

ANALISIS DESAIN POSTER MEDIA PROMOSI DIKLAT 3 IN 1 DI BALAI DIKLAT INDUSTRI DENPASAR

Lukas Sugiyanto¹, Tupak Anggiat MT², Arif Handoko³
Sekolah Tinggi Desain Interstudi

Abstract:

Research about poster design analysis as a 3 in 1 education and training promotion media, its purpose to find out how to make posters as a media promotion which made in an effort to introduce the 3 in 1 education and training in Balai Diklat Industri Denpasar. Research that uses this qualitative method uses a descriptive analytic approach. Data collection techniques were carried out by conducting interviews with resource person from BDI Denpasar leadership and animation industry partners. The results of the analysis show that the promotional media poster design used by BDI Denpasar and the industrial partners is quite effective and communicative in conveying 3 in 1 education and training information to the public, as evidenced by the response from the community who want to register as a 3 in 1 education and training participant, and the number of training participants from time to time continues to increase in each period. As a promotional medium, the poster design made is quite attractive, according to the target audience, namely the creative young generation, especially those interested in animation. The information on each poster is quite complete, the art is quite good and the language used is quite communicative.

Key words : Design, Poster, Promotion, 3 in 1 Education and Training

Abstrak:

Penelitian tentang analisis desain poster sebagai media promosi diklat 3 in 1, bertujuan untuk mengetahui bagaimana pembuatan poster sebagai media promosi yang dibuat dalam upaya memperkenalkan program diklat 3 in 1 di Balai Diklat Industri Denpasar. Penelitian yang menggunakan metode kualitatif ini menggunakan pendekatan deskriptif analitik. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara kepada narasumber dari pimpinan BDI Denpasar dan para mitra industri animasi. Hasil analisis menunjukkan bahwa desain poster media promosi yang digunakan oleh BDI Denpasar dan mitra industrinya sudah cukup efektif dan komunikatif dalam menyampaikan informasi diklat 3 in 1 kepada masyarakat, terbukti dengan adanya respon dari masyarakat yang mau mendaftar sebagai peserta diklat 3 in 1, yang jumlah peserta diklat dari waktu ke waktu terus meningkat pada setiap periodenya. Sebagai media promosi, desain poster yang dibuat cukup menarik, sesuai dengan target audiensnya yakni kalangan generasi muda kreatif, terutama yang berminat pada bidang animasi. Informasi

pada setiap posternya cukup lengkap, artistiknya cukup baik dan bahasa yang digunakan cukup komunikatif.

Kata kunci; Desain, Poster, Promosi, Diklat *3in 1*.

PENDAHULUAN

Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan faktor penting untuk melihat kemajuan dan kesejahteraan suatu bangsa. Karena itu pemerintah bersama dengan pihak swasta perlu untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia di Indonesia. Untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia (tenaga kerja industri), Kementerian Perindustrian Republik Indonesia melalui unit kerja Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Industri (BPSDMI), ikut berperan aktif dalam menyelenggarakan pembangunan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia industri. Dalam hal ini pemerintah membuat kebijakan program diklat yang disebut diklat *3 in 1*. Program diklat *3 in 1* ini meliputi tiga kegiatan dalam satu paket kebijakan, yaitu; (1) Pendidikan dan Pelatihan, (2) Sertifikasi Uji Kompetensi, dan (3) Penempatan kerja.

Pelaksanaan program diklat *3 in 1* yang dijalankan oleh Balai Diklat Industri (BDI) merupakan bentuk lain dalam upaya pemerintah untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia industri. Lembaga Balai Diklat Industri yang merupakan kepanjangan tangan dari Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, bertugas dan bertanggungjawab sebagai pelaksana dalam menjalankan program tersebut. Adapun skema program diklat *3 in 1* meliputi bidang-bidang industri sebagaimana yang menjadi tugas dan wewenang Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. Karena itu keberadaan Balai Diklat Industri (BDI) yang tersebar di tujuh wilayah regional di Indonesia memiliki tugas dan fungsi pada bidang industri-industri yang berbeda.

Pelaksanaan program diklat *3 in 1* pada industri bidang kreatif dan animasi diselenggarakan di Balai Diklat Industri Denpasar (BDI Denpasar). Program diklat *3 in 1* di BDI Denpasar ini juga melibatkan mitra kerja dari industri-industri kreatif dan industri animasi yang ada di Indonesia. Hal tersebut berkaitan langsung sesuai dengan tugas dan bidang kerja BDI Denpasar yang fokus menangani masalah perkembangan industri kreatif dan industri animasi. Mitra-mitra industri yang ingin mengajukan kegiatan atau penyelenggaraan diklat *3 in 1*, maka selanjutnya wajib mempekerjakan para alumni peserta diklat di industri perusahaan mereka, sehingga ada kepastian terjadinya penyerapan tenaga kerja industri setelah selesai dilaksanakan diklat *3 in 1*.

