



LAPORAN PENELITIAN

**Analisa Komunikasi Visual dan Konsep Verbal Poster Tugas Mata Kuliah
Anti Korupsi di Universitas Paramadina Jakarta**

Tim Pengusul :

Gilang Cempaka, M.Sn

Drs. Agoes Joesoef, M.Si

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat

Universitas Paramadina

2020



LEMBAR PENGESAHAN PENELITIAN

Judul Penelitian:

**ANALISA KOMUNIKASI VISUAL DAN KONSEP VERBAL POSTER
TUGAS MATAKULIAH ANTI KORUPSI DI UNIVERSITAS
PARAMADINA JAKARTA**

Telah disahkan dan disetujui oleh Dewan Pembina Penelitian (DPP) Universitas Paramadina, pada:

Hari/Tanggal : Kamis / 24 Desember 2020

Dana Penelitian : Rp. 5.000.000

Yang mensahkan dan menyetujui:

1. Ketua Program Studi :(Ayoeningsih Dyah, M.Sn)
2. Direktur LPPM :(Dr. Sunaryo)

Peneliti:

1. Ketua Peneliti : Gilang Cempaka, M.Sn
2. Anggota : Drs. Agoes Joesoef, M.Si

Daftar Isi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan dan Batasan Masalah	2
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	3
1.4 Metoda Penelitian	3

BAB II TINJAUAN KEPUSTAKAAN

2.1 Kasus Korupsi di Indonesia	4
2.1.1 Indeks Perilaku Korupsi dan Tindakan Negara	5
2.1.2 Bekal Pelaksanaan Anti Korupsi	5
2.2 Anti Korupsi dalam Kurikulum di Universitas Paramadina	6
2.3 Poster Sebagai Media Komunikasi Visual.....	8
2.3.1 Kriteria Poster	8
2.3.2 Pendekatan Visual dalam Poster	11
2.3.3 Komunikasi Verbal dalam Poster	16
2.4 Komunikasi Verbal dalam Poster	17
2.5 Teori Warna	20
2.6 Teori Tipografi.....	22
2.7 Poster Sebagai Bentuk Tugas MK Anti Korupsi	24

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian	30
3.2 Pemilihan Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	30
3.3 Studi Dokumentasi dan Literatur	31
3.4 Analisis Data.....	32

BAB IV PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Hasil Penelitian.....	33
4.2 Pemilihan Poster	35
4.3 Analisa Penilaian Poster	37

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	50
5.2 Saran	50

DAFTAR KEPUSTAKAAN	51
--------------------------	----

LAMPIRAN-LAMPIRAN	53
-------------------------	----

Abstrak

Indonesia sebagai negara berkembang yang hampir memasuki negara maju, pada tahun 2018- 2019 yang lalu, memiliki peringkat Indeks Persepsi Korupsi Indonesia (IPK) di poin 38 dan poin 50. Bila skala penilaian dibuat dalam rentang angka 0-100, maka apabila nilai indeks mendekati 0 mengindikasikan korupsi suatu negara semakin tinggi. Berarti apabila nilai indeks mendekati angka 100 menunjukkan semakin bersih dari korupsi. Pada periode 2018-2019 Indonesia mengalami peningkatan nilai indeks persepsi korupsi, berarti tingkat korupsi saat itu terjadi penurunan. Peran peningkatan indeks korupsi tersebut tidak lepas dari peran lembaga pendidikan di Indonesia. Mata kuliah anti korupsi ini dikemas di perguruan tinggi dengan mengkombinasikan antara teori dan praktik yang seimbang, diharapkan para mahasiswa menjadi paham terhadap bahaya, sekaligus paham terhadap cara mencegahnya. Tujuan mata kuliah ini adalah sebagai upaya preventif terhadap tindak korupsi dengan memotong mata rantai tindakan korupsi melalui pendidikan formal. Melalui mata kuliah ini, Universitas Paramadina bertujuan mencetak generasi yang menjunjung tinggi etika, integritas dan berperan aktif dalam menyebarkan “virus” Anti-Korupsi di Indonesia. Tugas praktek dalam mata kuliah ini adalah membuat video pendek yang berisi investigasi praktek korupsi di lapangan dan dilanjutkan membuat poster kampanye anti korupsi. Hasil kedua kerja praktek ini wajib diunggah di sosial media milik mahasiswa. Dalam komunikasi visual, poster dianggap masih mewakili sebagai media komunikasi masa yang tampilannya berupa verbal yang disusun melalui teks yang dikomposisikan dengan visual. Dalam tugas ini mahasiswa harus dapat menciptakan komunikasi (pesan) persuasive melalui verbal dan visual yang menarik, dalam satu komposisi yang harmonis dengan pesan yang dapat dipahami dan disukai target sasaran.

Keywords : Komunikasi, Poster, Korupsi

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini lembaga pendidikan di Indonesia diharapkan dapat berkontribusi dalam menekan dan mencegah tindakan korupsi di masyarakat, melihat permasalahan korupsi di Indonesia masih dalam keadaan darurat. Peringkat Indeks Persepsi Korupsi Indonesia (IPK) 2018 di poin 38 dari skala 0-100, masih jauh dari target IPK poin 50 di tahun 2019, dimana indeks mendekati 0 mengindikasikan korupsi suatu negara semakin tinggi sedangkan mendekati angka 100 menunjukkan semakin bersih dari korupsi. Dengan masih banyaknya kasus korupsi yang banyak melibatkan pejabat negara yang merugikan keuangan negara hingga trilyunan Rupiah, maka dianggap bahwa pendidikan anti korupsi di lembaga pendidikan sudah mendesak. Digagas oleh mantan Rektor Universitas Paramadina, Anies Baswedan, Universitas Paramadina adalah perguruan tinggi pertama di Indonesia yang menetapkan mata kuliah Anti Korupsi sebagai mata kuliah wajib yang dimulai tahun 2008

Mata kuliah ini mengemas pendidikan antikorupsi dengan mengkombinasikan antara teori dan praktik yang seimbang, diharapkan para mahasiswa menjadi paham akan teori, bahaya, serta cara mencegah korupsi. Tujuannya adalah sebagai upaya preventif terhadap tindak korupsi dengan memotong mata rantai tindakan korupsi melalui pendidikan. Universitas Paramadina ingin mencetak generasi yang menjunjung tinggi etika dan berperan aktif dalam menyebarkan “virus” Anti-Korupsi di seluruh Indonesia. Tugas praktek dalam mata kuliah ini adalah membuat video pendek investigasi praktek korupsi di lapangan dan membuat poster kampanye anti korupsi yang wajib diunggah di sosial-sosial media milik mahasiswa.

Dalam kampanye, poster dianggap masih sangat relevan dalam lingkup sebarannya ke khalayak, poster mewakili media komunikasi massa yang tampilannya berupa teks dan visual. poster menyampaikan informasi pada pembaca yang sedang bergerak. Poster juga memiliki kelebihan sebagai media komunikasi visual karena memuat informasi secara singkat, padat dan jelas, serta dapat diproduksi secara massal. Saat ini sebaran poster tidak hanya terbatas berupa fisik atau hasil *print*

out/cetakan, namun semakin efisien dengan format digital berupa e-poster, yang dapat disebarluaskan secara daring. Merancang poster diberikan sebagai luaran dari tugas agar mahasiswa dapat mengintegrasikan pengetahuan yang didapat selama perkuliahan melalui praktek, dengan turut menjadi agen dalam mengkampanyekan gerakan anti korupsi baik secara viral di sosial media atau secara *offline* (pameran).

Tugas merancang poster sendiri ada di dalam pertemuan kesebelas atau duabelas setelah Ujian Tengah Semester, dosen memberikan arahan berupa tema, teknis dan kriteria penilaian. Rencananya poster akan dipamerkan di sekitar kampus atau diluar kampus. Selain itu akan disebarluaskan pula di media sosial masing-masing mahasiswa. Poster yang dirancang dapat dikatakan adalah wujud dari pemahaman mahasiswa terhadap bahaya kasus korupsi dan bagaimana pencegahannya, yang diaplikasikan dalam wujud komunikasi visual dan komunikasi verbal (*headline, body text*). Dalam tugas ini mahasiswa harus dapat memadukan unsur komunikasi (pesan) dengan visual yang menarik, dalam satu komposisi yang harmonis dengan pesan yang dapat dipahami khalayak. Batasan masalah dalam penulisan ini akan mengkaji komunikasi visual dan verbal dalam tugas mahasiswa berupa poster yang memiliki nilai antara A dan A- di kelas Anti Korupsi periode tahun 2015-2017, dan bagaimana kaitan isi poster tersebut dengan tujuan pembelajaran Anti Korupsi yaitu berkampanye dalam pencegahan tindakan korupsi.

1.2 Rumusan dan Batasan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimanakah analisa estetik dan pesan komunikasi visual poster pemberantasan korupsi yang dirancang mahasiswa di kelas Anti Korupsi?
2. Bagaimanakah hubungan antara aspek visual dan verbal poster berkaitan dengan pesan yang ingin disampaikan?

Agar fokus pada permasalahan, pembatasan dalam penelitian ini adalah mengambil metode *sampling* yaitu hanya memilih beberapa poster terbaik dengan nilai antara A dan A- yang dirancang tahun 2015-2017. Selain itu kriteria lainnya adalah poster tersebut memiliki informasi tambahan sebagai berikut : mencantumkan logo

Universitas Paramadina, logo NACAM, atau *national anti-corruption art movement*, dan nama mahasiswa.

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Nilai manfaat dan mengapa penelitian ini penting dilakukan adalah bagaimana kaitan antara aspek estetik dan aspek komunikasi verbal dari poster hasil perancangan mahasiswa sehingga pesan yang disampaikan dapat dipahami khalayak. Hal ini menunjukkan pemahaman mahasiswa terhadap tujuan pembelajaran mata kuliah Anti Korupsi di Universitas Paramadina dan keberhasilan metode pembelajaran mata kuliah tersebut. Hasil penelitian dapat dimanfaatkan untuk memperkaya metode pembelajaran mata kuliah Anti Korupsi, dan menambah wawasan bagaimana penyampaian pesan yang menarik dan efisien melalui komunikasi visual dan verbal melalui poster, dalam upaya melakukan kampanye pencegahan tindakan korupsi. Sehingga kedepannya dapat menjadi bahan evaluasi dan masukan untuk metode pembelajaran dan tugas yang lebih baik.

1.4 Metoda Penelitian

Penelitian ini menitikberatkan pada analisa visual dan verbal, dan proses studi deskriptif kualitatif, untuk mengungkap analisa komunikasi visual dan komunikasi verbal. Data didapat dari hasil wawancara *in depth interview* kepada narasumber langsung yaitu pengajar mata kuliah anti korupsi, mahasiswa UPM, dan pihak eksternal, selain mendapat data dari dokumentasi tugas poster dari mata kuliah Anti Korupsi.

BAB II

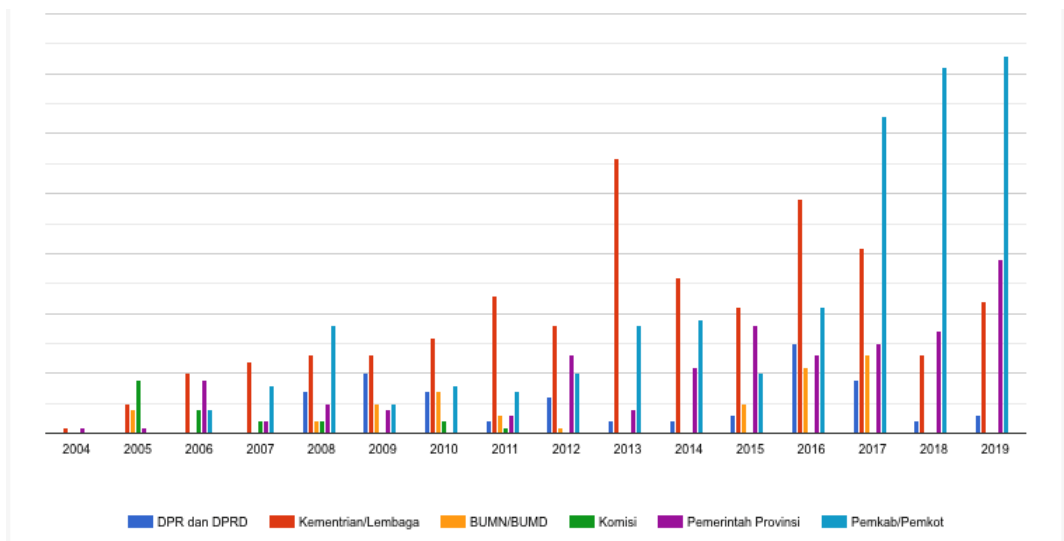
TINJAUAN KEPUSTAKAAN

2.1 Kasus Korupsi di Indonesia

2.1.1 Indeks Perilaku Korupsi dan Tindakan Negara

Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) Republik Indonesia adalah lembaga negara yang independent, dibentuk dengan tujuan meningkatkan daya guna dan hasil guna terhadap upaya pemberantasan tindak pidana korupsi. Saat ini Korupsi di Indonesia masih merajalela walaupun KPK tetap giat melakukan pemberantasan, tangkap tangan hingga jemput paksa. Sejalan dengan berjalannya tindakan lembaga hukum ini, di masyarakat tumbuh dua pandangan terhadap lembaga anti ruswah ini. Ada sejumlah kelompok yang anti korupsi dan ada mereka yang permisif terhadap tindakan korupsi. Kepala BPS Suhariyanto menjelaskan, indeks perilaku antikorupsi tahun ini secara keseluruhan naik 0,14 poin dari 3,84 menjadi 3,7 meski masih belum mencap target yakni 4,00 dari skala 1-5. Indeks tersebut kemudian terbagi dalam dua dimensi yakni, dimensi persepsi dan dimensi pengalaman. Adapun hasil survei pada dimensi pengalaman, menunjukkan level 3,91 atau perilaku antikorupsi yang semakin meningkat. Namun, dimensi persepsi mencatatkan 3,68 yang menunjukkan ada juga masyarakat secara persepsi yang semakin permisif atau terbuka terhadap korupsi.

