kebiasaan baru bagi bangsa ini juga diharuskan menggunakan masker di setiap aktifitas. Maka jika ditelaah antara muatan pesan dan gambar yang di muat di baliho sangat tidak mewakili isi pesan, ayo selalu pakai masker sedangkan gambar tidak satupun menggunakan masker. Jaga jarak, pesan dan gambar saling bertolak belakang karena jika dilihat semua yang ada digambar saling berdempetan tanpa jarak.

Kesimpulan

Berdasarkan telaah di atas maka dapat di jelaskan terdapat tiga muatan pesan dalam baliho I love Indonesia I love Palu antara pesan pertama dan pesan kedua saling terkait muatannya , dimana keduanya menanamkan kecintaan terhadap Indonesia dengan menjaga keluarga dan bangsa dari penularan covid 19 namun terdapat beberapa kekeliruan dalam desain pesan pada penggunaan warna yang dipilih serta utamanya penggunaan unsur gambar / ilustrasi.

Penting dipahami bahwa desain pesan tidak semata mengejar unsur estetika semata tetapi bagaimana efesiensi pesan

dapat dicapai sehingga khalayak mudah memahaminya. Terlebih pada media luar ruang seperti baliho dimana orang melihatnya sambil lalu. Disainer media luar ruang harus memahami karakter media luar ruang secara baik sehingga mampu membuat desain yang tepat.

Daftar Pustaka

- Al Qur'an, Hussam.2017. The Effect of Social Development on Graphic Design Practice. *An - Najah Univ. J. Res. (Humanities)*. Vol. 31(8).
- Dabner ,David, Sandra Stewart ,Eric Zempol. 2014. *Graphic Design School : The Principles and Practice of Graphic Design*. John Wiley & Sons Inc., Hoboken, New Jersey
- Dewojati, R. Kuncoro Wulan. 2009. *Desain Grafis Sebagai Media Ungkap Periklanan*.
- Hartanto, Deddi Duto. NIRMANA Vol. 3, No. 1, Januari 2001: 40 – 48
- Jalita, *Pemanfaatan Media Luar Ruang Sebagai Media Penyebaran Informasi Knpi Aceh*, skripsi 2018 UIN Ar Raniry Aceh.
- <https://study.com/academy/lesson/what-is-visual-communication-definition-history-theory-examples.html>
diakses jam 10.12 pada tanggal 18.10.2020