

PENDEKATAN KREATIF DALAM PERANCANGAN POSTER UNTUK MENDORONG PEMAHAMAN MASYARAKAT PADA ISU SOSIAL

Bagus Insanu Rokhman

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain, Keselamatan Kerja dan Arsitektur,
Matana University

Email: bagusinsanurokhman@gmail.com

Abstrak

Poster adalah salah satu media komunikasi visual yang sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap berbagai isu sosial. Dalam konteks ini, karya poster dirancang dengan tujuan untuk membangkitkan kesadaran dan kepedulian masyarakat terhadap inklusivitas dan kesejahteraan penyandang disabilitas di seluruh dunia. Tema buta warna diangkat sebagai fokus utama dalam perancangan poster ini untuk menyoroti pentingnya representasi visual yang inklusif serta mendorong pemahaman masyarakat terhadap tantangan yang dihadapi oleh pengidap buta warna. Konsep visual dalam poster ini dirancang tidak hanya sebagai media edukasi tetapi juga sebagai alat untuk menginspirasi empati sosial. Poster yang dihasilkan dari proses kreatif ini kemudian diikutsertakan dalam *Bolu International Poster Design Competition*, sebuah ajang bergengsi yang diselenggarakan oleh Universitas Bolu Abant Iet Baysal, Turki. Kompetisi ini dipilih karena memiliki reputasi sebagai platform internasional yang menyoroti isu-isu sosial global, selaras dengan 17 Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) yang telah disepakati oleh PBB. Dalam proses perancangan, metode *design thinking* diterapkan untuk menghasilkan solusi desain yang efektif dan relevan. Hasil akhir dari proses ini adalah sebuah poster yang tidak hanya menyampaikan pesan inklusivitas tetapi juga menekankan pentingnya kesadaran sosial dalam kehidupan bermasyarakat. Poster ini diharapkan mampu memotivasi individu untuk lebih peduli dan bertindak nyata dalam mendukung kesetaraan dan inklusivitas di berbagai aspek kehidupan.

Kata Kunci: Poster, Inklusif, Sosial, SDGs, Masyarakat

Abstract

*Posters are one of the most effective visual communication media for raising public awareness of various social issues. In this context, a poster was designed with the aim of enhancing awareness and concern for inclusivity and the well-being of individuals with disabilities worldwide. The theme of color blindness was chosen as the primary focus of this design to highlight the importance of inclusive visual representation and to foster public understanding of the challenges faced by individuals with color blindness. The visual concept of this poster was designed not only as an educational medium but also as a tool to inspire social empathy. The resulting poster was submitted to the *Bolu International Poster Design Competition*, a prestigious event organized by Bolu Abant Iet Baysal University, Turkey. This competition was chosen for its reputation as an international platform highlighting global social issues, in alignment with the 17 Sustainable Development Goals (SDGs) set by the United Nations. During the design process, the design thinking method was applied to produce effective and relevant design solutions. The final outcome is a poster that not only conveys a message of inclusivity but also emphasizes the importance of social awareness in community life. This*

poster is expected to motivate individuals to be more concerned and take concrete actions in supporting equality and inclusivity across various aspects of life.

Keywords: *Poster, Inclusive, Social, SDGs, Society*

Correspondence author: *Bagus Insanu Rokhman, bagusinsanurokhman@gmail.com, Tangerang, Indonesia*