Indeks perilaku anti korupsi 2020 didapatkan dari survei kepada 10.040 rumah tangga di 34 provinsi. Dalam satu rumah tangga dipilih anggota rumah tangga berusia 18 tahun ke atas sebagai responden. Era saat ini tindakan hukum terhadap kejahatan korupsi, tidak sebatas mengamati, tangkap tangan , jemput paksa mengadili saja. Tetapi pemerintah telah secara proaktif melakukan langkah-langkah terhadap kejahatan ini dengan cara memburu mereka dan juga menyandera aset dan tidak hanya sebatas penangkapan. Membaca situasi maraknya korupsi, yang diperlukan untuk bertindak sebagai percepatan, maka pemerintah melakukan percepatan pemberantasan korupsi dengan cara menerbitkan hukum untuk menunjang penegak hukum, pada tahun 2004 terbit Inpres no. 5 tahun 2004. Lewat inpres tersebut aparat penegak hukum, diminta mengoptimalkan upaya untuk memproses hukum bagi para koruptor dengan meningkatkan pengembalian kerugian negara akibat korupsi



Gambar 1 : Grafik TPK Berdasarkan Instansi, update per-31 Desember 2019

Peneliti Indonesian Corruption Watch (ICW) Kurnia Ramadana, Kompas 22 Juli 2020, mengatakan pengesahan RUU perampasan asset menjadi urgen. Kehadiran RUU itu akan mempercepat pemulihan kerugian negara tanpa harus menghadirkan pelaku kejahatan. “Jadi, tak peduli ada dimana, sepanjang penegak hukum yakin berdasarkan alat bukti bahwa suatu asset tercemar atau diduga dari hasil kejahatan, penegak hukum bisa merampasnya, tentu dengan mekanisme peradilan khusus”. Pola pemidanaan ini, harus menjadi pegangan penegak hukum. Sebab, filosofi kejahatan korupsi adalah kejahatan keuangan. Karena itu, fokusnya tidak cukup pidana badan tetapi pemulihan kerugian negara. Kejahatan korupsi saat ini sudah semakin merajalela, walaupun penegak hukum negara selalu mengkaitkan optimalisa pemberdayaan manusia dan perangkatnya. Kejahatan korupsi telah sedemikian mengejala mengisi ruang ruang birokrasi maupun non birokrasi. Selayaknya pemerintah dan aparat anti korupsi serta penegak hukum, harus lebih proaktif dibekali dengan teknologi canggih untuk melacak dan menjerat mereka yang sudah pada tahap merusak moral bangsa.

2.1.2 Bekal Pelaksanaan Anti Korupsi

Menyelesaikan masalah musuh negara nomor satu ini perlu disepakati dan dirumuskan sehingga menjadi komitmen bangsa. Penanggung utama dalam program anti korupsi ini, perlu segera dirumuskan, sehingga tujuan utama dari program pendidikan anti korupsi arahnya dan tujuan menjadi jelas. Arah dan tujuan ini yang kemudian diharapkan menjadi inti pembelajaran yang akan disampaikan kepada mahasiswa.

Ketua Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) Firli Bahuri (03 Maret 2020) mengingatkan tentang akar korupsi yang berawal dari minimnya integritas. Ia mengutip kembali pernyataan seorang sejarawan moralis Inggris, John Emerich Edward Dalberg Acton atau Lord Acton yang terkenal, "*Power tend to corrupt, absolute power corrupt absolutely.*" "Kalau kita bicara tentang korupsi, orang bisa korupsi karena dia tidak berintegritas. Karena rumus korupsi = kekuasaan + kesempatan - integritas. Atau sistem di kementerian itu yang memberikan celah bagi perilaku korupsi. Terkadang bukan karena serakah, atau adanya kesempatan, atau bahkan persoalan kebutuhan belaka. Namun sistem yang lemah, buruk ataupun gagal, justru membuka celah korupsi." tegas Firli. Ketua pengurus besar NU bidang hukum dan perundang-undangan Robikin Emhas mengatakan, "Negara tidak boleh kalah dari pelaku kejahatan, baik teroris, bandar narkoba, maupun pelaku perdagangan manusia, hingga kejahatan luarbiasa korupsi. Seluruh jenis kejahatan adalah tindakan anti nilai kemanusiaan".

2.2 Anti Korupsi dalam Kurikulum di Universitas Paramadina

Universitas Paramadina adalah perguruan tinggi pertama di Indonesia yang memasukkan mata kuliah Anti Korupsi sebagai mata kuliah universitas dari tahun 2008 sampai saat ini. Gagasan mantan Rektor Universitas Paramadina, Anies Baswedan itu mewajibkan mata kuliah Anti Korupsi dengan semangat memotong suplai koruptor dari institusi pendidikan, Universitas adalah laboratorium moral dan sosial dalam upaya pencegahan tindak korupsi. Menurut Prof. Firmanzah, Rektor Universitas paramadina saat ini, diharapkan mahasiswa dapat memaknai matakuliah antikorupsi tidak hanya sebatas untuk memenuhi beban SKS melainkan juga sebagai bekal untuk mereka sebagai garda terdepan dalam mengampanyekan semangat antikorupsi. Tahun lalu Universitas Paramadina telah merayakan 10 tahun pendidikan Anti Korupsi, dengan mengadakan berbagai kegiatan bertema Anti Korupsi seperti kuliah umum, seminar, lomba-lomba, pengajuan hibah dan lain-lain.

Komponen utama mata kuliah Anti Korupsi di Universitas Paramadina meliputi:

1. Pengajaran di kelas yang dilakukan secara interaktif
2. Kunjungan ke Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) untuk berdiskusi dengan para tokoh KPK
3. Kunjungan ke Pengadilan Tindak Pidana Korupsi (TIPIKOR), untuk melihat secara langsung proses pengadilan kasus korupsi

4. Studium General dengan mengundang para tokoh, antara lain: Drs. Antasari Azhar, SH. (Ketua KPK), Sandiaga Uno, MBA. (mantan Ketua HIPMI), Denny Indrayana, Ph.D. (Pakar Anti Korupsi, Dosen UGM), Anies Baswedan, Ph.D. (Rektor Universitas Paramadina), Drs. Waluyo, MM. (Deputi Ketua KPK, 2004 – 2007, Direktur Pertamina), Ir. Wijayanto, MPP. (Deputi Rektor Universitas Paramadina)
5. Penulisan *Investigative Report*, mahasiswa, secara berkelompok ditugaskan untuk mengumpulkan laporan investigasi atas kasus korupsi yang mereka amati secara langsung di lapangan

Pengembangan mata kuliah ini merupakan salah satu rencana strategis Universitas Paramadina. Hal ini dilakukan melalui pengembangan kurikulum, peningkatan kualitas dosen pengajar dan materi ajar. Universitas Paramadina telah menyusun buku bertema Anti-Korupsi sebagai bahan ajar mata kuliah, menjadi *public goods*. Masyarakat umum bisa mengunduh versi elektroniknya (E-Book) di website Universitas Paramadina (www.paramadina.ac.id) secara gratis. Ini dilakukan demi memperluas cakupan buku tersebut, sehingga bermanfaat sebagai referensi publik dan dosen/mahasiswa yang berminat untuk mendalami masalah anti-korupsi.

Pengembangan mata kuliah ini pun mencakup variasi tugas, yaitu merancang poster bertema kampanye pencegahan tindakan korupsi. Tema ini sesuai dengan salah satu tujuan dari mata kuliah Anti Korupsi yaitu mahasiswa mampu mencegah tindakan korupsi. Selain itu sejalan juga dengan *soft skill* yang diharapkan pada mahasiswa yaitu dapat menjunjung tinggi moral, etika, bertanggungjawab dan peduli terhadap sesama dan lingkungan. Hal ini sesuai dengan capaian yang ditentukan oleh universitas dalam hal sikap, penguasaan pengetahuan, keterampilan umum dan keterampilan khusus. Di Kurikulum 2018 MK Anti Korupsi adalah MK Universitas, diajarkan di tahun pertama semester kedua perkuliahan, tujuannya agar mahasiswa mengetahui nilai-nilai anti korupsi sedari awal, dengan beban SKS (Satuan Kredit Semester) tiga.

Menurut hasil wawancara dengan dosen kordinator MK Anti Korupsi, Ibu Alfikalia, M.Psi, di tahun 2018 tugas merancang poster adalah tugas yang bersifat opsional selain

tugas melakukan perancangan komik, investigasi atau penyuluhan anti korupsi ke masyarakat. Tujuannya adalah agar mahasiswa berperan serta mengkampanyekan pencegahan dan gerakan anti korupsi ke masyarakat. Mahasiswa wajib mengupload tugas tersebut di sosial media masing-masing. Kemudian dosen yang akan mengevaluasi bagaimana efeknya baik dari jumlah “like” maupun komentarnya, selain menilai tampilan visual posternya.

2.3 Poster Sebagai Media Komunikasi Visual

2.3.1 Kriteria Poster

Poster adalah salah satu media dalam desain komunikasi visual, yang bertujuan menyampaikan pesan pada *audience* atau masyarakat yang dituju melalui media 2 dimensi, baik cetak maupun digital. Hampir semua poster dilengkapi dengan gambar, elemen visual, dan teks agar pesannya dapat dipahami sekaligus memikat audience yang dituju. Robin Landa dalam buku *Graphic Design Solutions* mendeskripsikan poster sebagai bentuk publikasi dua dimensional dan satu muka, digunakan untuk menyajikan informasi, data, jadwal atau penawaran, dan untuk mempromosikan orang, acara, tempat, produk, perusahaan, jasa atau organisasi (Supriyono, 2010 : 158). Dalam buku yang sama perbedaan poster dengan media cetak lainnya adalah poster menyampaikan informasi pada pembaca yang sedang bergerak (*on the move*). Sehingga tantangannya adalah bagaimana menciptakan tampilan visual yang mampu merebut perhatian public, seraya menjejalkan informasi yang mudah dicerna pembaca dalam hitungan detik. Oleh karena itu harus menentukan salah satu informasi untuk dijadikan elemen kunci, poster yang berhasil menarik perhatian pembaca umumnya memiliki satu elemen yang dominan dan menarik (ibid : 158, 159). Perbedaan poster dengan media publikasi lain utamanya adalah perihal ukuran serta cara penyampaian pesannya. Poster tidak membutuhkan kalimat-kalimat terperinci, namun hanya menggunakan kalimat sederhana yang mudah diingat.

Beberapa petunjuk yang dikemukakan Siebert dan Ballard dalam menggarap desain poster :

1. Ukuran huruf untuk poster dibuat besar sehingga terbaca dari jarak yang diperkirakan (sekitar 10-15 lebar poster). Jika lebar poster 30 cm maka harus dapat terbaca dari jarak sekitar 3-4.5 meter.

2. Layout dibuat simple, tidak membingungkan pembaca. Pilih satu elemen kunci (huruf atau ilustrasi) sehingga pembaca dapat cepat menangkap pesan.
3. Masukkan informasi penting yang dibutuhkan pembaca, seperti tanggal, jam, tempat, harga tiket, kontak person, dan sebagainya
4. Ada satu elemen yang ditonjolkan (paling dominan), baik judul maupun ilustrasi, yang sekilas dapat menarik perhatian.
5. Memuat satu informasi paling penting dan ditonjolkan dengan ukuran, warna, atau value (kontras).
6. Memuat unsur seni yang sesuai dengan pesan atau informasi.
7. Ilustrasi foto hendaknya dipilih yang tidak lazim (unusual) dan bila perlu di-cropping agar lebih terlihat.
8. Huruf untuk poster sebaiknya tebal (bold), dengan warna-warna kontras sehingga mudah terlihat dari kejauhan. (ibid : 164)

Berikut adalah daftar jenis poster yang sudah banyak dikenal dalam masyarakat:

1. Jenis Poster Berdasarkan Isi

Poster dapat dibedakan berdasarkan isi yang dimuat di dalamnya. Informasi yang disampaikan dalam poster merupakan hal yang sangat penting dan menjadi hal yang paling ditonjolkan. Poster jenis ini menjelaskan mengenai sebuah informasi, bukan kegiatan. Adapun jenis poster menurut kategori ini di antaranya:

1. Poster niaga, yaitu poster yang dibuat dengan tujuan untuk menawarkan barang dan/atau jasa
2. Poster layanan masyarakat adalah poster yang memuat informasi untuk mengedukasi masyarakat secara umum tentang suatu hal. Misalnya poster tentang bahaya merokok atau poster tentang keluarga berencana (KB)
3. Poster kegiatan, merupakan media untuk memberitahukan tentang suatu kegiatan yang akan diselenggarakan
4. Poster pendidikan, yakni poster yang memiliki tujuan untuk mendidik masyarakat. Biasanya berhubungan dengan dunia pendidikan dan dipasang di sekolah-sekolah.