Permasalahan yang dihadapi oleh BDI Denpasar saat ini adalah besarnya jumlah target peserta diklat yang diberikan oleh pemerintah melalui Kementerian Perindustrian Republik Indonesia untuk melakukan kegiatan program diklat *3 in 1* pada setiap tahunnya. Karena itu untuk menarik minat calon peserta diklat *3 in 1* dan untuk mendapatkan sumber daya manusia industri, maka pihak BDI Denpasar bekerjasama dengan para mitra industri kreatif dan industri animasi perlu melakukan promosi untuk memperkenalkan program diklat *3 in 1*. Sasaran targetnya adalah pemuda-pemudi berusia antara 18 tahun hingga 30 tahun, terutama bagi mereka yang belum bekerja atau mereka yang sedang mencari pekerjaan.

Promosi yang dimaksud adalah upaya untuk lebih memperkenalkan adanya program diklat *3 in 1* di BDI Denpasar kepada masyarakat. Sedangkan untuk melaksanakan kegiatan promosi, menggunakan bauran promosi (*mix promotions*). Bauran promosi umumnya meliputi; promosi penjualan (*sales promotion*), periklanan (*advertising*), humas (*public relation*), penjualan langsung (*personal selling*), promosi pembicaraan dari mulut ke mulut (*word of mouth*), publisitas (*publicity*) dan penggunaan media penghubung (*direct marketing*).

Pemilihan penggunaan bauran promosi dan pemilihan penggunaan media promosi yang digunakan untuk berpromosi, sangatlah penting untuk menjadi bahan pertimbangan. BDI Denpasar dalam mempromosikan program Diklat *3 in 1* pada bidang animasi, memilih menggunakan poster sebagai salah satu media promosinya. Karena itu pada penelitian ini

penulis akan focus menganalisa desain poster sebagai media promosi diklat *3 in 1* di BDI Denpasar.

Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Enitria Astriani, Zakarias S Soeteja, dan Suryadi pada tahun 2013, dalam jurnal yang berjudul “Analisis Visual Poster Pertunjukan Teater Sunda Kiwari Tahun 1979-1995”. Penelitian dilakukan dengan membagi kedalam tiga bagian utama, yang pertama merupakan strategi perencanaan yang meliputi sumber gagasan, pemilihan media, tipografi, ilustrasi, komposisi, dan warna serta teknik produksi pembuatan poster. Bagian kedua yaitu kesimpulan dari seluruh analisis yang dilakukan, cakupan dari visualisasi poster adalah analisis pada ilustrasi, tipografi, dan tata letak atau layout. Poin analisis ilustrasi meliputi elemen visual yang terdapat dalam gambar, makna simbolis dan prinsip-prinsip seni rupa pada ilustrasi. Sementara pada tipografi dilihat dari dua aspek, yaitu aspek fisik seperti anatomi huruf, jenis atau gaya huruf, serta prinsip keterbacaan dan kejelasan huruf. Sedangkan aspek non fisik adalah karakteristik dan kepribadian huruf. Kemudian bagian ketiga yaitu poin untuk tata letak atau layout adalah elemen-elemen layout, serta prinsip layout.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Komang Juni Pariawan, I Nyoman Sila, Hardiman pada tahun 2019, dalam jurnal yang berjudul “*Analisis Semiotika Poster Aksi Bali Tolak Reklamasi Karya Nobodycorp*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, ada lima poster berdasarkan teori Charles Sanders Peirce terdapat 1). Ikon berupa gambar manusia berwajah tengkorak, gambar ekskavator, gambar Pulau Bali, gelombang air laut, gambar orang siluet hitam, gambar perahu layar, gambar orang menaiki perahu, penari wanita legong Bali, gambar tangan kiri mengepal, gambar peluru bom atom, gambar gunung, dan gambar pura, 2). Indeks berupa gambar manusia berwajah tengkorak mengenakan jas, gambar Pulau Bali, gelombang air berbentuk tangan mengepal, manusia menaiki perahu, dan logo ForBALI. 3). Simbol antara lain wajah tengkorak sebagai penggambaran kematian, ekskavator sebagai penggambaran pengerukan reklamasi, bentuk Pulau Bali sebagai penggambaran wilayah Bali, tangan kiri mengepal simbol melawan keburukan, siluet hitam manusia sebagai simbol sosok misterius, perahu layar

Kesimpulan dari penelitian terdahulu; bahwa desain poster sebagai media komunikasi visual merupakan media publikasi yang dirancang secara visual untuk menyampaikan ekspresi, gagasan atau ide, pesan informasi untuk mengajak atau menolak sesuatu kepada masyarakat luas. Strategi perencanaan dalam desain poster meliputi sumber ide/gagasan, pemilihan media, tipografi, ilustrasi, komposisi layout, dan warna serta teknik pembuatannya.

Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah “Bagaimana menganalisa desain poster sebagai media promosi diklat *3 in 1* di Balai Diklat Industri Denpasar?”

Sedangkan tujuan penelitian adalah untuk menganalisa desain poster secara visual dan juga menganalisa sebagai media promosi yang dibuat dalam upaya memperkenalkan program diklat *3 in 1* di Balai Diklat Industri Denpasar.

TINJAUAN LITERATUR

Promosi

Menurut Tjiptono (2015:387) “Pada hakikatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran.” Sedangkan menurut Swastha dan Irawan (2008:349): Promosi adalah “arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan menciptakan pertukaran dalam pemasaran”. Tujuan dari promosi adalah untuk meningkatkan volume penjualan dengan mempengaruhi dan menarik minat konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli atau menggunakan produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut.