This work is licensed under a CC-BY-NC

PENDAHULUAN

Era modern dan digital kini telah menghadirkan tantangan dan peluang dalam penyampaian pesan bagi masyarakat. Poster, sebagai salah satu media komunikasi visual memiliki potensi besar untuk menjadi wadah dan alat yang berfungsi efektif dalam era ini. Sebagai media yang menggabungkan beberapa elemen grafis dan teks, Poster memiliki kemampuan yang memberikan edukasi, menarik perhatian, serta meningkatkan kesadaran terhadap berbagai isu sosial (Bowers & Lister, 2020). Dalam konteks global media berupa poster menjadi suatu alat yang penting dalam kampanye sosial yang bertujuan membangun kepedulian masyarakat terhadap isu - isu tertentu, seperti perubahan iklim, kesetaraan gender, serta kesehatan masyarakat (Landa, 2019). Desain poster mengalami transformasi signifikan dari waktu ke waktu, kemudahan distribusi melalui berbagai platform yang ada berupa media digital memungkinkan poster menjangkau audiens yang lebih luas. Melampaui batasan geografis dan demografis. Tetapi, keberhasilan sebuah perancangan poster tidak hanya ditentukan oleh luasnya distribusi poster tersebut. Namun, poster juga dipandang lebih jauh lagi melalui kekuatan desainnya (Holis, 2021). Pendekatan kreatif dalam perancangan poster menjadi penting dan relevan untuk menarik perhatian audiens ditengah gempuran arus informasi pada dunia saat ini melalui media digital yang terus berkembang (Heller & Fernandes, 2019). Poster bukan hanya menjadi media untuk menyalurkan kreativitas, tetapi juga sebagai sarana untuk meningkatkan kepedulian masyarakat terhadap pentingnya inklusivitas dan kesejahteraan bagi seluruh lapisan masyarakat. Masyarakat terbentuk sebagai kumpulan unik dalam suatu populasi melalui kesamaan konsep dan prinsip kebudayaan yang disepakati bersama (Rokhman, 2024).

Bolu International Poster Design Competition merupakan salah satu ajang yang mengapresiasi karya-karya desain poster bertaraf internasional. Kompetisi ini mengundang desainer dari seluruh dunia untuk meningkatkan kesadaran dan menarik perhatian pada isu-isu tertentu. Pameran poster tersebut diselenggarakan oleh Universitas Bolu Abant İzzet Baysal, Turki. Tema yang diangkat pada pameran kelima tersebut adalah *"The Place of Disabled Individuals in Society"*. Topik tersebut diambil dari 17 pembangunan berkelanjutan (SDGs) yang telah disepakati oleh PBB. Kompetisi desain poster ini memiliki peranan penting dalam menyampaikan dampak sosial yang luas bagi masyarakat. Studi kasus pada kompetisi dan pameran poster ini menawarkan peluang untuk menganalisis elemen kreatif yang digunakan dalam poster dan dampaknya terhadap peningkatan kesadaran masyarakat.

Dalam buku *"An Introduction to information design"* ada tiga jenis media informasi: 1) *Print-based information design*; 2) *Interactive information design*; 3) *Environmental information design*. Media informasi adalah alat grafis yang digunakan untuk mengumpulkan dan memproses kembali informasi visual. Media informasi juga merupakan upaya untuk menyampaikan pesan yang ingin disampaikan dengan baik kepada penerima (Coates & Ellison, 2014). Fenomena tersebut memperlihatkan adanya kontribusi yang kompleks dengan adanya keterkaitan antara media dan komunikasi sehingga media diartikan sebagai alat komunikasi. Media tidak hanya menjadi sarana untuk menyebarkan informasi, tetapi berperan penting dalam penghubung yang mengarahkan audiens pada pemahaman dan respons terhadap berbagai isu

sosial. Poster sebagai media yang dibahas khusus pada perancangan ini menjadi instrumen yang vital membentuk opini publik dan mempengaruhi persepsi masyarakat, terutama dalam konteks inklusifitas meningkatkan kesadaran masyarakat.

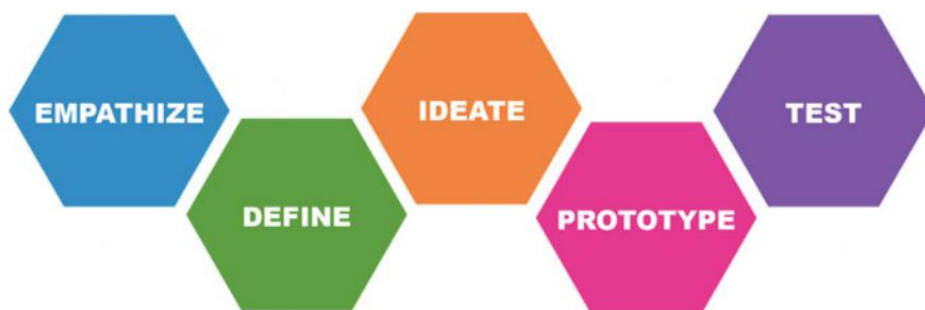
Sebagai alat komunikasi yang mampu memengaruhi opini publik secara luas, poster memiliki tujuan yang signifikan tidak hanya dalam menyampaikan pendapat, tetapi juga dalam membentuk opini publik dan memengaruhi pandangan masyarakat terhadap isu-isu penting. Dalam konteks ini, komunikasi menjadi dasar dari semua bentuk interaksi media, termasuk bagaimana media berfungsi sebagai panduan untuk membentuk realitas sosial. Hal ini menunjukkan bahwa media, baik tradisional maupun digital, memiliki kapasitas yang signifikan untuk menciptakan narasi dan memperkuat gagasan yang ingin disampaikan oleh masyarakat.