2. Jenis Poster Berdasarkan Tujuan

Penekanan pada jenis poster ini adalah pada tercapainya tujuan dari si pembuat poster. Berbeda dengan jenis sebelumnya yang lebih mengedepankan pada penyampaian informasi. Contoh dari jenis poster yang berdasar pada tujuan antara lain:

1. Poster kampanye adalah jenis poster yang mudah ditemukan menjelang pemilihan umum. Digunakan untuk menarik simpati masyarakat terhadap partai politik serta calon yang akan maju dalam pemilihan umum
2. Poster '*cheesecake*' adalah sebutan untuk poster yang digunakan untuk menarik perhatian dan minat publik. Misalnya seperti ajakan untuk menjadi penyanyi, artis, model, dan sebagainya
3. Poster film yaitu poster yang dibuat khusus untuk mempromosikan suatu film yang tengah ditayangkan di bioskop
4. Poster buku dan/atau komik memiliki pengertian yang sama dengan poster film. Kesamaan tersebut yaitu untuk mempopulerkan suatu buku atau komik yang dijual di toko buku
5. Poster propaganda yaitu poster yang berisikan kalimat yang bertentangan dengan pemerintahan berwenang. Pada masa penjajahan, jenis poster ini digunakan untuk meningkatkan semangat juang rakyat. Namun pada masa sekarang, poster propaganda dapat dikategorikan sebagai sebuah tindakan makar
6. Poster 'dicari' (dalam Bahasa Inggris poster '*wanted*') merupakan jenis poster memuat informasi penjahat yang tengah menjadi buronan, orang hilang, atau bahkan mengenai lapangan pekerjaan
7. Poster riset yaitu poster yang bertujuan untuk menginformasikan mengenai sebuah kegiatan riset. Sehingga dapat menarik minat para akademisi untuk datang dan meramaikan kegiatan tersebut
8. Poster afirmasi adalah poster yang bertujuan untuk memberikan motivasi kepada yang membaca, misalnya tentang kepemimpinan
9. Poster komersial memiliki pengertian yang sama dengan poster niaga, yaitu untuk mempromosikan suatu produk agar semakin dikenal masyarakat dan meningkatkan angka penjualan.

Pada dasarnya dalam merancang poster harus diperhatikan prinsip-prinsip dasar desain berikut ini :

1. Keseimbangan (*balance*)

Adalah pembagian sama berat, baik secara visual maupun optik. Komposisi desain dapat dikatakan seimbang apabila objek dibagian kiri dan kanan terkesan sama berat secara simetris atau setara (keseimbangan formal). Keseimbangan kedua adalah keseimbangan asimetris (*informal balance*), yaitu penyusunan

elemen-elemen desain yang tidak sama antara sisi kiri dan kanan namun terasa berimbang.

2. Tekanan (*emphasis*)

Dalam seni rupa, khususnya Desain Komunikasi Visual dikenal istilah *focal point*, yaitu penonjolan salah satu elemen visual dengan tujuan untuk menarik perhatian atau *point of interest*. Ada beberapa cara yang dapat dilakukan untuk menonjolkan element **visual dalam karya desain** :

- a. Kontras : objek yang dianggap penting dibuat berbeda dengan elemen-elemen lainnya
- b. Isolasi objek : focal point juga dapat diciptakan dengan cara memisahkan objek dari kumpulan objek-objek yang lain. Secara visual, objek yang terisolasi akan lebih menarik perhatian
- c. Penempatan objek : objek yang ditempatkan di tengah bidang akan menjadi *focal point*. Objek yang ditempatkan pada titik pusat garis perspektif juga akan menjadi fokus perhatian. Dalam karya desain komunikasi visual, khususnya desain publikasi, perlu ada satu aksentuasi atau penonjolan salah satu elemen dengan tujuan menarik perhatian pembaca. Elemen kunci ini sering disebut *stopping power* atau *eye catcher*

3. Irama (*rhythm*)

Irama adalah pola layout yang dibuat dengan cara menyusun elemen-elemen visual secara berulang-ulang. Irama visual dalam desain grafis dapat berupa repetisi dan variasi. Repetisi adalah irama yang dibuat dengan penyusunan elemen berulang kali secara konsisten. Sementara itu, variasi adalah perulangan elemen visual disertai perubahan bentuk, ukuran atau proporsi.

4. Kesatuan (*unity*)

Desain dikatakan menyatu apabila secara keseluruhan tampak harmonis, ada kesatuan antara tipografi, ilustrasi, warna dan unsur-unsur desain lainnya.

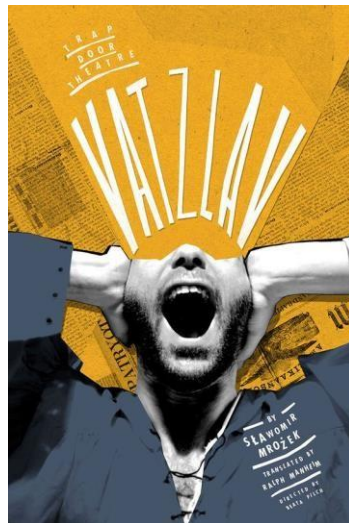
2.3.2 Pendekatan Visual dalam Poster

Poster sebagai media komunikasi memiliki gaya pendekatan, yang disesuaikan dengan pesan dan target sarasannya, agar komunikasi tersampaikan. Hal ini diperoleh dari hasil pengamatan dari sampling poster hasil dari observasi, dokumen review, pustaka, dan pendapat dari narasumber desainer grafis profesional. Pendekatan gaya visual ini dikonfirmasi oleh pendapat Bapak I. Koharudin Senior Desain Grafis, di perusahaan

Maximedia Mitratama Jakarta, menurut pengamatannya terdapat beberapa pendekatan gaya visual poster berdasarkan kaitan pesan verbal dan visual. Dibawah ini terdapat beberapa gaya pendekatan poster yang dinilai komunikatif dengan pendekatan berbeda sesuai pesan yang akan disampaikan.

a. Pendekatan Ekspresi

Visual yang ditampilkan menampilkan isi pesan yang akan disampaikan, pada contoh ini adalah poster dari kelompok *Trap Door Theater*, yang menampilkan cerita Vatzlav, yang menggambar cerita kehidupan seseorang yang penuh tekanan dari karya Stawomir Mrozek.

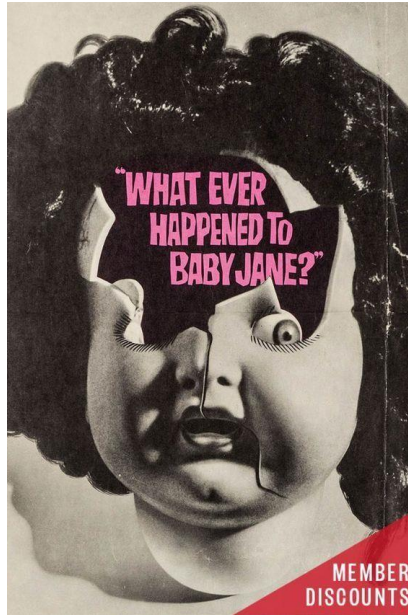


Gambar 2 : Poster pendekatan ekspresi (sumber : istimewa)

Penampilan foto hitam putih, latar belakang warna *ochre*, figure terlihat dengan mulut terbuka, seolah menyampaikan suara/pendapat/keinginan. Kedua mata yang hilang diganti kata “Vatzlav” dengan menggunakan tipografi yang lebar keatas seolah-olah suara teriakan.

b. Pendekatan Suspense

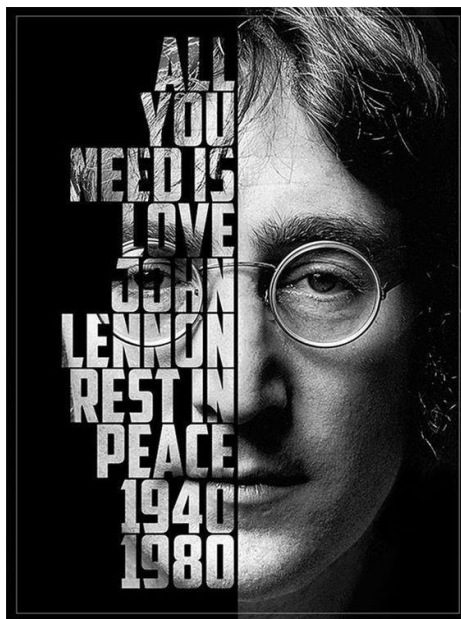
Adalah poster karya Mandy Morello . Dengan visual didominasi kepala boneka wanita dengan dahi yang rusak, rambut ikal yang utuh. Bola mata yang tersisa menambah suasana ketakutan. Visual hitam putih, tetapi ada penonjolan tipografi berwarna pink pada dahi menggunakan huruf display, seperti tulisan tangan.



Gambar 3 : Poster pendekatan suspens (sumber : istimewa)

c. Pendekatan Fotografis

Poster karya Martin Geller Text and Potrait , merupakan peringatan musisi rock legendaris John Lennon. Tampilan foto wajah hitam putih, dengan ciri khas kacamatanya. Detail *skin tone* terlihat sangat realistis, dengan pencahayaan dan jatuhnya bayangan membentuk profil tokoh menjadi sangat realistis. Pada sisi kanan wajahnya tertulis judul lagu dan nama serta tahun kematiannya.

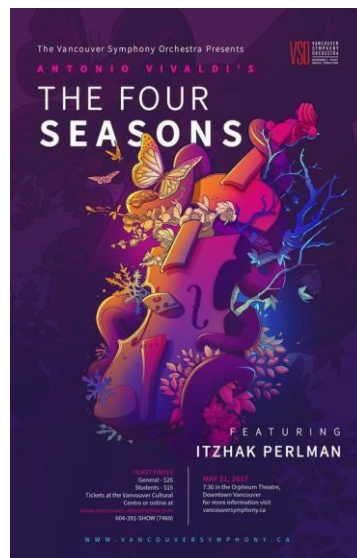


Gambar 4 : Poster pendekatan fotografis (sumber : istimewa)

Alignment tipografi yang rata kanan, memperkuat bentuk profil wajahnya, dan garis imajinernya tepat membelah tengah wajah. Sebuah karya poster yang memperkuat kenangan kebesaran pada tokoh tersebut.

d. Gaya Ilustrasi

Breannie Canis dari Canada, membuat poster untuk pagelaran musik klasik “*The Vancouver Symphony Orchestra*”. Menyajikan karya brilliant dari Antonio Vivaldi *The Four Seasons*. Breanni menggambar suasana empat musim yang menyelimuti biola. Digambarkan dengan teknik ilustrasi yang cantik sesuai dengan simpony-nya dalam nuansa warna ungu yang dominan, biru, pink, dan jingga yang menyatu. Poster ini sepenuhnya menggambar *Symphony Four Seasons* karya Vivaldi. Penempatan komposisi tipografi hanya dengan menggunakan satu family huruf sans serif saja, namun optimal yang berpadu apik dengan ukuran huruf dan warnanya. Sebuah karya poster yang sangat merepresentasi acara musik *symphony orchestra*.



Gambar 5 : Poster pendekatan ilustratif (sumber : istimewa)

e. Pendekatan Verbal

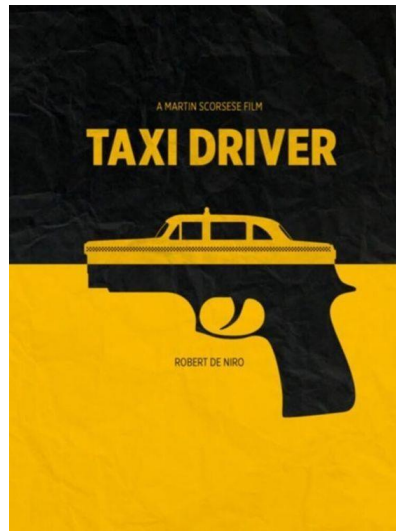
Poster anti *bullying* dari sebuah majalah keluarga “*Our Family World Magazine*”. *Copywriting* pada poster menggambarkan sikap yang tegas menolak *bullying* yang tengah terjadi pada kehidupan dari anggota keluarga mereka. Kalimat yang singkat tegas, disertai symbol *traffic sign* segi enam warna merah yang dikenal sebagai symbol larangan. Penggabungan tipografi computerized dipadu huruf seperti tulisan tangan bebas diatas papan tulis, memperkuat misi dari isi poster.