Pada dasarnya kegiatan promosi merupakan kegiatan yang menyebarluaskan informasi mengenai keberadaan atau kehadiran suatu produk, ketersediaan produk, spesifikasi produk,

dan manfaat yang bisa dirasakan oleh masyarakat konsumen dari produk tersebut. Sasaran kegiatan promosi adalah agar masyarakat dapat dipengaruhi untuk menggunakan atau mengkonsumsi suatu produk yang ditawarkan tersebut agar terjadi peningkatan pembelian terhadap suatu produk yang dipromosikan. Supaya tujuan dari promosi dapat tercapai, dan kegiatan promosi direspon dengan baik oleh masyarakat konsumen, maka dalam berpromosi perlu ada strategi promosi misalnya memilih penggunaan salah satu atau beberapa dari bauran promosi seperti; periklanan, publisitas, hubungan masyarakat, *personal selling*, *self promotion*, dan *word of mouth*.

Pengertian bauran promosi menurut Saladin (2011: 192) “Kombinasi strategi yang paling baik dari variabel-variabel periklanan, *personal selling*, dan alat promosi yang lain yang seluruhnya direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan”. Sedangkan pendapat dari Prihartono (2012:172) “*Promotion Mix* merupakan kombinasi dari penjualan tatap muka, periklanan, promosi penjualan, publisitas, dan hubungan masyarakat yang membantu pencapaian tujuan perusahaan”.

Media Promosi

Media promosi merupakan alat atau sarana yang bisa digunakan atau yang ada kaitannya dengan kegiatan berpromosi. Media promosi yang bisa digunakan untuk berpromosi bisa berupa media cetak maupun media digital/media online. Konten informasi untuk kegiatan promosi pada media cetak umumnya dikemas dalam bentuk media publikasi cetak misalnya berupa; banner, poster, dan flyer. Sedangkan konten informasi yang menggunakan media digital online, bisa juga menggunakan; poster, video, audio, foto, gambar ilustrasi, teks, yang diunggah pada website, dan atau media social seperti; facebook, instagram, twitter, youtube, whatshap, line, tiktok, atau media social lainnya.

Desain Grafis / Desain Komunikasi Visual

Menurut Badan Ekonomi Kreatif Indonesia (2019: 16), Istilah Desain Grafis dan Desain Komunikasi Visual masih digunakan secara bergantian untuk menamakan suatu kegiatan desain yang menyinergikan kemampuan imajinasi, artistik, dan teknologi dalam mengkomunikasikan ide melalui elemen visual yang diselaraskan dengan suara dan gerak, baik pada media dua dimensi yang dicetak atau pada layar elektronik dan multimedia, maupun pada media non-dua dimensi. Desainer melakukan eksperimentasi dan eksplorasi untuk mencapai fungsi informasi, persuasi, dan identitas dari suatu komunikasi. Elemen-elemen desain seperti; garis, bidang, bentuk, warna, tekstur, space, kontras, semuanya dapat diolah dan ditata dengan memperhatikan prinsip-prinsip desain seperti; kesatuan, keseimbangan, proporsi, irama dan penekanan, yang akhirnya menjadi sebuah karya desain grafis, yang kemudian lebih dikenal dengan istilah desain komunikasi visual.

Sebelum di kenal sebagai Desain Komunikasi Visual, jangkauan desain grafis yang hanya berorientasi pada grafis dwimatra, munculnya istilah Desain Komunikasi Visual ketika desain grafis semakin intensif bersentuhan dengan teknologi digital. (Ni Nyoman Sriwitari, 2015). Salah satu contoh produk karya desain komunikasi visual adalah desain poster.

Poster

Menurut Nana Sudjana dan Ahmad Rivai (2010:51), “Poster adalah sebuah kombinasi visual dari rancangan yang kuat, dengan pesan dan juga warna, yang bertujuan untuk menangkap perhatian orang yang melihatnya dan juga cukup lama menanamkan gagasan yang berarti dalam ingatannya”. Jadi poster merupakan salah satu media publikasi cetak atau digital yang bisa digunakan untuk memberi informasi atau mempromosikan suatu kegiatan tertentu. Poster umumnya menyajikan informasi dalam bentuk data yang bersifat mempromosikan sesuatu, misalkan promosi tentang; produk barang, produk jasa, suatu kegiatan, dan lain sebagainya. Pembuatan poster sebagai media promosi bertujuan untuk mempublikasikan suatu kegiatan

atau sesuatu yang akan dilakukan kepada masyarakat, supaya masyarakat mendapat informasi sesuai isi pesan yang terdapat pada poster tersebut.

Menurut John Gierla (Supriyono, 2010:158) “Perbedaan poster dengan media cetak lainnya adalah, 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.

Poster merupakan salah satu bentuk karya desain komunikasi visual yang memuat komposisi huruf, warna dan ilustrasi (foto atau gambar) yang umumnya dibuat di atas kertas yang berukuran besar dan biasanya ditempelkan pada tempat-tempat khusus yang yang ramai dan strategis misalnya di sekolah, pasar, objek wisata dan tempat umum lainnya, agar dapat dilihat dan dibaca oleh banyak orang. Sebuah desain poster biasanya diproduksi dalam jumlah banyak atau massal, jika diproduksi dengan jumlah sedikit atau bersifat tunggal biasanya poster tersebut dibuat dengan ukuran besar dengan teknologi *modern digital print* atau sering disebut poster raksasa. Poster besar ini biasanya dipasang pada sebuah panel yang memungkinkan poster tersebut dapat direntangkan, seperti papan besar, penyangga kayu atau kerangka khusus.