Keterikatan ini menggambarkan bagaimana media sebagai alat komunikasi memiliki kekuatan dalam membentuk realitas sosial dan memperkuat pesan yang disampaikan. Digitalisasi dalam media hanya cukup mengubah contoh informasi dari media cetak tradisional ke media *platform* baru. Media baru hanya akan menggantikan peralatan / *gadget* sebagai suatu kreasi yang ada untuk alat distribusi kepada media dan tidak akan menggantikan media yang sebenarnya. Media lama berubah masuk serta berpenetrasi dalam kemajuan media baru dan mengimplementasikan inovasi yang terkomputerisasi untuk setiap lini kreasi untuk setiap jalur produksi serta distribusi (Karman, 2017). Menurut (Sachari, 2007) kondisi lain dari perubahan budaya adalah jika perubahan tersebut dipandang sebagai pengaruh baru yang merupakan kelanjutan dari budaya lama, maka akan tercipta identitas baru yang walaupun ada, belum tentu terasa lebih “aman” dan cocok untuk masyarakat.

Poster, menurut (Putra, 2021) adalah gambar pada selembar kertas/media digital berukuran besar/portrait yang digantung atau ditempel di dinding atau permukaan lain. Sebuah poster umumnya berisi gambar ilustrasi dengan warna-warna yang indah dan beberapa teks maupun trademark. Poster berfungsi sebagai media untuk mengiklankan, menyampaikan propaganda, menyuarakan protes, dan berbagai tujuan lainnya dalam menyampaikan pesan. Perancangan ini bertujuan untuk merespons fenomena sosial di masyarakat, dengan fokus pada inklusivitas dan kesejahteraan penyandang disabilitas di seluruh dunia, guna menciptakan pemahaman yang lebih mendalam

METODE PENELITIAN

Design Thinking dari (Brown, 2009) diadaptasi dan dikembangkan pada metode perancangan ini. *Design Thinking* adalah metode penyelesaian suatu masalah yang berfokus pada pengguna yang terdiri dari lima tahap, yaitu: *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype* dan *test*. Hasilnya adalah sebuah poster yang mampu menyampaikan pesan inklusifitas bahwa kesadaran sosial untuk sesama manusia memiliki peranan penting dalam kehidupan bermasyarakat.



Sumber: Design Thinking Process Stanford University (2010)

Dengan memahami lima tahapan proses tersebut dalam perancangan, permasalahan kompleks yang dihadapi dapat diselesaikan (Dam & Siang, 2020). Salah satu tahapannya adalah:

Emphasize (Empati), yaitu tahap pengumpulan data yang bertujuan untuk memahami permasalahan terkait isu sosial dalam masyarakat. Konsep perancangan yang akan digunakan pada poster untuk mendorong pemahaman sosial pada masyarakat menggunakan metode konsep perancangan kreatif. Konsep perancangan ini berfokus pada kekuatan visual dan pesan yang akan disampaikan.

Define (Penentuan); tahap ini adalah proses menetapkan tujuan dari perancangan poster yang berfokus pada isu sosial, yang mencakup beberapa aspek berikut.

1. Melakukan analisis data melalui observasi dan penerapan analisis SWOT berdasarkan hasil penelitian sebelumnya.
2. Menentukan tujuan analisis SWOT untuk mengidentifikasi serta menetapkan keunikan perancangan ini dibandingkan dengan karya lainnya.
3. Menyusun *creative brief*.

Ideate (Ide), tahap ini merupakan tahap menghasilkan ide dan gagasan sebagai landasan dalam menciptakan prototipe media utama. Tahap ideate terdiri dari:

1. Menentukan topik pembahasan poster yang diterapkan
2. Pendekatan visual: Gaya desain yang relevan, sesuai dengan topik perancangan dan target audiens. Penyajian menggunakan teknik vector sebagai asset visual poster.