Gambar 6 : Poster pendekatan verbal (sumber : istimewa)

f. Gaya visual Negatif Positif

Taxi Driver adalah film pergulatan jiwa dari seorang sopir Taxi di New York, yang disisi lain dia mencoba menjalankan kehidupan yang jujur, sementara lingkungannya para birokrat, bebas berbuat kecurangan. Sebuah konflik kejiwaan yang dipernakan oleh bintang berkualitas Robert De Niro dan disutradarai oleh sutradara besar Martin Scorsese. Visual menggambarkan dengan jelas dua dunia yang kontras, diperkuat oleh dua visual yang menjadi property utama dalam film, yaitu siluet Taxi dan siluet pistol. Keduanya digabungkan menyatu satu sama lainnya menjadi objek tak terpisahkan. Gambaran yang sangat mewakili inti jalan cerita film.



Gambar 7: Poster pendekatan positif-negatif (sumber : istimewa)

2.3.3 Komunikasi Verbal dalam Poster

Menurut hasil diskusi dengan dosen sekaligus desainer grafis ; Ibu Dina Lestari, M.Ds Universitas Podomoro, dan Dwi Ramayanti, M.Sn, Institut Kesenian Jakarta, media visual komunikasi poster memiliki sejumlah elemen desain di dalamnya. Dalam perancangannya melalui pengolahan konsep kreatif yang terdiri dari konsep visual dan konsep verbal. Konsep visual adalah bagaimana memilih dan menetapkan gambar visual yang tepat, ilustrasi, fotografi, *vector*, tipografi, warna, komposisi, semua yang kasat mata sifatnya. Menetapkan tipe huruf yang akan digunakan, dari mulai dasar yaitu serif atau san serif, dengan karakter progresif, statis, plastis, klasik, modern dan sebagainya Huruf yang disusun menjadi kata, kata yang disusun menjadi kalimat, adalah hal yang sangat penting dalam komunikasi visual. Kalimat yang di “desain” sedemikian rupa menjadi alat untuk menarik perhatian pengamat poster, dalam dunia periklanan disebut dengan *copywriting*.

Poster sebagai media komunikasi memiliki banyak elemen atau unsur penunjang di antaranya adalah huruf. Sebagai sebuah proses komunikasi, desain memerlukan idiom-idiom yang efektif dalam menyampaikan makna dan substansi informasi terhadap komunikan. Idiom-idiom itu dinamakan huruf atau tulisan. Kemudian disusun dan dikomposisi menjadi kalimat yang terdiri dari kata. Tulisan/teks adalah sebuah ekspresi formal. Pengetahuan dan ilmu yang mempelajari disiplin seni dalam bentuk huruf yang disusun dalam sistem yang disebut Tipografi. Rangkaian huruf dalam kata atau kalimat

adalah makna yang mengacu kepada obyek atau gagasan, bahkan lebih jauh menjadi media ekspresi manusia. Bahasa yang kita kenal sekarang adalah hasil perkembangan sejarah. Hubungan manusia pun berjalan menjadi lancar dikarenakan adanya bahasa sebagai alat komunikasi. Dengan adanya perkembangan peradaban dan kebudayaan serta ilmu pengetahuan, terjadilah perubahan-perubahan besar dalam dunia komunikasi, diantaranya perkembangan tersebut sejalan dengan perkembangan media komunikasi dalam bentuk gambar atau bentuk bentuk visual. Tidak semua bentuk visual adalah tulisan, sebab untuk dikatakan sebagai kalimat, terlebih dahulu harus memenuhi persyaratan yang mempunyai makna dan arti. Komunikasi dinyatakan dengan bentuk-bentuk visual dan verbal dan penekanannya pada segi bentuk.

Dalam tingkat ini mulai dikenal komunikasi yang digambarkan dengan simbol-simbol. Jadi tulisan bunyi adalah adalah suara atau kumpulan suara yang digambarkan, tidak seperti halnya pada Ideografi yang menggunakan gambar dengan kemungkinan memiliki arti lebih dari satu, karena manusia memiliki nalar untuk berinterpretasi terhadap gambar. Pada saat ini terjadi hubungan antara bahasa tulisan dengan visual yang kemudian menjadi satu, sehingga bahasa tulisan merupakan perwujudan atau ungkapan dari visual atau sebaliknya.

Pada sebuah komposisi poster kata kemudian dikelompokkan sesuai dengan fungsinya sesuai dengan jenjang / hirarki informasi yang akan disampaikan, seringkali untuk memperkuat komunikasi disertakan gambar. Rangkaian komposisi teks bentuk verbal dalam poster memiliki hirarki, terdiri dari *headline*, *subheadline* dan *body text*. Namun karena poster adalah media informasi yang dibaca hanya sesaat, maka perlu pertimbangan agar teks verbal tidak terlalu banya digunakan dalam poster. *Headline* adalah pengantar informasi. *Headline* juga dapat menjadi daya tarik dan perhatian pembaca sehingga terfokus pada berita yang akan disampaikan. Umumnya, *headline* menggunakan ukuran huruf yang lebih sebagai pengantar dari berita poster.

2.4 Target Sasaran

Masih banyak orang yang salah mengartikan tentang pembagian jenjang umur sesuai generasinya. Sebagian besar masyarakat menganggap semua remaja merupakan generasi millennial. Namun menurut Aulia Adam dari tirto.id (28/4/17) Generasi

Milenial, yang juga punya nama lain Generasi Y, adalah kelompok manusia yang lahir di atas tahun 1980-an hingga 1997. Mereka disebut milenial karena satu-satunya generasi yang pernah melewati milenium kedua sejak teori generasi ini disampaikan pertama kali oleh Karl Mannheim pada 1923 melalui esainya yang berjudul “The Problem of Generation.” (Mannheim, 1923) berdasarkan teori Mannheim, (Quipper.id 3/4/2019) para sosiolog di Amerika Serikat akhirnya membagi manusia ke dalam beberapa generasi, yakni:

- a) Generasi Era Depresi (1920-1938 (100-80 tahun))
- b) Generasi Perang Dunia II (1939-1945 (81-75 tahun))
- c) Generasi Pasca-PD II / Baby Boomer (1946-1964 (74-56 tahun))
- d) Generasi X (1965-1980 (55-40 tahun))
- e) Generasi Y (milenial) (1981-1995 (39-25 tahun))
- f) Generasi Z (1996-2010 (24-10 tahun))
- g) Dan yang terbaru saat ini adalah Generasi Alpha

Target sasaran poster ini adalah generasi Z. Sejauh ini Generasi Z dikenal sebagai karakter yang lebih tidak fokus dibandingkan dengan generasi milenial, tapi lebih serba-bisa; lebih individual, lebih global, berpikiran lebih terbuka, lebih cepat terjun ke dunia kerja, lebih wirausahawan, dan tentu saja lebih ramah teknologi. (Tirto.id 28/4/17) berikut beberapa sikap generasi Z menurut (Stillman & Stillman, 2018):

1. Figital:

Figital merupakan penggabungan dari kata physical & digital atau dalam dunia maketing merupakan salah satu cara untuk menghubungkan dunia digital dengan dunia nyata. Ini adalah cara terbaik untuk memuaskan tuntutan konsumen, hyper-connected, untuk memenuhi kebutuhan mereka melalui berbagai platform. Generasi Z hidup di dunia baru di mana kemajuan teknologi yang sangat pesat, penghalang antara fisik dan digital sudah dihilangkan. Itulah yang disebut Figital. Menurut riset dari Wan Ulfa Nur Zuhra (Tirto,id 2/8/17) 14,4 % menjawab televisi sebagai sumber akses utama informasi. Sedangkan 83,6% memperoleh informasi dari internet, dan hanya 1,7 % yang membaca koran. Salah satu alasan utama generasi ini memilih sumber informasi adalah kemudahan akses. Mereka bukan generasi yang mau repot-repot datang ke agen koran atau duduk di kursi dan membolak-balik lembar koran. Mereka ingin bisa

mengakses berita dengan posisi masih di atas kasur, memeluk guling, memakai selimut, dan menggenggam ponsel.

2. Hiper-Kustomisasi:

Hiper-Kustomisasi merupakan penggunaan data untuk menyediakan produk, layanan, dan konten yang lebih personal dan bertarget. Melalui aktifitasnya melalui gadget, kami dapat memanfaatkan data ini untuk mendorong pengalaman pelanggan yang dipersonalisasi di seluruh perjalanan pembeli sangat penting untuk mencapai hiper-kustomisasi. Generasi Z selalu berusaha untuk menyesuaikan identitas mereka dan melakukan kustomisasi agar dikenal dunia. Kemampuan mereka untuk mengustomisasi segala sesuatu menimbulkan ekspektasi bahwa perilaku dan keinginan mereka sudah sangat akrab untuk dapat dipahami. Nama jabatan, jalur karir, salah satunya. Hal ini memunculkan tekanan yang cukup sulit bagi dunia kerja yang notabene terfokus untuk bersikap adil dan memberikan perlakuan sama bagi semua orang. Sejumlah 56% dari mereka memilih membuat uraian pekerjaan sendiri daripada diberikan deskripsi yang sudah umum.

3. Realistis:

Realistis adalah kondisi dimana seseorang merasa sudah tidak harus berpegang terhadap prinsip dasar atau bersikap nyata dan tidak terlalu banyak menuntut. Generasi Z sudah mengalami masa krisis berat sejak dini dimana hal ini membentuk pola pikir pragmatis dalam merencanakan dan mempersiapkan masa depan. Dengan sifat tersebut, lebih baik selalu bersikap realistis terhadap apa saja yang perlu dilakukan oleh Gen Z untuk bertahan atau bahkan terus maju.

4. FoMO:

Fomo merupakan singkatan dari Fear of Missing Out. Artinya Gen Z ini merupakan generasi yang sangat takut ketinggalan informasi atau berita apapun. Mereka selalu menjadi yang terdepan dalam trend dan kompetisi. Namun, kabar buruknya mereka selalu khawatir jika mereka bergerak kurang cepat dan tidak menuju arah yang benar.

5. *Weconomist*:

Weconomist atau ekonomi berbagi adalah fenomena dimana individu dapat meminjam atau menyewa aset milik orang lain. Gojek hingga Airbnb sebagai

salah satu contoh bahwa Gen Z hanya mengenal dunia dengan ekonomi berbagi. Weconomist ini digemari karena sebagian besar masyarakat hanya membutuhkan pengalaman dari produk tersebut bukan membutuhkannya (medium.com 1/12/17)

6. DIY:

DIY atau Do It Yourself merupakan kegiatan dimana seseorang melakukan atau membuat berbagai kebutuhannya sendiri. Gen Z yang tumbuh dengan dunia internet khususnya youtube yang dapat mengajari mereka melakukan apa saja. Gen Z sangat mandiri dan akan berbenturan dengan budaya kolektif yang sebelumnya diperjuangkan oleh generasi Millennials.

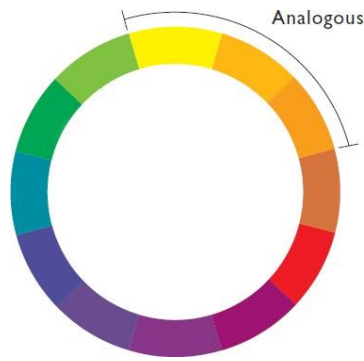
7. Terpacu:

Terpacu merupakan sebuah aksi yang ditimbulkan dari sebuah perangsang atau pemantik agar seseorang melakukan sesuatu salah satu pemacunya ialah Gen Z meyakini adanya pemenang dan pecundang. Resesi yang membuat pendahulu mereka goyah serta laju perubahan yang sulit dikejar, tidak mengherankan Gen Z menjadi generasi yang terpacu. Gen Z siap dan giat dalam berkompetitif, dan ini tidak dimiliki generasi terdahulu. Sejumlah 72% menyatakan bahwa mereka kompetitif terhadap orang yang melakukan pekerjaan sama.

Menurut hasil wawancara dengan kordinator MK Anti Korupsi, Ibu Alfikalia, M.Psi, tugas poster ini wajib diunggah di sosial media masing-masing mahasiswa, tujuannya agar pesannya bisa sampai ke follower atau target audience-nya yaitu kalangan muda.

2.5 Teori Warna

Menurut Landa (2014:23) dalam bukunya yang berjudul "*Graphic Design Solutions*" pemahaman dasar mengenai teori warna lebih mudah dipahami menggunakan sebuah *color wheel*, karena warna dasar pada *color wheel* adalah warna primer merah, biru dan kuning. Pada *color wheel* terdapat istilah *analogous color* yaitu skema warna yang menggunakan tiga warna berdekatan, oleh karena itu *analogous color* menjadi palet warna yang harmoni. Dalam *analogous color* salah satu warna dapat menjadi dominan dan warna lainnya menjadi warna pendukung.



Gambar 8 : Analogous color

(Sumber: Buku “Graphic Design Solutions”)

Dalam penggunaan warna perlu diperhatikan citra apa yang ingin kita bangun dalam desain, setiap warna memiliki karakter dengan sifat yang berbeda pula, bahkan pada tiap negara memiliki makna warna yang berbeda-beda. Menurut Munsell, warna merupakan elemen paling penting dalam semua lingkup disiplin seni rupa, bahkan secara umum warna merupakan bagian penting dari segala kehidupan manusia. Karena begitu penting peranan warna bagi manusia, warna sering kali dipakai sebagai unsur elemen estetis, warna sebagai representasi dari alam, tidak kalah pentingnya warna sebagai media komunikasi, dan sebagai alat untuk mengekspresikan diri.