Pemasangan poster ukuran kecil sebagai media cetak umumnya ditempel pada dinding atau pada permukaan datar lainnya, tujuannya supaya dapat dilihat mata dan bisa menarik perhatian orang banyak sehingga informasi tersampaikan. Sedangkan pemasangan poster sebagai media digital umumnya di share ke berbagai media social secara online.

METODOLOGI PENELITIAN

1. Metode Penelitian.

Metodologi adalah suatu pendekatan umum dalam penelitian untuk mendekati masalah dan menemukan jawaban sesuai dengan kajian topik penelitian. Penelitian mengenai analisis desain poster sebagai media promosi diklat *3 in 1* ini menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan pendekatan deskriptif analitik yaitu metode penelitian yang menggunakan kajian teori sebagai landasan data.

2. Subjek penelitian.

Sumber data pada penelitian ini diperoleh berdasarkan hasil observasi dan hasil wawancara dengan para nara sumber dari pihak BDI Denpasar dan para mitra industri animasi, serta dari para alumni diklat *3 in 1*. Sedangkan kriteria untuk penetapan informan sebagai subjek penelitian ini adalah; (1) Pegawai BDI Denpasar yang terkait dengan bagian promosi dan pengembangan, diantaranya adalah Kepala Bagian Pengembangan dan Kerjasama Industri. (2) Orang-orang dari mitra industri BDI Denpasar yang ikut mendesain poster sebagai media promosi diklat *3 in 1*. Sedangkan objek penelitian atau yang mau diteliti berupa; poster-poster yang sudah di desain dan pernah dijadikan atau digunakan sebagai media promosi diklat *3 in 1* dari tahun 2017 - 2020.

3. Instrumen.

Pada penelitian ini untuk menganalisis data, instrumen yang digunakan berupa lembar susunan daftar wawancara, observasi, kajian pustaka dan studi dokumentasi untuk kemudian disaring menjadi beberapa data yang diperlukan sesuai kebutuhan penelitian. Tahap ini dapat disebut tahap reduksi. Setelah data disaring kemudian data tersebut dikelompokkan lagi sesuai fokus penelitian. Data berupa poster promosi diklat *3 in 1* di BDI Denpasar, yaitu contoh poster yang sudah dibuat dari tahun 2017-2020.

4. Teknik pengumpulan data.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini melalui; kegiatan observasi, wawancara dan studi kepustakaan. Kegiatan observasi dilakukan melalui pengamatan langsung ke lokasi penelitian di Balai Diklat Industri Denpasar, Jln WR Supratman no. 302, Tohpati, Denpasar Timur, Bali. Tujuannya untuk mengamati secara langsung apa yang ada di lapangan, yang bisa dilihat dan yang bisa dicermati, untuk keperluan penelitian. Sementara kegiatan wawancara dengan narasumber dilakukan melalui tanya jawab secara lisan dan tertulis, baik yang dilakukan secara langsung ataupun secara tidak langsung melalui berbagai media digital dan media online. Kegiatan wawancara dan observasi dilakukan dalam upaya pengumpulan data primer. Sedangkan studi kepustakaan dilakukan untuk pengumpulan data sekunder, yang bersumber dari berbagai literature seperti; buku-buku, jurnal ilmiah, artikel ilmiah, atau laporan penelitian terdahulu yang ada kaitannya dengan topik penelitian.

5. Teknik analisis data.

Teknik pengolahan data, yaitu menyusun atau memaknai data dilakukan dengan kegiatan seperti; proses penyortiran data, penyuntingan (mengedit data), transformasi data, pengkodean data, berdasarkan hasil pertanyaan-pertanyaan, supaya data tersebut dapat dianalisis untuk menghasilkan informasi yang berguna. Data wawancara juga menghasilkan berbagai informasi mengenai latar belakang pembuatan poster, perencanaan tahap pra produksi, dan tahap produksi, serta berbagai hal yang berkaitan dengan pester tersebut. Menurut Sugiyono (2014:199) “Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data dari setiap variabel yang diteliti, dan melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah.”

Kegiatan yang dilakukan untuk menganalisa data meliputi: mengelompokkan data berdasarkan hasil wawancara dari para narasumber, sehingga hasilnya data terlihat lebih sederhana, mudah dibaca, mudah dipahami dan mudah diinterpretasi. Peneliti dapat memberikan makna dan interpretasi serta kesimpulan-kesimpulan terhadap data-data yang sudah dianalisa. Kesimpulan merupakan tahap akhir dari proses pengolahan data. Inilah tahap dimana penulis memaparkan hasil akhir pandangannya. Paparan hasil penelitian yang panjang dan mendalam, kemudian diringkas kedalam sebuah kesimpulan yang singkat, padat, dan bermakna. Tahapan ini akan menyimpulkan hasil penelitian mengenai desain poster diklai 3 in 1 di BDI Denpasar, baik poster sebagai media promosi maupun secara visualisasinya yang meliputi karakteristik tipografi, ilustrasi, tata letak, dan berbagai unsur seni rupa lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian tentang analisis desain poster sebagai media promosi yang digunakan oleh BDI Denpasar, membahas dan mencermati pada sisi desain poster sebagai media publikasinya. Pesan informasi pada poster diklat 3 in 1 di BDI Denpasar disampaikan melalui media publikasi *offline* maupun *online*. Penggunaan poster secara offline melalui pemasangan poster diberbagai tempat terbatas, diantaranya di pasang didepan kantor BDI Denpasar dan di depan kantor mitra industri, sedangkan secara online sebagai media digital, poster di share ke berbagai media sosial online di internet.