Prototype (Prototipe), tahap ini merupakan realisasi ide yang sudah tersusun ke dalam suatu objek fisik sehingga memberikan gambaran hasil akhir dari karya.

1. Konsep verbal: Mengungkap gagasan yang ingin ditampilkan.
2. Konsep visual: *Brainstorming*, *Sketch*, *Thumbnail*, *Digitalize*.
3. Konsep media: Mengungkap media yang akan digunakan untuk mendorong proses perancangan.

Test (Uji Coba); tahap ini merupakan proses akhir sebelum karya dipamerkan dan dinikmati oleh pengunjung. Tahap ini bertujuan memastikan tidak ada kesalahan dalam penyajian. Jika ditemukan kekeliruan, proses ini memungkinkan dilakukan pengulangan dan kembali ke tahap sebelumnya untuk perbaikan sebelum karya diimplementasikan dan dipamerkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perancangan poster memiliki peran yang sangat penting dalam menyampaikan pesan kepada publik. Tema yang diangkat dalam pembuatan poster ini berfokus pada isu buta warna. Tema ini didasarkan pada berbagai penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa buta warna adalah kondisi di mana seseorang mengalami kesulitan atau ketidakmampuan dalam membedakan warna di bawah cahaya normal. Lebih dari 300 juta orang di seluruh dunia mengalami kondisi ini, termasuk sekitar 8% pria (1 dari 12 orang) dan 0,5% wanita (1 dari 250 orang) (Birch, 2012). Buta warna adalah kelainan genetik yang berhubungan dengan kromosom X dan memengaruhi kedua mata, dengan tingkat prevalensi yang berbeda di setiap populasi (Fakorede, 2022). Gangguan ini dapat memengaruhi kemampuan seseorang dalam melakukan berbagai aktivitas, baik dalam kehidupan pribadi maupun pekerjaan (Jamil, 2024). Di Indonesia, prevalensi buta warna mencapai 0,7% (Kartika, 2014). Kondisi ini sering menjadi hambatan bagi seseorang dalam memilih jurusan pendidikan, terutama untuk profesi yang membutuhkan pengenalan warna dalam pekerjaannya. Namun, penelitian lain juga menunjukkan bahwa buta warna tidak memengaruhi kemampuan penglihatan lainnya, dan individu dengan gangguan penglihatan warna tetap dapat menjalani hidup dengan baik melalui beberapa penyesuaian dan dukungan (Poteat, 2012).

Berdasarkan beberapa hasil penelitian yang ada maka isu terhadap pengidap buta warna menjadi relevan untuk diangkat. Isu ini memiliki dampak signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan, terutama dalam bidang pendidikan dan pekerjaan. Tantangan yang dihadapi penderita buta warna dalam memilih jalur pendidikan atau profesi menjadi perhatian yang penting. Profesi yang mengandalkan kode warna, seperti desain, teknik, atau kedokteran, sering kali sulit diakses oleh mereka yang memiliki gangguan ini. Poster dengan tema ini dapat menjadi media strategis

untuk menyampaikan pesan edukasi sekaligus mendorong empati masyarakat terhadap isu tersebut.

Konsep Verbal

Pada perancangan poster ini tidak hanya berisi ajakan tetapi juga menyoroti empati sebagai sebuah langkah awal dalam membangun hubungan baik antar individu. Empati menjadi konsep penting dalam poster yang dirancang. Empati hanya dapat tumbuh ketika antar individu mampu mengatasi berbagai hambatan, berupa kesalahpahaman, prasangka, maupun stereotip yang seringkali menghalangi untuk memahami tiap individu.

Pesan utama yang coba disampaikan adalah pentingnya tindakan aktif untuk menghancurkan dinding kesalahpahaman yang seringkali bersifat tidak terlihat namun akan berdampak besar. Hambatan tersebut berupa asumsi yang keliru, komunikasi yang tidak efektif, atau kurangnya rasa ingin tahun terhadap latar belakang dan pengalaman orang lain. Maka dari hal tersebut dalam poster yang dirancang pesan verbal yang ditampilkan berupa kalimat *"Empathy begins when we break the barriers of misunderstanding"* dalam bahasa Indonesia memiliki arti "Empati dimulai ketika kita menghancurkan penghalang dari kesalahpahaman". Konsep verbal pada perancangan poster tersebut menggunakan bahasa Inggris yang menyesuaikan dengan target audience dan jangkauan penerimaan bahasa yang lebih luas.