1. Warna sebagai estetika

Di sini warna mempunyai fungsi ganda dimana bukan hanya aspek keindahan saja namun sebagai elemen yang membentuk diferensial atau perbedaan antara suatu objek dan objek lainnya.

2. Warna sebagai representasi dari alam

Warna dalam hal ini lebih mengacu pada sifat alami dari objek tertentu misalnya padat, cair, jauh,dekat dll

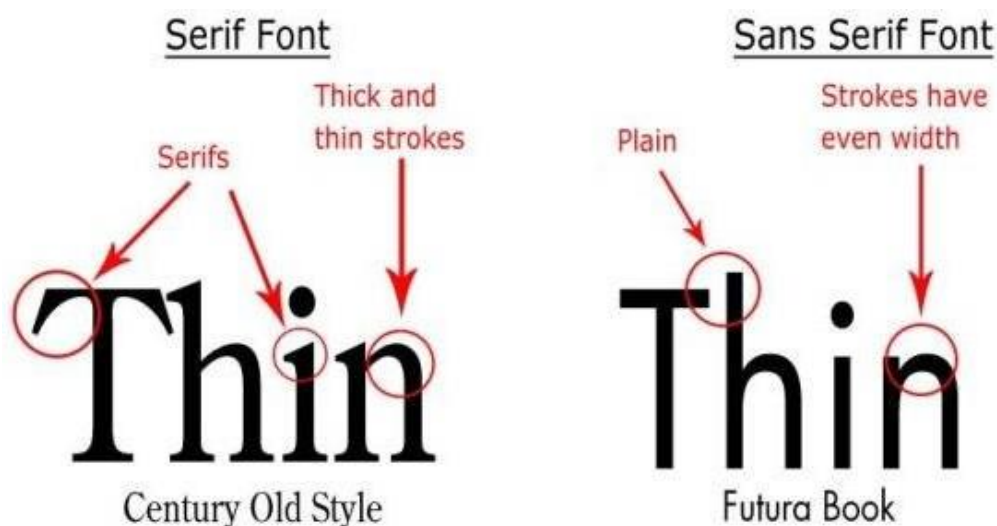
3. Warna merupakan lambang sebuah tradisi atau pola tertentu. warna sebagai komunikasi sering kali dapat kita lihat dari objek-objek seperti bendera, logo perusahaan, fashion dll. Selain itu menurut (Holtzschue, 2012) warna juga dapat mempengaruhi psikologi seseorang:

Warna juga merupakan sebuah perwakilan atau bahkan sebuah obyek pengganti bahasa formal dalam mengkomunikasikan sesuatu misalnya: merah perlambang

kemarahan, patriotisme, seksualitas. Kemudian putih sebagai perlambang kesucian, kebersihan, kebaikan dll.

2.6 Teori Tipografi

Tipografi dalam hal ini huruf yang tersusun dalam sebuah alfabet merupakan media penting dalam komunikasi visual. Media yang membawa manusia mengalami perkembangan dalam cara berkomunikasi. Komunikasi yang berakar dari simbol-simbol yang menggambarkan sebuah objek (*pictograph*), berkembang menjadi simbol-simbol yang merepresentasikan gagasan yang lebih kompleks serta konsep abstrak yang lain (*ideograph*). Kemudian berkembang menjadi bahasa tulis yang dapat dibunyikan dan memiliki arti (*phonograph*-setiap tanda atau huruf menandakan bunyi). Bentuk/rupa huruf tidak hanya mengidentifikasi sebuah bunyi dari suatu objek. Bentuk/rupa huruf tanpa disadari menangkap realitas dalam bunyi. Lebih dari sekedar lambang bunyi, bentuk/rupa huruf dalam suatu kumpulan huruf (*font*) dapat memberi kesan tersendiri yang dapat mempermudah khalayak menerima pesan atau gagasan yang terdapat pada sebuah kata atau kalimat. Selain itu huruf memiliki makna yang tersurat (pesan/gagasan) dan makna yang tersirat (kesan). Selain itu pengaruh perkembangan teknologi digital yang sangat pesat pada masa kini membuat makna tipografi semakin meluas. Menurut Rustan (2001:16) tipografi dimaknai sebagai “segala disiplin yang berkenaan dengan huruf”.



Gambar 9 : Serif and San Serif Font (sumber : istimewa)

2. 6.1 *Font Serif*

Font serif adalah font yang memiliki lengkungan atau ekor pada ujung tiap-tiap hurufnya. jenis ini berperan besar untuk menciptakan desain yang unik dan tidak monoton. Biasanya, *font serif* lebih banyak digunakan untuk font judul atau headline pada sebuah situs. Hal ini karena font serif akan lebih baik dan menarik dalam ukuran besar. Namun, beberapa *web designer* ada yang lebih suka memakainya untuk font isi konten.

2.6.2 *Font Sans Serif*

Sans-serif adalah kebalikan dari *serif*. *Font sans-serif* adalah *font* yang tidak memiliki ekor pada ujung tiap-tiap hurufnya. *Sans-serif* memberikan kesan formal dan sederhana pada pembaca. Font sans-serif biasa digunakan untuk font isi konten karena lebih memberikan kenyamanan saat dibaca. Sangat jarang *website* yang menggunakan serif untuk font pada konten.

2.6.3 Penekanan Pada Teks, Jenis Huruf, Ukuran dan Karakter

Penekanan pada teks tertentu adalah hal yang lumrah untuk sebuah bacaan. Biasanya, untuk menekankan sebuah teks digunakan ***bold***, *italic* dan *underline*, yang paling adalah relatif, tergantung pada jenis teks yang ditekankan. *Bold* memiliki kesan yang lebih mendalam, disusul oleh *underline*, kemudian *italic*. Namun, teks apapun yang anda tekankan jangan pernah menggunakan 2 style sekaligus. Perlu dipahami dalam menentukan jenis huruf dan ukuran yang cocok, banyak sumber yang menyarankan ukuran untuk karakter bagian isi naskah adalah 9 – 12 poin. Sedangkan 14 poin ke atas adalah ukuran untuk *display type* yang biasanya digunakan sebagai judul dan di bawah 9 poin adalah ukuran untuk *caption* atau *body text*. namun akan lebih baik bila kita melakukan survey sebelum menerapkannya dalam desain dengan membuat *dummy* dari beberapa alternatif.

Karakter dalam tipografi adalah sejumlah acuan untuk menentukan *point size*, *letter spacing*, *words spacing*, *leading* serta *kerning*, atau acuan jarak antara huruf/karakter, untuk menjaga keterbacaan. Sebaiknya semakin kecil ukuran huruf, jarak antara huruf makin diperbesar begitu pula sebaliknya. Sedangkan *word spacing* adalah jarak antar kata. Sebaiknya *word spacing* mengikuti jarak *letter spacing*. Making *lebar letter*

spacing makin lebar pula *word spacing*. *Word spacing* harus diatur untuk menghindari terjadinya *river*, yaitu efek seperti aliran sungai yang dibentuk karena *word spacing* yang tidak konsisten, hal ini dapat mengganggu kenyamanan membaca.

Untuk *leading* atau jarak antar baris yang terpenting dalam menentukan besarnya adalah jangan sampai *descender* huruf di baris atas berhimpit dengan *ascender* huruf dibawahnya. Lebar paragraf juga mempengaruhi besar *leading*. Semakin besar paragraf semakin besar juga ukuran *leading*-nya. Biasanya untuk *leading bodytext* ditambahkan 2 poin dari ukuran huruf yang digunakan misalnya ukuran huruf 10 poin maka *leading* nya 12 poin (ditulis sebagai 10/12). Untuk *solid leading* digunakan bila besar *leading* sama dengan huruf (10/10) dan minus *leading* bila ukuran *leading* lebih kecil daripada huruf (10/8).

Lebar paragraf ditentukan oleh ukuran huruf. Banyak teori yang dapat dijadikan acuan dalam menentukan lebar paragraf. Antara lain menganjurkan 8 – 12 kata per baris. Josef Muller-Brockmann mengajukan teori 7-10 kata perbaris. Timothy Samara dalam bukunya mengajukan formula: bila huruf-huruf kecil (dari font yang akan digunakan) dideretkan a-z tanpa spasi, lalu ukuran panjang deretan itu dikalikan satu setengah maka hasilnya adalah lebar paragraf ideal untuk jenis huruf tersebut. Secara keseluruhan kenyamanan membaca dalam satu lebar paragraph apabila panjang kata tidak melebihi 70 karakter.

2.7 Poster Sebagai Bentuk Tugas MK Anti Korupsi

Tugas merancang poster untuk kampanye memberantas korupsi adalah inovasi yang dilakukan agar upaya pemberantasan korupsi di bidang pendidikan tidak mengalami keusangan. Selain juga untuk mengukuhkan posisi Universitas Paramadina sebagai panutan dan *leader* dalam upaya pemberantasan korupsi di Indonesia melalui pendidikan. Sejak tahun 2008 sudah banyak yang dilakukan oleh Universitas Paramadina untuk menguatkan pendidikan anti-korupsi ini diluar aktivitas formalnya seperti; melibatkan mahasiswa untuk menggunakan media sosial, melaksanakan *living value in action* yang melibatkan seluruh mahasiswa dan himpunan mahasiswa, debat anti-korupsi, lomba essay dan sebagainya

Untuk itu sejak tahun 2015 pendidikan antikorupsi melakukan inovasi baru yaitu membuat gerakan antikorupsi berbasis seni yaitu poster. Poster relatif mudah untuk dibuat oleh siapapun, karena adanya kebebasan secara teknis dalam pembuatan. Poster mampu menggambarkan keinginan, kemauan dan tujuan diadakannya tanpa banyak penafsiran. Poster mempunyai sisi artistik yang tinggi dan membuat mudah untuk diapresiasi oleh siapapun. Oleh sebab itu Festival Poster ini diharapkan akan menjadi embrio gerakan anti-korupsi yang kuat sekaligus artistik yang menunjukkan kebesaran budaya masyarakat Indonesia. Bentuk tugas berupa festival poster, namun bukan berupa perlombaan yang mencari pemenang, namun merupakan sebuah ekspresi bersama yang menyuarakan antikorupsi. Diharapkan dengan festival ini akan ada semangat lain dari seluruh lapisan masyarakat dalam menyuarakan pendapat dan curahan hatinya secara artistik. Dengan upaya yang berbudaya ini diharapkan gerakan ini akan terdokumentasi sehingga langgeng, kuat dan abadi.

Tugas merancang poster adalah gerakan awal kampanye berbasis artistik, adalah satu inovasi dan keinginan Universitas Paramadina adalah membuat gerakan nasional anti korupsi yang berbasis seni, yang dimulai dengan festival poster ini di kampus paramadina. Selanjutnya akan dilakukan gerakan serupa untuk kampus-kampus di seluruh Indonesia serta membuka kemungkinan seni lain selain poster untuk bisa berkontribusi dalam gerakan anti korupsi, seperti; tari, teater, puisi, lagu, dan sebagainya. Untuk memwadahi hal tersebut Universitas Paramadina menggagas satu entitas yang diharapkan dapat menjadi motor gerakan ini yaitu NACAM atau *national anti-corruption art movement*.

Standar poster yaitu :

1. Ukuran poster adalah A1 atau 59,4 X 84,1 cm (posisi portrait)
2. Ada bidang untuk logo Paramadina, logo NACAM, nama kegiatan dan nama-nama pembuat poster
3. Teknik pembuatan poster bebas (gambar manual atau digital, foto, kolase, berwarna, hitam putih, dsb)
4. Frame poster sesuai dengan ukuran poster dengan ketebalan frame 2 cm dengan lapisan plastik kaca
5. Tema poster : **“Teriakan suara hati kepada korupsi”**
6. Poster dikerjakan secara kelompok, sesuai dengan kelompok Investigasi yang sudah dibentuk di masing-masing kelas

7. Setiap kelompok membuat 1 poster (lebih dari 1 poster akan membuat festival ini akan semakin semarak)

Setiap kelompok wajib menyertakan data digitalnya (standar file untuk cetak), selanjutnya data digital dapat digunakan untuk pameran atau kerjasama dengan pihak lain untuk memperluas syiar anti-korupsi

Teknik perancangan poster bebas, mahasiswa bisa memilih sebagai berikut :

1. Teknik gambar manual & digital
2. Teknik fotografi dan tipografi
3. Teknik kolase dari potongan kertas & majalah

Poster tersebut akan dipresentasikan dan dipamerkan di dalam kampus, tidak menutup kemungkinan bila ingin dipamerkan diluar kampus. Selain itu mahasiswa dianjurkan untuk menyebarkan poster tersebut melalui social media yang mereka miliki agar gaung kampanye gerakan anti korupsi lebih luas jangkauannya.