Poster sering digunakan untuk mengkomunikasikan suatu informasi dari sebuah organisasi atau lembaga pemerintah ataupun sebagai media untuk mempromosikan suatu produk atau jasa dari sebuah perusahaan. Poster yang baik harus bersifat komunikatif (bahasa yang digunakan dapat dipahami oleh target audiennya), harus bersifat informatif (data yang ditampilkan harus lengkap, tidak membingungkan audien), serta sebagai sebuah karya desain poster harus dibuat artistik agar menarik perhatian audiennya.

BDI Denpasar, selalu menggunakan poster untuk menginformasikan atau mempromosikan berbagai jenis kegiatan pelatihan atau diklat untuk bidang industri kreatif dan animasi yang targetnya adalah generasi muda, yang tertarik untuk menimba ilmu pada bidang tersebut. Sebagai salah satu media promosi maka secara umum poster berfungsi sebagai alat untuk menginformasikan sesuatu (*informing*), alat untuk membujuk atau mempengaruhi khalayak (*persuading*), memberi nilai bagi perusahaan atau organisasi (*adding value*), untuk mengingatkan kembali (*reminding*) untuk mendukung atau mendampingi upaya-upaya lain dari kegiatan komunikasi sebuah perusahaan (*assisting*).

Dalam penelitian ini, penulis akan menganalisis 4 (empat) buah poster BDI Denpasar, salah satu poster yang masing-masing mewakili tahun pembuatan, yaitu dari tahun 2017-2020, dimana poster tersebut pernah digunakan untuk mempromosikan diklat *3 in 1* yang bertujuan untuk menarik minat generasi muda mengikuti pelatihan tersebut.

Poster 1: Diklat SDM Animasi 2017



Gambar 1: Poster promosi tahun 2017

Analisis desain poster 1 sebagai media promosi:

Headline pada poster di atas sangat menarik perhatian pembaca, dimana ada kata 'siap kerja' terselip didalamnya. Kata 'siap kerja' menjadi daya tarik kuat dan sangat jelas dimaksudkan untuk membujuk peminat. Jika *audien* tertarik dengan *headline*, biasanya akan membaca detail informasi lainnya. Sayangnya, info lanjut yang terkait 'siap kerja' tersebut tidak dijelaskan secara rinci pada poster di atas, hanya digunakan sebagai gong untuk menarik perhatiannya *audien* atau peminat semata. Selanjutnya, peminat hanya disuguhkan deretan-deretan nomor telepon yang bisa dihubungi untuk kelanjutannya. Kata-kata 'Ayo Daftar' sebaiknya dihindarkan, karena memberi kesan suatu yang melemahkan buat penyelenggara. Pembaca akan berpikir, mungkin pelatihan ini kesulitan peserta atau belum ada peminatnya. Terlebih dibuat dengan spot kotak berwarna merah.

Analisis visual desain poster 1.

Huruf: Jenis huruf yang digunakan pada poster ini, jenis sans serif (huruf tanpa kait). Sans serif merupakan jenis huruf yang banyak digunakan untuk desain-desain modern saat ini. Berbeda dengan huruf serif yang berkesan klasik dan bernuansa *old time* (masa lalu).

Ilustrasi: Penggunaan ilustrasi baik foto atau gambar pada poster ini terlalu berlebihan atau terlalu banyak, sehingga pembaca kehilangan fokus, terlalu banyak pesan visual dan pembaca menjadi kebingungan dalam mengkaitkan gambar dan foto dengan bunyi *headlinenya*. Jika satu atau beberapa gambar itu dicopotpun tidak mempengaruhi pemahaman bagi *audien*. Peminat tertarik mendaftar tentu karena janji 'siap kerja' tersebut, sebagai sebuah impian bagi setiap orang yang belum bekerja. Andai gambar/foto lebih sedikit, memungkinkan headline memiliki ruang lebih luas untuk untuk diekspose lebih besar lagi.

Warna: Kombinasi warna yang digunakan, dominan warna-warna pastel, dengan kuning tua lebih menguasai area latar belakang. Kecerahan latar kuning tua dengan gradasi ke putih, nampak jelas agar gambar-gambar yang berwarna kuat dan pekat akan lebih menonjol. Efek dari penggunaan warna cerah pada latar guna menonjolkan gambar, nampak menimbulkan masalah bagi warna huruf. Jika huruf dibuat dengan warna gelap akan samar dengan gambar-gambar, jika dibuat putih terpaksa harus dibantu dengan outline tebal agar terbaca jelas.