Melalui poster ini pesan utama yang ingin disampaikan adalah pentingnya tindakan aktif dari masyarakat untuk terbuka terhadap perbedaan, meningkatkan komunikasi yang efektif, dan mulai menghargai keberagaman sebagai sumber kekuatan. Dengan begitu, empati tidak hanya menjadi sebuah nilai, tetapi juga praktik yang relevan dan akan terus diamalkan dalam kehidupan sehari-hari.

Konsep Visual

Konsep visual dalam sebuah poster untuk meningkatkan kesadaran sosial masyarakat dirancang untuk menciptakan komunikasi yang efektif melalui elemen visual yang kuat, relevan, dan mudah dipahami. Elemen visual perlu disesuaikan dengan karakteristik audiens target agar pesan yang disampaikan lebih tepat sasaran dan berdampak. Dengan pendekatan visual yang holistik diharapkan mampu menjadi katalis perubahan sosial yang positif.

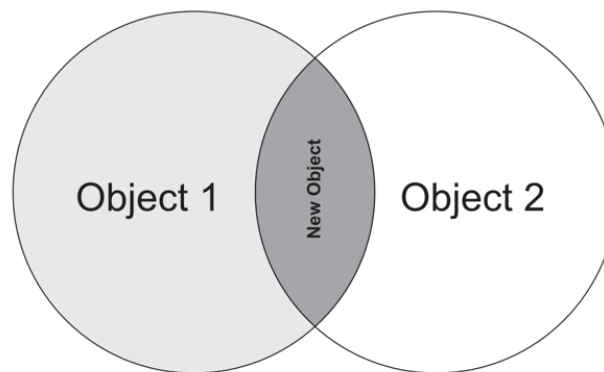
Pengidap buta warna menghadapi tantangan signifikan dalam memahami representasi visual dalam dunia nyata, terutama ketika warna digunakan sebagai elemen utama untuk membedakan atau menyampaikan informasi. Ketidakmampuan untuk membedakan warna tertentu, seperti merah dan hijau, dapat menyebabkan miskomunikasi visual dalam grafik, peta, atau diagram. Hal ini berdampak pada kemampuan untuk menginterpretasikan data dengan akurat, yang pada gilirannya memengaruhi proses pengambilan keputusan. (Nuñez, 2018) mengungkapkan bahwa desain visual yang tidak inklusif terhadap kebutuhan pengidap buta warna dapat menghambat aksesibilitas dan efisiensi pemahaman data, sehingga diperlukan pendekatan desain yang mempertimbangkan elemen seperti pola, tekstur, atau label tambahan untuk meningkatkan inklusivitas. Buta warna menjadi tema besar dalam proses perancangan poster ini, Hal ini menegaskan bahwa konsep visual serta representasi inklusifitas harus mampu mendorong pemahaman isu sosial masyarakat.

a. Aplikasi Perangkat Lunak

Mengungkap media yang akan digunakan untuk mendorong proses perancangan. Proses perancangan menggunakan aplikasi perangkat lunak Adobe Illustrator 2024. Penggunaan Illustrator karena pada poster tersebut menggunakan teknik vektor pada proses perancangannya. Sehingga aplikasi tersebut tepat untuk proses merancang poster tersebut. Teknik seperti layering, gradient, dan efek tipografi diterapkan untuk meningkatkan estetika dan daya tarik visual poster. Dengan teknik vektor hasil luaran yang dihasilkan akan sangat fleksibel dan dapat diterapkan dengan ukuran yang diinginkan.