Berdasarkan hasil *focus group discussion* dengan tiga orang mahasiswa prodi DKV, Nataya (2016) dosen membagi kelas menjadi beberapa kelompok dengan program studi yang berbeda-beda, dengan jumlah sekitar 4-5 orang mahasiswa. Mereka kemudian melakukan *brain storming* dan membagi-bagi tugas, ada yang mengkonsep, mengetik laporan pengantar poster, eksplorasi visual, mencari teks, dan eksekutor visual. Poster ini nantinya akan dicetak dan dipamerkan di kampus selain di-up load di social media masing-masing. Target sasaran poster ini secara khusus adalah civitas academica karena akan dipamerkan di kampus, secara umum sasaran poster ini untuk kaum muda mengingat bahwa poster ini akan diunggah di social media masing-masing mahasiswa untuk menyerukan gerakan anti korupsi.

Penilaian poster sendiri menurut Ibu Alfikalia, M.Psi diserahkan ke dosen masing-masing, briefing tugas poster sendiri lebih ke pedoman teknis dan persyaratan, namun tidak ke penilaian. Mengingat bahwa tidak semua dosen MK Anti Korupsi berasal dari prodi desain, maka penilaian poster lebih ke rasionalitas ide, dan apakah idenya bisa dipahami atau tidak. Para dosen tidak terlalu berekspektasi tinggi terhadap visual poster karena tidak semua mahasiswa MK Anti Korupsi itu adalah mahasiswa prodi desain yang “jago” merancang visual, yang penting pesannya sampai, visual menarik adalah nilai tambah. Dia menyarankan adanya point-point indikator penilaian poster

khususnya untuk MK Anti Korupsi yang mudah dipahami dan diaplikasikan oleh dosen yang bukan dari prodi desain atau umum sekalipun.

Dibawah ini adalah beberapa tugas poster kampanye anti korupsi karya mahasiswa Universitas Paramadina yang terbaik dan memiliki nilai antara B+ dan A, antara tahun 2015-2018. Tidak ada keterangan nama mahasiswa di tugas poster ini karena dosen-dosen kesulitan untuk mencari datanya, nama mahasiswa yang ada hanya tertera di dalam poster tersebut.



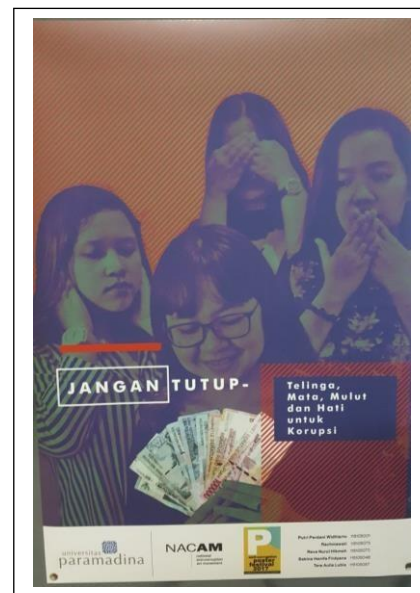
Gambar 10 : Poster 1 (sumber : pribadi)



Gambar 11: Poster 2 (sumber : pribadi)



Gambar 12: Poster 3 (sumber : pribadi)



Gambar 13: Poster 4 (sumber : pribadi)



Gambar 14: Poster 5 (sumber: pribadi)



Gambar 13: Poster 4 (sumber: pribadi)



Gambar 14: Poster 5 (sumber : pribadi)



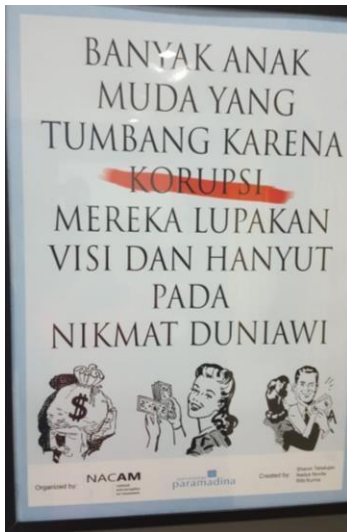
Gambar 15: Poster 6 (sumber : pribadi)



Gambar 16: Poster 7 (sumber : pribadi)



Gambar 17: Poster 8 (sumber : pribadi)



Gambar 18: Poster 9 (sumber : pribadi)



Gambar 19: Poster 10 (sumber : pribadi)



Gambar 20 : Poster 11 (sumber : pribadi)



Gambar 21: Poster 12 (sumber : pribadi)

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode penelitian dalam penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, akan diurai melalui data dan gambar serta penjelasan tentang berbagai hal yang berkaitan dengan kriteria dan elemen poster. Hal ini akan dijadikan rujukan dalam bahan ajar merencana/Studio DKV dan Mata Kuliah Anti Korupsi. Sesuai dengan sifat metode penelitian ini, dimana data dan fakta diperoleh dari sejumlah referensi, termasuk wawancara kepada narasumber. Agar data yang diperoleh maksimal, maka pendekatan kualitatif dengan sifat sumber data adalah situasi yang wajar atau natural setting. Data dan fakta yang ditemukan di lapangan di verifikasi, baik dengan pendekatan emic maupun epic. Emic dimaknai sebagai sumber data bersandar pada hasil wawancara dari narasumber, sedangkan pendekatan epic lebih menekankan sumber data dari sejumlah referensi baik dari buku, jurnal, teks book dan lainnya. Pendekatan estetik, juga dilakukan untuk mengidentifikasi kriteria dan elemen poster, dengan melihat unsur visual dan pesan verbalnya.

3.2 Subjek, Sumber Data dan Lokasi Penelitian

Berbagai sumber penelitian dan teknik pengumpulan data yang digunakan merupakan bagian dari unsur yang ada pada karakteristik penelitian kualitatif. Tim peneliti melakukan wawancara secara mendalam kepada Dosen MK Anti Korupsi, dan tiga orang desainer professional agar didapat data yang dapat dijadikan referensi peneliti dalam melakukan analisa komunikasi visual poster dan pesan verbalnya. Lokasi penelitian dilakukan di daerah Jakarta, khususnya di Universitas Paramadina, beberapa sumber referensi di dapatkan dari perpustakaan. Dalam pengelolaan hasil data penelitian disebutkan oleh Sugiyono (2007:305) bahwa ada dua hal yang mempengaruhi langsung dari kualitas hasil penelitian yaitu: kualitas instrument penelitian dan kualitas pengumpulan data. Dalam penelitian kualitatif yang menjadi instrument atau alat penelitian adalah peneliti sendiri.

Pada pelaksanaan penelitian, menggunakan teknik observasi secara *depth interview*, dengan maksud untuk dapat menggali lebih dalam hal atau nilai lain yang dapat digali dari sebuah poster. Data yang didapat sangat penting untuk mendapat pemahaman

tentang konteks yang diteliti, memungkinkan peneliti untuk bersikap terbuka, berorientasi pada penemuan dari pada pembuktian. Teknik dan tata cara berkomunikasi dan berinteraksi selama penelitian dilakukan pula dengan melakukan wawancara tidak langsung, yakni melalui media *video confrence*, dan Whasap agar data yang didapat semakin optimal. Karena dalam sebuah penelitian, kekuatan dalam mendapatkan data untuk analisa adalah salahs atunya dengan teknik wawancara. Dalam sebuah definisi disebutkan bahwa wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang utama dalam penelitian kualitatif, melalui wawancara dapat dilakukan kegiatan percakapan langsung dengan responden dan hal tersebut diperkuat oleh Sugiyono (2007) bahwa: “Wawancara adalah merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.”

3.3 Studi Dokumentasi dan Literatur

Salah satu hal penting dalam penelitian adalah dokumentasi. Dokumentasi tidak hanya bersifat merekam dan mendata gambar/visual, namun juga menempatkan diri sebagai sumber utama dalam penelitian. Dokumentasi dapat dikatakan sebuah cara menghimpun berbagai informasi berupa catatan- catatan, laporan, arsip dan peristiwa yang terekam, yang berhubungan dengan kegiatan yang diteliti kemudian menganalisisnya. Tujuannya adalah mendukung dan melengkapi data dan informasi yang dikumpulkan melalui observasi dan wawancara. Studi dokumentasi yang dilakukan pada penelitian ini berupa pendokumentasian poster-poster dan pameran lukisan yang memiliki relasi dengan komunikasi visual dan nilai estetika dalam poster.

Studi literatur adalah usaha untuk menambah wawasan pengetahuan peneliti, dengan cara mencari, menemukan, membandingkan dan menjadikan teori dan latar belakang yang ditemukan menjadi pendukung data penelitian pada kajian komunikasi visual dan konsep verbal poster. Sumber data literasi terdiri dari buku, jurnal, hasil penelitian, Skripsi, Tesis, Disertasi, artikel, majalah, ensiklopedi, kamus, dan internet. Tujuan dilakukannya studi literatur dimaksudkan untuk mengetahui data referensi yang dapat dijadikan acuan dalam pelaksanaan penelitian, sedangkan fungsi studi literatur adalah memberikan argumentasi yang kuat yang dapat dijadikan dasar-dasar teori terhadap penelitian, memotivasi peneliti untuk mencari dan mendapatkan hasil penelitian yang valid dan berkualitas, sebagai bahan pijakan, penuntun dan mengarahkan peneliti

kepada fokus permasalahan yang ditelitinya. Dalam penelitian ini penulis menggunakan sumber pustaka dari buku, jurnal, dan hasil penelitian.

3.4 Analisis Data

Setelah data diperoleh melalui observasi, wawancara, studi dokumentasi serta studi literatur dan terkumpul dari berbagai sumber, yang telah dilakukan dalam waktu yang hampir satu tahun atau dua semester, penulis memperoleh data kualitatif. Selanjutnya dilakukan analisis data, namun dalam proses analisis data penelitian kualitatif belum menemukan pola yang jelas sehingga tentunya mendapatkan kendala, hal inipun dikemukakan pula oleh Nasution dalam Sugiyono (2007:334) bahwa : ‘Melakukan analisis adalah pekerjaan yang sulit, memerlukan kerja keras. Analisis memerlukan daya kreatif serta kemampuan intelektual yang tinggi. Tidak ada cara tertentu yang dapat diikuti untuk mengadakan analisis, sehingga setiap peneliti harus mencari sendiri metode yang dirasakan cocok dengan sifat penelitiannya. Bahan yang sama bisa diklasifikasikan lain oleh peneliti yang berbeda.’

Langkah-langkah analisis data dimulai dari reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (verifikasi) :1. Reduksi Data ; Data yang dikumpulkan dari berbagai macam teknik diatas (wawancara, observasi, studi dokumentasi dan studi literatur) diolah dan dianalisis untuk mendapatkan informasi yang berkenaan dengan tujuan penelitian, dimulai dari membaca dan mempelajari, merangkum, kemudian membuat abstraksi dari keseluruhan data menjadi bagian yang inti. Tujuannya agar lebih memudahkan, memperjelas, terarah, data memberikan gambaran lebih tajam, dan mempermudah peneliti untuk mencari data bila diperlukan. 2. Display Data; Pada tahap ini peneliti mengelompokan data dengan membuat keterangan-keterangan yang lengkap dan sistematis terhadap temuan yang ada, sehingga menghasilkan tema, kesimpulan yang tepat dan jelas. Tujuannya adalah agar data mudah dibaca dan diolah lebih lanjut oleh peneliti. Analisa penilaian poster dibantu dengan table yang berisi poin-poin penilaian poster yang dirangkum berdasarkan prinsip-prinsip dasar desain secara visual dan berdasarkan non visual atau verbal. Penilaian poster ini bertujuan sebagai pedoman penilaian tugas poster khususnya untuk MK Anti Korupsi, namun bisa diaplikasikan dalam poster apapun secara umum.

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Hasil Penilaian Poster

Dari total dua belas poster yang didapatkan berdasarkan kriteria nilai terbaik, penulis pilih kembali menjadi enam buah poster yang akan dianalisa di penelitian ini, dengan pertimbangannya adalah :

1. Output poster sesuai dengan brief tugas
2. Terdapat logo UPM dan Nacam
3. Nilai terbaik

Untuk memudahkan penilaian dalam menganalisa komunikasi visual dan konsep verbal poster penulis merinci penilaian melalui table yang berisi poin-poin penilaian visual dan verbal. Penekanan penilaian visual dideskripsikan berdasarkan prinsip-prinsip dasar dalam desain, dan pendekatan gaya visual poster tersebut. Sedangkan penilaian non visual yaitu secara verbal, yaitu penilaian berdasarkan keterkaitan teks dengan visual posternya.