Layout: *Layout* yang digunakan pada poster ini menggunakan jenis *layout* multipanel (foto dengan panel-panel bulat dan panel-panel kotak) dengan kombinasi *layout* siluet (bentuk yang di-*cropping*) pada obyek tokoh-tokoh karakter animasi. *Layout* dengan banyaknya unsur gambar dan foto, membuat seorang desainer jelas akan merasa terpaksa memuat semua keinginan penyelenggara, yang berefek kurang bagus bagi artistika sebuah poster. Kita tahu dan sadar, bahwa poster ditempel di luar ruang, pengendara motor atau mobil tentu tidak akan sempat melihat itu semua, kecuali yang sempat dibaca, yakni headline dan gambar yang besar. Secara keseluruhan *layout* poster ini berkesan ramai, padat dan semua unsur berebut menarik perhatian pembaca, sehingga semua berukuran hampir mirip besarnya, dan tidak tercipta kontras yang baik sebagai karya desain grafis atau komunikasi visual untuk media *outdoor*.

Poster 2: Pembuatan Gambar Penceritaan Animasi 2018



Gambar 2: Poster promosi tahun 2018

Analisis desain poster 2 sebagai media promosi:

Headline pada poster ini adalah Pembuatan Gambar Penceritaan Animasi. Apa yang ingin dipromosikan untuk menarik peminat pelatihan adalah judul, dan ilustrasi tangan memegang pensil dan beberapa panel berisi gambar. Sekilas jelas bahwa pelatihan ini memang untuk melatih peserta untuk *skill* gambar-menggambar, baik manual dan di-*finishing* dengan komputer nantinya. Dengan penjelasan gambar dan foto tangan tersebut, bagi peminat yang tidak tertarik dan merasa kurang pandai menggambar tentu berpikir dua kali untuk mendaftar. Gagasan poster ini meletakkan tangan memegang pensil dengan beberapa kotak gambar-gambar, cukup menarik, sekaligus sebagai peringatan bahwa pelatihan ini sarat dengan kegiatan menggambar. Kata 'gratis' di bawah kanan dengan latar merah cukup menarik, mau tidak mau pasti terbaca siapapun yang melihat poster tersebut. Sebagai alat membujuk peminat.

Analisis visual desain poster 2.

Huruf: Jenis huruf yang digunakan pada poster ini *sans serif* (huruf tanpa kait). *Sans serif* merupakan jenis huruf yang banyak digunakan untuk desain-desain modern saat ini. Berbeda dengan huruf serif yang berkesan klasik dan bernuansa old time (masa lalu). Dengan kurangnya kontras ukuran huruf (hampir sama besar semua hurufnya) pada poster ini akan mempersulit pembaca memulai dari mana membacanya. Yang jelas agak terlihat hanya kata-kata animasi jika dilihat dari kejauhan dan oleh para pengendara yang melintas atau melihat sekilas poster tersebut.

Ilustrasi: Ilustrasi yang digunakan pada poster ini cukup tepat dan mengena. Tangan memegang pensil dan contoh gambar beberapa panel. Panel-panel lain berwarna biru di sekitar gambar, sedikit membingungkan dan membuat orang bertanya-tanya, apa makna gambar-gambar pada lingkaran biru tersebut? Seandainya dihilangkanpun nyaris tidak memberi pengaruh apa-apa. Gambar samar-samar sebagai latar belakang disekitar foto tangan, jelas sebagai upaya mengisi ruang kosong semata.

Warna: Kombinasi warna yang digunakan, dominan warna-warna pastel, dengan kuning tua lebih menguasai area latar belakang. Kecerahan latar kuning tua dengan gradasi ke putih, Nampak jelas agar gambar-gambar yang berwarna kuat dan pekat akan lebih menonjol. Efek dari penggunaan warna cerah pada latar guna menonjolkan gambar, nampak menimbulkan masalah bagi warna huruf. Jika huruf dibuat dengan warna gelap akan samar dengan gambar-gambar, jika dibuat putih terpaksa harus dibantu dengan outline tebal agar terbaca jelas.

Layout: *Layout* yang digunakan pada poster ini menggunakan jenis *layout* multipanel (foto dengan panel-panel bulat dan panel-panel kotak) dengan kombinasi *layout* siluet (bentuk yang di-*cropping*) pada tangan memegang pensil, serta sentuhan *layout* sirkus (foto /gambar/huruf yang dimiring-miringkan) yakni pada contoh gambar *storyboard*.

Poster 3: Pembuatan Gerak Animasi 3 Dimensi 2019

Kementerian Perindustrian
Balai Cikat Industri Denpasar

Castle Production

PEMBUATAN GERAK ANIMASI 3DIMENSI

Di BDI Denpasar, Bali
8 Agustus - 4 September 2019

IPS & Characters courtesy of Castle Production & its clients

BATAS PENDAFTARAN :
20 Juli 2019
INFO : 0812-9579-1912
PENDAFTARAN
<https://bdidenpasar.kemperin.go.id/>

FASILITAS :

- Sertifikat
- Konsumsi
- Penggantian transport sesuai limit panitia
- Asrama
- Bagi yang memenuhi kualifikasi, selesai diklat akan disalurkan pada industri animasi dan multimedia

PERSYARATAN :

1. Laki-laki / Perempuan
2. Lulusan SMA / SMK / Sederajat
3. Tidak sedang bersekolah atau kuliah
4. Siap bekerja di Industri Animasi
5. Mempunyai minat di Animasi
6. Sehat Jasmani dan Rohani serta bebas dari Narkoba
7. Tes Kemampuan:
 - Mampu membuat animasi gerak dalam format 3 Dimensi
 - Menguasai salah satu software animasi