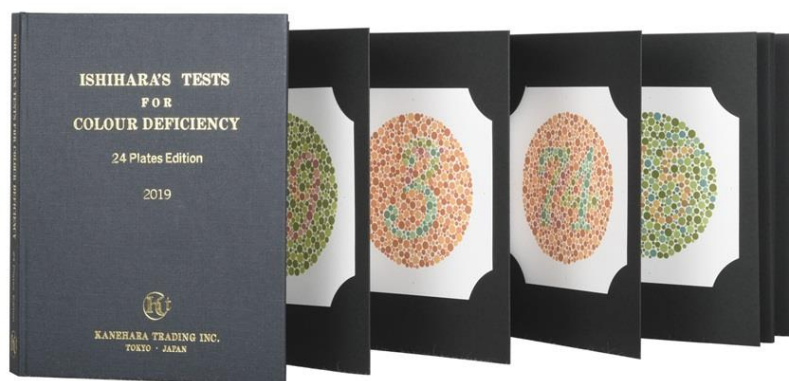
b. *Brainstorming*

Dalam membuat desain poster, penggabungan dua objek menjadi satu untuk membuat objek baru merupakan pendekatan kreatif yang dapat menciptakan makna visual yang lebih kuat dan unik. Proses ini melibatkan pengintegrasian unsur-unsur visual kedua objek dalam hal bentuk, warna, dan tekstur untuk menciptakan komposisi yang harmonis dan komunikatif. Objek baru yang dihasilkan tidak hanya memiliki fungsi estetika, tetapi juga menyampaikan pesan tersirat yang dapat memperkuat tujuan poster, seperti menyoroti konsep, ide, atau masalah sosial tertentu. Oleh karena itu, kombinasi ini merupakan strategi yang efektif untuk menarik perhatian audiens sekaligus menyampaikan pesan secara lebih mendalam.



Gambar 1. Brainstorming Poster

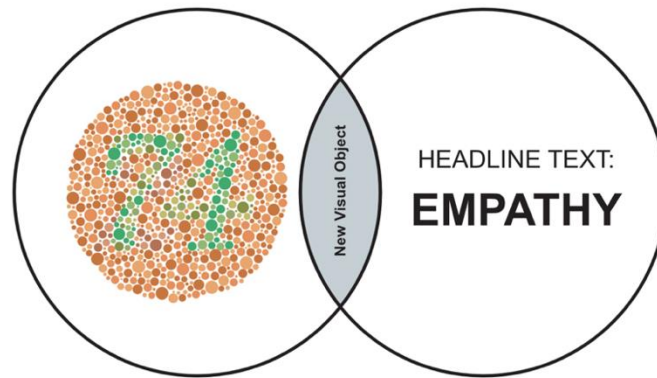
Proses brainstorming untuk menciptakan objek baru menggabungkan visual "Ishihara" test dengan teks "*Empathy*" dimulai dengan eksplorasi elemen-elemen unik dari masing-masing komponen. Visual Ishihara test, yang identik dengan pola titik-titik warna dalam lingkaran untuk menguji buta warna, memberikan inspirasi untuk menciptakan pola yang dinamis dan bermakna. Teks "*Empathy*" kemudian diintegrasikan dengan memanfaatkan teknik tipografi kreatif, di mana huruf-hurufnya disusun menggunakan pola titik warna seperti dalam Ishihara test.



Gambar 2. Ishihara Test

(Sumber: <https://www.colorlitelens.com/ishihara-color-blind-test-more>)

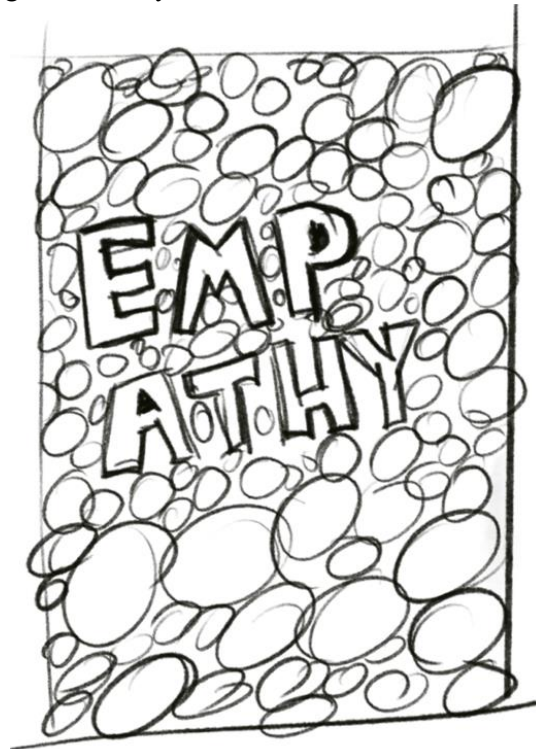
Selama brainstorming, fokus diarahkan pada cara menyampaikan pesan empati secara visual tanpa mengurangi esensi pola pengujian buta warna, sehingga menghasilkan objek baru yang menarik secara estetis dan bermakna secara sosial. Ide-ide yang muncul dievaluasi berdasarkan seberapa efektif pola dan teks tersebut mampu menarik perhatian audiens, memicu rasa ingin tahu, dan menyampaikan pesan tentang pentingnya empati melalui pendekatan visual yang inklusif dan inovatif.