Point penilaian terdiri dari skala 1-5, dengan skala “kurang sekali” sampai dengan “baik sekali”, untuk memudahkan penilaian. Namun untuk pendekatan gaya visual penulis membuat tabel kriteria penilaian sendiri dengan menyediakan kolom centang bagi pendekatan gaya visual yang paling sesuai dengan poster yang dianalisa. Jumlah centang dalam kriteria penilaian pendekatan gaya visual poster boleh lebih dari satu, mengingat bahwa kadang dalam sebuah poster terdiri dari beberapa kecenderungan pendekatan gaya. Berikut adalah table penilaian poster :

TABEL PENILAIAN KARYA VISUAL POSTER

Skala Penilaian :

1 = Kurang Sekali

2 = Kurang

3 = Cukup

4 = Baik

5 = Baik Sekali

I. VISUAL						
A	TIPOGRAFI	1	2	3	4	5
1	Keterbacaan Kalimat (perpaduan warna huruf dengan background dan kerapatan huruf)					
2	Anatomi dan Karakter huruf (Karakter huruf sesuai dengan Isi pesan poster)					
3	Ukuran Huruf (Proporsi ukuran huruf dengan bidang poster)					
B	WARNA					
1	Warna pada objek gambar					
2	Warna pada background					
3	Komposisi warna keseluruhan (gambar, huruf, background dan elemen lainnya)					
C	FOTOGRAFI / ILUSTRASI					
1	Kesesuaian visual fotografi/ilustrasi dengan teks <i>headline</i>					
2	Kualitas fotografi/ilustrasi					
3	Tata krama/etika fotografi/ilustrasi					
D	KOMPOSISI					
1	Aspek harmoni antar seluruh elemen rupa; (tipografi, fotografi/ilustrasi , warna dan tata letak, dll)					
2	Keseimbangan antar elemen rupa (tidak berat sebelah)					

E. PENDEKATAN VISUAL

Gaya visual yang sesuai dengan pesan dan target sarannya (mohon diberi tanda X, boleh lebih dari satu)

Poster No :	Ekspresif	Suspense	Fotografi	Ilustrasi	Verbal	Positif/ Negatif
1						
2						
3						
4						
dst						

II. NON VISUAL/VERBAL		1	2	3	4	5
1	Keselarasan teks/bahasa dengan gambar					
2	Tata bahasa					
3	Tata karma/etika bahasa					

Hasil dari penilaian berdasarkan table ini akan diketahui bagaimana kualitas visual poster, dan bagaimana keterkaitan antara unsur visual dengan pesan verbal atau teksnya.

4.2 Pemilihan Poster

Penulis memilih enam poster dari duabelas poster terbaik dari kelas. Enam poster tersebut akan dinilai melalui tabel di atas, pertimbangan pemilihan enam buah poster ini adalah :

- Memiliki nilai terbaik
- Mencantumkan logo UPM, NACAM dan nama anggota

Berikut adalah poster pilihan penulis :



Gambar 1. Poster 1



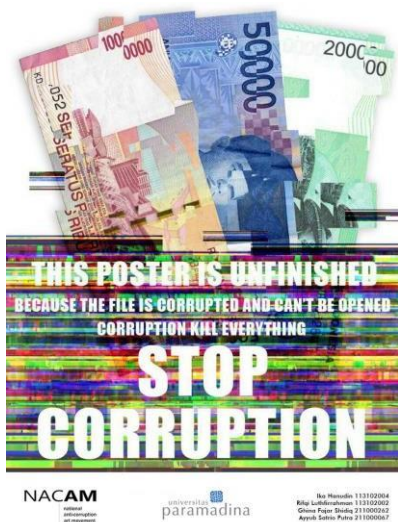
Gambar 2. Poster 2



Gambar 3. Poster 3



Gambar 4. Poster 4



Gambar 6. Poster 6



Gambar 7. Poster 7

E. PENDEKATAN VISUAL						
Gaya visual yang sesuai dengan pesan dan target sarasannya (mohon diberi tanda X, boleh lebih dari satu)						
Poster No :	Ekspresif	Suspense	Fotografi	Ilustrasi	Verbal	Positif/ Negatif
1		*	*			
dst						

II. NON VISUAL/VERBAL		1	2	3	4	5
1	Keselarasan teks/bahasa dengan gambar				*	
2	Tata bahasa			*		
3	Tata krama/etika bahasa			*		

Tipografi dalam kalimat, sangat rendah keterbacaannya. Terutama pada kalimat dengan huruf putih pada boks warna biru tua. Anatomi dan karakter huruf, menggunakan sans serif, dalam satu *family* huruf, secara anatomi jenis sans serif ini memiliki keterbacaan yang termasuk baik, hanya besar huruf yang menyebabkan keterbacaan menjadi kurang. Ukuran huruf, tidak memberikan klasifikasi dengan jelas antara yang mana headline yang mana *sub headline*. Warna *duotone* pada visual gambar fotografi dari seluruh tokoh tidak memberikan makna dari si pemeran utama dan visual latar. Warna *background* yang diberi patern garis diagonal, hampir tidak memberikan makna apa apa terhadap isi poster.

Gaya *duotone* dengan *background* warna menggunakan patern bergaris, seharusnya menjadi gaya visual poster yang khas. Tetapi karena penggarapan untuk memberikan penekanan pada yang mana yang utama, yang mana yang latar, sehingga visual poster menjadi flat/datar tanpa penekanan pada prioritas. Kualitas fotografi/ilustrasi; Baik. Tetapi pemberian efek *duotone* dan tidak tepatnya pemakaian pada pemeran utama dan latar, menjadikan foto tidak bercerita apa apa. Secara elemen sebenarnya telah menampilkan satu gaya desain, namun penempatan teknik dan efek serta fungsi, poster menjadi kurang komunikatif. Poster secara keseluruhan memberikan kesan komposisi

yang berat ke bawah. Teks /bahasa dengan gambar tampil selaras, tata bahasa; baik, tata krama/etika bahasa, baik

4.2.2 Tabel Penilaian Visual Poster ke-2

- 1 = Kurang Sekali
- 2 = Kurang
- 3 = Cukup
- 4 = Baik
- 5 = Baik Sekali



I. VISUAL						
A	TIPOGRAFI	1	2	3	4	5
1	Keterbacaan Kalimat (perpaduan warna huruf dengan background dan kerapatan huruf)					*
2	Anatomi dan Karakter huruf (Karakter huruf sesuai dengan Isi pesan poster)				*	
3	Ukuran Huruf (Proporsi ukuran huruf dengan bidang poster)					*
B	WARNA					
1	Warna pada objek gambar				*	
2	Warna pada background		*			
3	Komposisi warna keseluruhan (gambar, huruf, background dan elemen lainnya)		*			
C	FOTOGRAFI / ILUSTRASI					
1	Kesesuaian visual fotografi/ilustrasi				*	

	dengan teks <i>headline</i>					
2	Kualitas fotografi/ilustrasi				*	
3	Tata krama/etika fotografi/ilustrasi				*	
D	KOMPOSISI					
1	Aspek harmoni antar seluruh elemen rupa; (tipografi, fotografi/ilustrasi, warna dan tata letak, dll)				*	
2	Keseimbangan antar elemen rupa (tidak berat sebelah)				*	

E. PENDEKATAN VISUAL

Gaya visual yang sesuai dengan pesan dan target sarannya (mohon diberi tanda X, boleh lebih dari satu)

Poster No :	Ekspresif	Suspense	Fotografi	Ilustrasi	Verbal	Positif/Negatif
2				*		
dst						

I. NON VISUAL/VERBAL		1	2	3	4	5
1	Keselarasan teks/bahasa dengan gambar				*	
2	Tata bahasa				*	
3	Tata karma/etika bahasa				*	

Tipografi dalam kalimat *headline* sangat baik keterbacaannya karena dengan huruf putih pada dasar warna abu abu tua. Anatomi dan karakter huruf, menggunakan san serif, secara anatomi huruf ini memiliki keterbacaan yang termasuk baik, disertai besar huruf

yang menyebabkan keterbacaan menjadisingkat baik. Warna-warna pada visual gambar ilustrasi dari kedua tokoh dari kelas ekonomi berbeda memberikan makna dari si pemeran masing-masing yang diperkuat oleh gambar jungkit menjadi pesan lebih jelas penyampaiannya.

Disayangkan warna background flat abu - abu, hampir tidak memberikan makna apa apa terhadap isi poster. Gaya kartun pada kedua model tsb menjadi gaya visual poster yang khas. Secara elemen poster teknik dan efek serta fungsi poster ini menampilkan satu gaya desain, yang cukup komunikatif. Poster secara keseluruhan memberikan kesan komposisi yang seimbang. Teks /bahasa dengan gambar tampil selaras, tata bahasa; baik, tata krama/etika bahasa, baik.

4.2.3 Tabel Penilaian Visual Poster ke-3

- 1 = Kurang Sekali
- 2 = Kurang
- 3 = Cukup
- 4 = Baik
- 5 = Baik Sekali



I. VISUAL						
A	TIPOGRAFI	1	2	3	4	5
1	Keterbacaan Kalimat (perpaduan warna huruf dengan background dan kerapatan huruf)					*
2	Anatomi dan Karakter huruf (Karakter huruf sesuai dengan Isi pesan poster)			*		
3	Ukuran Huruf (Proporsi ukuran huruf dengan bidang poster)				*	
B	WARNA					
1	Warna pada objek gambar			*		

2	Warna pada background			*		
3	Komposisi warna keseluruhan (gambar, huruf, background dan elemen lainnya)			*		
C	FOTOGRAFI / ILLUSTRASI					
1	Kesesuaian visual fotografi/ilustrasi dengan teks <i>headline</i>			*		
2	Kualitas fotografi/ilustrasi				*	
3	Tata krama/etika fotografi/ilustrasi				*	
D	KOMPOSISI					
1	Aspek harmoni antar seluruh elemen rupa; (tipografi, fotografi/ilustrasi, warna dan tata letak, dll)					*
2	Keseimbangan antar elemen rupa (tidak berat sebelah)					*

E. PENDEKATAN VISUAL

Gaya visual yang sesuai dengan pesan dan target sasaran (mohon diberi tanda X, boleh lebih dari satu)

Poster No :	Ekspresif	Suspense	Fotografi	Ilustrasi	Verbal	Positif/Negatif
3				*		
dst						

I. NON VISUAL/VERBAL		1	2	3	4	5
1	Keselarasan teks/bahasa dengan gambar				*	
2	Tata bahasa			*		
3	Tata karma/etika bahasa				*	

Keterbacaan kalimat dalam headline poster sangat jelas karena memakan efek bubble di tengah bidang poster dengan huruf berwarna kontras. Jenis font yang dipilih sudah baik, keterbacaan tinggi dengan ada kemiringan sehingga berkesan font untuk komik. Penekanan teks di headline menggunakan teks warna merah agar berkesan kontras. Warna yang dipilih pada objek cenderung flat dan kontras, namun pemilihan warna terlalu sederhana dan kurang detail.

Komposisi secara keseluruhan adalah seimbang center, background terlalu kosong, apabila memang bertema ijab kabul sebaiknya ada calon pengantin perempuan di sebelah calon pengantin pria. Ukuran font headline bisa lebih besar agar berkesan lebih kuat. Pendekatan gaya visual adalah ilustrasi semi kartun, dengan ide unik didukung dengan teks bertema ijab Kabul. Tata bahasa dan etika bahasa sudah baik.

4.2.4 Tabel Penilaian Visual Poster ke-4

TABEL PENILAIAN KARYA VISUAL POSTER 4

1 = Kurang Sekali

2 = Kurang

3 = Cukup

4 = Baik

5 = Baik Sekali



I. VISUAL						
A	TIPOGRAFI	1	2	3	4	5
1	Keterbacaan Kalimat (perpaduan warna huruf dengan background dan kerapatan huruf)					*
2	Anatomi dan Karakter huruf (Karakter huruf sesuai dengan Isi pesan poster)					*
3	Ukuran Huruf (Proporsi ukuran huruf dengan bidang poster)					*
B	WARNA					
1	Warna pada objek gambar		*			
2	Warna pada background		*			
3	Komposisi warna keseluruhan (gambar, huruf, background dan elemen lainnya)		*			
C	FOTOGRAFI / ILUSTRASI					
1	Kesesuaian visual fotografi/ilustrasi dengan teks <i>headline</i>				*	
2	Kualitas fotografi/ilustrasi		*			
3	Tata krama/etika fotografi/ilustrasi			*		
D	KOMPOSISI					
1	Aspek harmoni antar seluruh elemen rupa; (tipografi, fotografi/ilustrasi, warna dan tata letak, dll)				*	
2	Keseimbangan antar elemen rupa (tidak berat sebelah)					*

E. PENDEKATAN VISUAL						
Gaya visual yang sesuai dengan pesan dan target sasarannya (mohon diberi tanda X, boleh lebih dari satu)						
Poster No :	Ekspresif	Suspense	Fotografi	Ilustrasi	Verbal	Positif/Negatif
4			*			
dst						

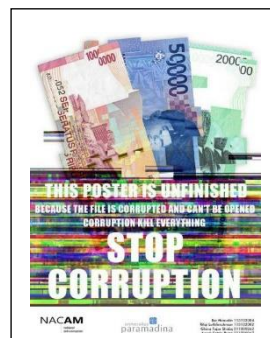
II. NON VISUAL/VERBAL		1	2	3	4	5
1	Keselarasan teks/bahasa dengan gambar				*	
2	Tata bahasa				*	
3	Tata karma/etika bahasa			*		

Keterbacaan /*readability* pada *headline*, cukup baik, dengan memberi warna biru, abu abu dan merah, memberikan penekanan pada kalimat sedikit banyak dan kata korupsi. *Sub headline* karena hurufnya menggunakan warna abu menjadikan isi informasinya menjadi tidak terlihat penting. Huruf yang digunakan dari kelompok huruf tanpa kait, dengan gaya alignment yang bebas, ukuran huruf, menjadikan komposisi tipografinya sangat menonjol.