Tidak Dikenakan Biaya

Gambar 3: Poster promosi tahun 2019

Analisis desain poster 3 sebagai media promosi:

Headline pada poster ini adalah Pembuatan Gerak Animasi 3D. Apa yang ingin dipromosikan untuk menarik peminat pelatihan adalah judul. Sayangnya judul kurang besar sehingga dari kejauhan kurang menarik. Ilustrasi yang digunakan pada poster terlalu banyak atau ramai. Akan lebih baik jika judul yang dibuat besar dan kontras, daripada ruang halaman penuh sesak dengan gambar/foto, yang sesungguhnya bisa dikurangi lebih sederhana, atau jika tidak adapun tidak berpengaruh pada inti pesan. Penyelenggara harus bisa memahami, bahwa poster dibaca oleh khalayak luas yang sebagian mengendarai motor atau mobil. Gambar atau foto yang tunggal atau tidak terlalu ramai, dengan headline yang sangat besar akan lebih baik dalam menarik perhatian pada kesan pertama. Poster ini berkesan menarik perhatian pembaca pada gambar-gambar di tengah halaman. Terpusat ke sentral halaman, sehingga menjadi berkesan formal.

Analisis visual desain poster 3.

Huruf: Jenis huruf yang digunakan pada poster ini, sama dengan poster sebelumnya, yakni jenis *sans serif* (huruf tanpa kait). *Sans serif* merupakan jenis huruf yang banyak digunakan untuk desain-desain modern saat ini. Berbeda dengan huruf serif yang berkesan klasik dan bernuansa old time (masa lalu). Ukuran-ukuran huruf pada poster ini sekilas berukuran sama, atau kontras kurang tercipta, sehingga menjadi datar dilihat dari kejauhan.

Ilustrasi: Ilustrasi yang digunakan pada poster ini cukup ramai dan dipusatkan di tengah halaman. Poster ini berupaya menarik perhatian pembaca pada gambar daripada *headlinenya*.

Warna: Kombinasi warna yang digunakan didominasi warna putih pada latar belakang. Dengan dasar warna putih yang bersifat netral, unsur lain yang akan diletakan di depan tentu harus warna-warna kuat agar poster tidak berkesan datar dan pucat.

Layout: *Layout* yang digunakan pada poster ini menggunakan jenis *layout* multipanel (terdiri dari panel-panel kotak yang disatukan di bagian tengah poster) dengan kombinasi *layout* siluet (bentuk yang di-*cropping*) pada obyek karakter yang menonjol keluar kelompoknya di bagian kanan. *Layout* yang berpusat di tengah halaman ini, agak berbeda dengan poster sebelumnya. Penempatan logo penyelenggara bersifat standar, umumnya di atas atau di bagian bawah halaman.

Poster 4: Pembuatan Gerak Animasi 3 Dimensi 2020



Gambar 4: Poster promosi tahun 2020

Analisis desain poster 4 sebagai media promosi:

Headline pada poster ini adalah Pembuatan Gerak Animasi 3D. Sebagai sebuah poster, *headline* umumnya dibuat dengan ukuran huruf yang besar (kontras) dengan huruf-huruf lainnya. Kontras huruf pada judul memegang peranan penting guna menarik perhatian pembaca pada kesan pertama. Hal yang tidak lazim terjadi justru kata 'DIKLAT' yang dibesarkan atau sangat kontras. Mana yang menjadi daya tarik dan ingin dijual sesungguhnya dari poster ini? Kata 'Pembuatan Gerak Animasi 3D' atau kata 'DIKLAT' Mengapa di tahun 2020 kata diklat seperti ingin ditonjolkan, padahal di poster-poster sebelumnya itu tidak terjadi. Sebagai media promosinya sebaiknya gagasan menjual sebuah poster harus diarahkan kepada inti permasalahannya saja, bukan kata yang bersifat umum yang ditonjolkan, agar peminat dapat terpanggil dengan cepat. Membesarkan huruf pada tanggal penyelenggaraan sangatlah penting. Setelah pembaca membaca judulnya, untuk sebuah promosi acara atau kegiatan, tentu mereka akan mencari tahu bahkan mencatat, kapan acara di adakan. Poster ini cukup menarik, meletakkan tanggal acara dengan huruf yang cukup menonjol untuk bisa dibaca.

Analisis visual desain poster 4.

Huruf: Jenis huruf yang digunakan pada poster ini, sama dengan poster sebelumnya, yakni jenis *sans serif* (huruf tanpa kait). *Sans serif* merupakan jenis huruf yang banyak digunakan

untuk desain-desain modern saat ini. Berbeda dengan huruf serif yang berkesan klasik dan bernuansa *old time* (masa lalu).

Ilustrasi: Ilustrasi yang digunakan pada poster ini cukup kuat dan fokus. Tidak terlihat foto atau gambar lainnya yang ditampilkan. Membuat pembaca menjadi fokus akan lebih baik dibanding gambar yang terlalu banyak dan ramai, seperti pada poster lainnya.