Gambar 3. Penemuan Object Visual Baru Pada Poster

c. *Sketch*

Tahapan sketch dimulai dengan membuat sketsa kasar konsep visual yang menggabungkan pola Ishihara test dengan teks "*Empathy*." Langkah pertama adalah menggambar lingkaran sebagai elemen utama untuk pola titik-titik warna, mengikuti prinsip desain Ishihara test. Kemudian, huruf-huruf dalam kata "*Empathy*" dirancang di dalam lingkaran tersebut, menggunakan bentuk huruf sederhana agar pola titik dapat menyusunnya dengan jelas. Setiap huruf diberi ruang untuk disesuaikan dengan pola titik yang beragam dalam ukuran dan warna. Beberapa variasi pola dan komposisi dihasilkan dalam sketsa untuk mengeksplorasi keseimbangan antara teks dan pola visual, memastikan integrasi keduanya terlihat harmonis.

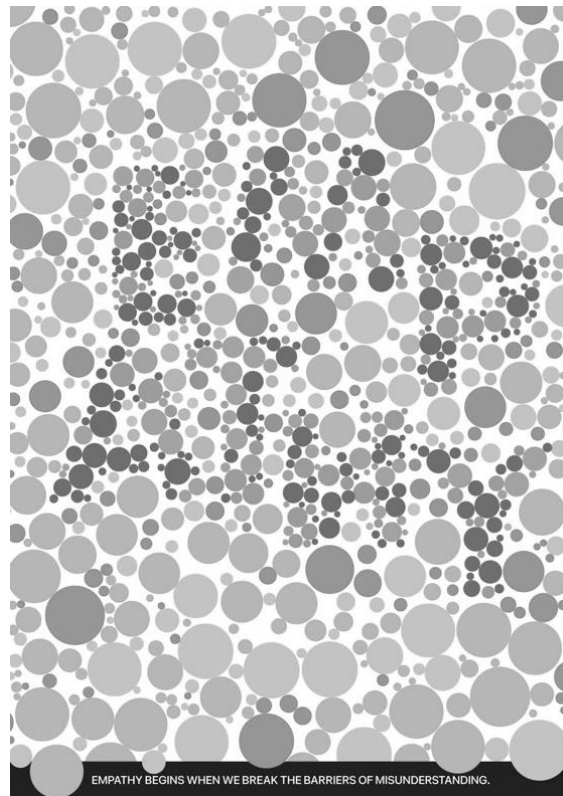


Gambar 4. Sketch Poster

d. *Thumbnail*

Pada tahap thumbnail, dibuat beberapa versi kecil dari desain dengan berbagai pendekatan tata letak dan komposisi. Pola titik warna diatur ulang untuk menguji efek visual yang berbeda, seperti apakah huruf "*Empathy*" lebih dominan atau lebih tersembunyi di antara pola titik.