Warna pada objek gambar; Sangat lemah, Komposisi warna keseluruhan; Tidak terlalu menonjol sebagai media poster, namun headline dalam komposisi yang besar mengisi ruang, sehingga headline memberi kekuatan pada poster. Kesesuaian visual fotografi / ilustrasi dengan teks *headline*; Sangat sesuai dalam arti tidak menggambarkan simbolisasi makna, tetapi gaya fotografi sangat lemah. Keseimbangan antar elemen rupa [tidak berat sebelah] ; Terasa seimbang, stabil, tapi sekaligus membosankan.

4.2.5 Tabel Penilaian Visual Poster ke-5

- 1 = Kurang Sekali
 2 = Kurang
 3 = Cukup
 4 = Baik
 5 = Baik Sekali



I. VISUAL						
A	TIPOGRAFI	1	2	3	4	5
1	Keterbacaan Kalimat (perpaduan warna huruf dengan background dan kerapatan huruf)			*		
2	Anatomi dan Karakter huruf (Karakter huruf sesuai dengan Isi pesan poster)				*	
3	Ukuran Huruf (Proporsi ukuran huruf dengan bidang poster)					*
B	WARNA					
1	Warna pada objek gambar				*	
2	Warna pada background				*	
3	Komposisi warna keseluruhan (gambar, huruf, background dan elemen lainnya)				*	
C	FOTOGRAFI / ILUSTRASI					
1	Kesesuaian visual fotografi/ilustrasi dengan teks <i>headline</i>				*	
2	Kualitas fotografi/ilustrasi				*	
3	Tata krama/etika fotografi/ilustrasi				*	
D	KOMPOSISI					
1	Aspek harmoni antar seluruh elemen rupa; (tipografi, fotografi/ilustrasi, warna dan tata letak, dll)				*	
2	Keseimbangan antar elemen rupa (tidak berat sebelah)					*
E. PENDEKATAN VISUAL						
Gaya visual yang sesuai dengan pesan dan target sarasannya (mohon diberi tanda X, boleh lebih dari satu)						

Poster No :	Ekspresif	Suspense	Fotografi	Ilustrasi	Verbal	Positif/Negatif
5		*				
dst						

II. NON VISUAL/VERBAL		1	2	3	4	5
1	Keselarasan teks/bahasa dengan gambar				*	
2	Tata bahasa				*	
3	Tata karma/etika bahasa				*	

Keterbacaan kalimat dalam poster ini kurang karena headline dan sub headline diletakan di atas bidang berwarna yang cukup kompleks. Terutama keterbacaan sub headline karena ukuran yang lebih kecil. Karakter simple dengan seluruhnya kapitalh sudah sesuai dengan pesan yang bersifat memerintah di bagian headline. Ukuran huruf cukup baik untuk headline maupu sub headline. Pemilihan warna baik pada objek maupun background sudah baik dengan pemilihan warna-warna kontas merespon warna uang dan warna layer/screen yang rusak/*glitch*.

Ide poster ini cukup baik, separuh bidang dengan gambar uang kertas, sebagian lagi dengan kesan screen rusak. Terdapat kesesuaian antara visual dengan pesan/teks. Kualitas foto dan grafis pun sudah baik. Komposisi cenderung center dan seimbang, dan cukup harmonis antar objek, warna, dan huruf. Pendekatan gaya poster ini lebih ke arah suspens karena meunjukkan kesan “ketegangan” dan stress, terlihat dari efek layar rusak sehingga poster ini “tidak terselesaikan”. Teks dan visual sudah selaras, tata bahasa dan tata krama bahasa sudah baik.

4.2.6 Tabel Penilaian Visual Poster ke-6

- 1 = Kurang Sekali
- 2 = Kurang
- 3 = Cukup
- 4 = Baik
- 5 = Baik Sekali



I. VISUAL		1	2	3	4	5
A	TIPOGRAFI					
1	Keterbacaan Kalimat (perpaduan warna huruf dengan background dan kerapatan huruf)			*		
2	Anatomi dan Karakter huruf (Karakter huruf sesuai dengan Isi pesan poster)				*	
3	Ukuran Huruf (Proporsi ukuran huruf dengan bidang poster)				*	
B	WARNA					
1	Warna pada objek gambar				*	
2	Warna pada background			*		
3	Komposisi warna keseluruhan (gambar, huruf, background dan elemen lainnya)			*		
C	FOTOGRAFI / ILUSTRASI					
1	Kesesuaian visual fotografi/ilustrasi dengan teks <i>headline</i>				*	
2	Kualitas fotografi/ilustrasi			*		
3	Tata krama/etika fotografi/ilustrasi				*	
D	KOMPOSISI					
1	Aspek harmoni antar seluruh elemen rupa; (tipografi, fotografi/ilustrasi, warna dan tata letak, dll)			*		
2	Keseimbangan antar elemen rupa (tidak berat sebelah)				*	

E. PENDEKATAN VISUAL Gaya visual yang sesuai dengan pesan dan target sasaran (mohon diberi tanda X, boleh lebih dari satu)						
Poster No :	Ekspresif	Suspense	Fotografi	Ilustrasi	Verbal	Positif/Negatif
6			*			
dst						

I. NON VISUAL/VERBAL		1	2	3	4	5
1	Keselarasan teks/bahasa dengan gambar				*	
2	Tata bahasa				*	
3	Tata karma/etika bahasa			*		

Keterbacaan kalimat kurang karena “terganggu” dengan back ground yang ramai oleh objek, walaupun ukuran huruf sudah sesuai. Anatomi dan karakter huruf yang sederhana sudah sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan. Hanya saja pemilihan warna hitam tidak menolong untuk keterbacaan yang tinggi. Poster ini mengandalkan fotografi, warna cukup baik walaupun bisa di *adjust* lagi untuk efek kontras dan terang/gelapnya. Komposisi warna keseluruhan cenderung gelap, warna huruf kurang kontras dengan background.

Objek visual cukup sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan, yaitu menggambarkan penumpang ojek online sedang membayar uang tunai ke pengemudi ojek online. Kualitas foto sebetulnya sudah bagus, namun warna terlalu gelap. Etika visual/foto sudah baik. Komposisi sudah baik, perancang sudah menyediakan bidang kosong untuk teks, namun teks masih kurang terbaca karena pemilihan back ground. Pendekatan gaya visual adalah fotografi, keselarasan teks, tata bahasa dan etika bahasa sudah baik.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Universitas Paramadina adalah kampus pertama yang menyatakan perlawanan terhadap merajalelanya korupsi di negeri ini yang direperentasikan melalui mata kuliah wajib Anti Korupsi di kurikulumnya. Hal ini, sekaligus menjadi bukti kepeduliannya terhadap nilai nilai integritas. Banyak perguruan tinggi saat ini, yang telah mengikuti langkah langkah Paramadina tersebut, karena mata kuliah ini dianggap penting dalam situasi saat ini. Oleh karena itu untuk membuktikan sejauh mana mahasiswa telah memahami mata kuliah tersebut, maka dalam tugas di kelas mereka diwajibkan membuat media komunikasi, dengan tujuan untuk mengkampanyekan gerakan anti korupsi kepada masyarakat. Salah satu media yang digunakan saat ini adalah poster.

Poster sebagai bentuk publikasi dua dimensional dan satu muka, digunakan untuk menyajikan informasi, data, jadwal atau penawaran, dan untuk mempromosikan orang, acara, tempat, produk, perusahaan, jasa atau organisasi. Sebagai media komunikasi, poster perlu dirancang sedemikian rupa agar memenuhi kriteria sebagai media yang memiliki kemampuan menyampaikan informasi dengan baik, kepada target sasaran. Oleh karena itu perlu pembekalan kepada para dosen pengajar mata kuliah anti korupsi secara garis besar untuk bisa memahami penilaian poster secara baik dan benar tahap demi tahap, bagaimana seharusnya merancang poster yang komunikatif. Untuk pelaksanaan penilaian dari dosen terhadap poster, telah dibuat secara sistematis tabel yang dengan mudah dapat digunakan.

5.2 Saran

Diakhir perkuliahan Mata Kuliah Anti Korupsi, perlu disampaikan oleh dosen pengampu garis besar dasar-dasar perancangan poster. Dosen sebaiknya dibekali pemahaman dasar-dasar perancangan poster, bagaimana memilih gambar/foto yang akan diaplikasikan di poster, maupun menyusun kalimat verbal yang terpadu dengan visual, sehingga melahirkan poster yang komunikatif dan menarik. Dosen juga dianjurkan untuk memahami bagaimana menilai desain poster yang baik dan komunikatif melalui tabel pedoman penilaian, agar dapat memberikan penilaian yang baik dan obyektif.

Agar kampanye Anti Korupsi ini lebih terkordinir, sebaiknya universitas memfasilitasi media sosial khusus yang dapat dijadikan sebagai media kampanye agar lebih luas, yang isinya adalah tugas-tugas dari MK Anti Korupsi termasuk poster. Hal ini akan memotivasi mahasiswa karena akan terjadi interaksi yang aktif dengan para audience/follower. Di sisi lain, pihak universitas akan sangat diuntungkan karena secara tidak langsung hal ini menjadi media promosi dan menguatkan citra kampus berintegritas, yang peduli terhadap gerakan anti korupsi.

Daftar Pustaka

- Safanayong, Yongky. Desain Komunikasi Visual Terpadu. Arte intermedia Jakarta, 2006
- Supriyono, Rahmat. Desain Komunikasi Visual: Teori dan Aplikasi. Andi, Yogyakarta, 2010
- Helmanita, Karlina. Pendidikan Antikorupsi di Perguruan Tinggi. CSRC UIN, Jakarta, 2007
- Foster, John. New Masters of Poster Design. Rockpot Publishers, 2006
- Tinarbukto, Sumbo. DEKAVE Desain Komunikasi Visual. CAPS, Yogyakarta, 2015
- Julien, Alec. Digital Fonts. London: Thames & Hudson Ltd, 2012
- Rustan, Suriyanto. Font dan Tipografi. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2011
- Seddon, Tony. The Evolution of Type : A Graphic Guide to 100 Landmark Typefaces. New York: Firefly Book Ltd, 2015
- Wheeler, Alina. Designing Brand Identity. Canada: John Wiley & Sons, Inc 2013
- Landa, Robin. Graphic Design Solutions. Boston: Cengage Learning. Gordon, 2014
- Bob and Gordon Maggie. 2002. Digital Graphic Design. Thames Hudson. London,UK, 2002
- Swann, Alan C. Basic Design and Layout. Oxford: Phaidon, 1987

Web

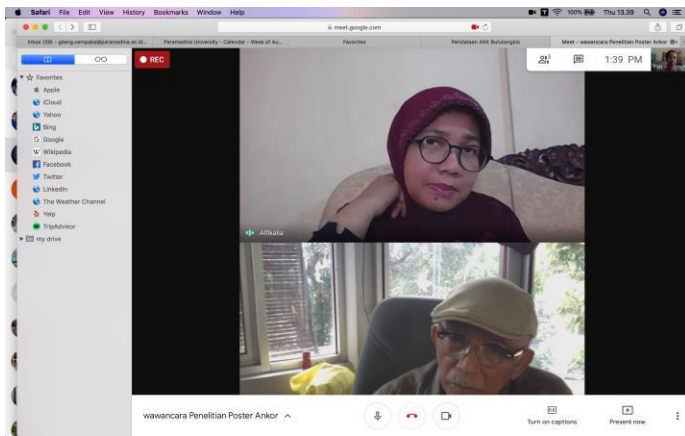
<https://www.romadecade.org/pengertian-poster/#!>

Dityatama, Putri. 2013. “Memahami Elemen Dalam Desain” artikel dalam website <http://www.idseeducation.com/articles/memahami-elemen-elemen-dalam-desain/>. diakses pada 13 Oktober 2020.

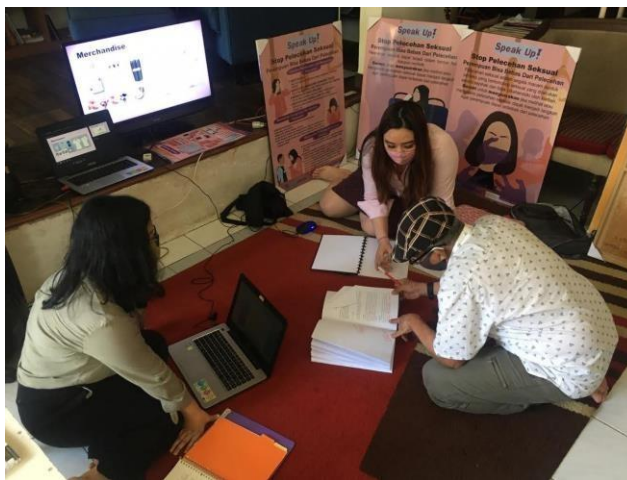
Artikle

Kompas, Ketua Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) Firli Bahuri (03 Maret 2020)

Lampiran



Lampiran 1 : Wawancara dengan Ibu Alfikalia, M.Psi



Lampiran 2 : FGD dengan mahasiswa DKV



Lampiran 3 : FGD dengan mahasiswa DKV



Lampiran 4 : Kunjungan ke Galeri Nasional



Lampiran 5 : Kunjungan ke Galeri Nasional