Warna: Kombinasi warna yang digunakan, dominan warna-warna terang, dengan biru pucat dan hijau pucat pada latar belakang. Penggunaan warna ini jelas agar gambar-gambar yang berwarna kuat dan pekat akan lebih menonjol di depan. Warna huruf sangat kuat pada warna kata 'DIKLAT'. Sangat menonjol.

Layout: *Layout* yang digunakan pada poster ini menggunakan jenis *layout* siluet (bentuk yang di-*cropping*) pada tokoh karakter animasi 3D, di kiri halaman. Seperti poster lain sebelumnya, unsur *layout* lainnya adalah teks-teks yang bersifat informasi seperti, nomor telepon, *contact person*, logo penyelenggara atau logo sponsor, dan pesan-pesan pendukung lainnya.

KESIMPULAN

Hasil analisis menunjukkan bahwa desain poster media promosi yang digunakan oleh BDI Denpasar dan mitra industrinya sudah cukup efektif dan komunikatif dalam menyampaikan informasi diklat *3 in 1* kepada masyarakat, karena terbukti adanya respon dari masyarakat yang mau mendaftar sebagai peserta diklat *3 in 1*, yang jumlah peserta diklat kian waktu terus meningkat pada setiap periodenya.

Sebagai media promosi, empat poster tersebut di atas cukup menarik, sesuai dengan target *audien*-nya yakni kalangan generasi muda, terutama peminat bidang animasi. Dilihat dari isinya, promosinya bersifat non-komersil atau tidak mencari keuntungan finansial. Informasi pada setiap posternya cukup lengkap, artistiknya cukup baik dan akan lebih baik jika *headline-headline*-nya dibuat lebih besar, bahasa yang digunakan komunikatif, dan nilai membujuknya (*persuading*) cukup relevan, tidak berlebihan seperti pada promosi sebuah produk/jasa yang bersifat komersil dari sebuah perusahaan dengan *headline-headline* yang sangat merayu dan menjanjikan. Pada poster-poster diklat BDI Denpasar, yang menjadi *headline* justru materi pelatihannya langsung, tidak berusaha menciptakan *headline* lain yang penuh rayuan. Karena kegiatan promosi BDI Denpasar bersifat non-komersil, maka poster seperti ini sudah berfungsi menjalankan tugasnya, yakni menarik minat pelatihan dari kalangan generasi muda, memberikan informasi jadwal pelatihan dengan jelas, tentang cara mendaftar, kontak yang dapat dihubungi, dan penyelenggara sangat jelas dengan ditampilkannya logo departemen perindustrian.

Dari segi visual, empat poster tersebut tidak jauh berbeda antara satu sama lainnya, yakni warna dasar cerah, foto/gambar banyak ditampilkan dalam bentuk *cropping* untuk menambah daya tarik, penggunaan jenis hurufnya sama, yakni dari keluarga huruf *sans serif* (huruf tanpa kait), yang berbeda hanya pada warna huruf-hurufnya saja. BDI Denpasar tidak memiliki format *layout* yang baku atau standar, *layout*nya selalu berbeda untuk setiap *event*. Pada bentuk pelatihan yang samapun desainnya selalu berbeda, tidak lagi sama dengan poster yang dibuat sebelumnya atau yang dibuat tahun sebelumnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada keluarga besar BDI Denpasar yang telah membantu dalam memberikan informasi yang berkaitan dengan penelitian, khususnya kepada bagian pengembangan dan kerjasama industri yang didalamnya ada kegiatan promosi. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada pihak-pihak yang terlibat

dalam penulisan karya ilmiah ini ,terutama kepada rekan-rekan mitra industri yang memberikan informasi dan data berupa poster-poster yang pernah dijadikan sebagai media promosi.

DAFTAR RUJUKAN

- Adi Nugroho, Dkk., (2019). *Dasar Pengadaan dan Pengelolaan Jasa Desain di Indonesia*. Jakarta: Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF).
- Basu, Swasta dan Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty
- Enitria Astriani, Zakarias S Soeteja, Suryadi (2013), *Analisis Visual Poster Pertunjukan Teater Sunda Kiwari Tahun 1979-1995*. Jurnal Edukasi, Volume 1, Nomor 3, Oktober 2013
- Komang Juni Pariawan, I Nyoman Sila, Hardiman (2019), *Analisis Semiotika Poster Aksi Bali Tolak Reklamasi Karya Nobodycorp*. Jurnal Pendidikan Seni Rupa Undiksha Vol. 9(2), pp. 77-86, 2019 p-ISSN : 2613-960x ; e-ISSN : 2613-9596
- Prihartono.(2012), *Managemen Pelayanan Prima, Dilengkapi Dengan Etika Profesi Untuk Kinerja Kantor*. Bandung: Andi Offset
- Nana Sudjana dan Ahmad Rivai. (2010). *Media Pengajaran*. Bandung: Sinar Baru Algensindo
- Salandin, Djaslim. (2011). *Managemen Pemasaran*. Bandung: Agung Ilmu.
- Sriwitari, Ni Nyoman dan I Gusti Nyoman Widnyana. (2014). *Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyono, Rakhmat. (2010). *Desain Komunikasi Visual: Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, F. & Diana, A. (2015). *Pelanggan Puas? Tak Cukup! Plus: contoh spesifik riset kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan, strategi mewujudkan kepuasan pelanggan*. Yogyakarta: CV Andi Offset