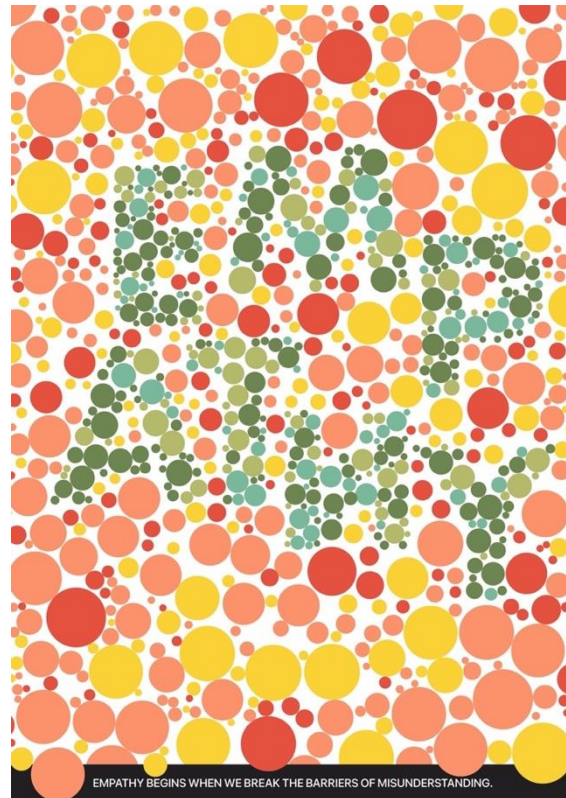
Lingkaran utama diperbesar atau diperkecil untuk melihat pengaruhnya terhadap estetika keseluruhan, sementara warna titik disusun untuk menciptakan kontras yang cukup agar teks tetap terlihat. Thumbnail ini memungkinkan eksplorasi cepat terhadap berbagai opsi desain dan membantu memilih versi yang paling menarik serta efektif dalam menyampaikan pesan empati secara visual.



Gambar 5. *Thumbnail Poster*

e. *Digitalize*

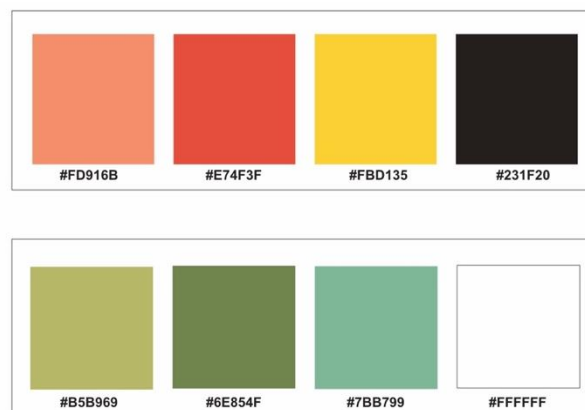
Desain lalu diejawantahkan untuk pengolahan lebih lanjut untuk menentukan warna yang sesuai. Menggunakan perangkat lunak desain grafis, pola titik warna dibuat dengan presisi, meniru elemen visual dari Ishihara test. Huruf-huruf "*Empathy*" diintegrasikan ke dalam pola menggunakan teknik tipografi digital, memastikan setiap titik terhubung secara visual dengan pola keseluruhan. Warna-warna dipilih dengan hati-hati untuk mempertahankan kontras dan keterbacaan teks, sambil menjaga keselarasan dengan tema inklusivitas. Tahap ini juga mencakup penyempurnaan detail, seperti pengaturan proporsi, warna, dan efek bayangan jika diperlukan, untuk menciptakan hasil akhir yang menarik secara estetis dan bermakna secara sosial.



Gambar 6. Final Poster

f. *Color*

Warna yang digunakan dalam poster terinspirasi oleh gaya visual tes Ishihara, yang terkenal sebagai metode untuk mengukur buta warna. Dengan mengadopsi pendekatan visual ini, poster tersebut secara tidak langsung mencerminkan palet warna dan pola yang dialami seseorang saat mengikuti tes buta warna. Pilihan desain ini tidak hanya menambah relevansi tematik poster, tetapi juga menciptakan pengalaman yang mendalam, sehingga audiens dapat lebih terhubung dengan konsep yang diusung. Dengan menggunakan skema warna yang demikian, poster bertujuan untuk membangun keterhubungan emosional yang lebih kuat serta meningkatkan kesadaran tentang tantangan yang dihadapi oleh individu dengan buta warna.



Gambar 7. Warna yang digunakan

g. *Font*

Poppins merupakan font *sans-serif* geometris yang dirancang oleh Ninad Kale. Font ini bersifat gratis dan *open-source*, sehingga dapat digunakan secara luas di berbagai belahan dunia. Dengan

desain lekukan yang elegan dan estetik, Poppins menjadi salah satu font yang paling diminati, khususnya dalam bidang desain website maupun bidang digital lainnya. Penggunaan font family ini relevan dengan visual poster yang dirancang. Mengedepankan arah visual yang bersih sehingga tidak ada kegagalan komunikasi visual antara kreator poster dengan audiens yang melihat poster tersebut.

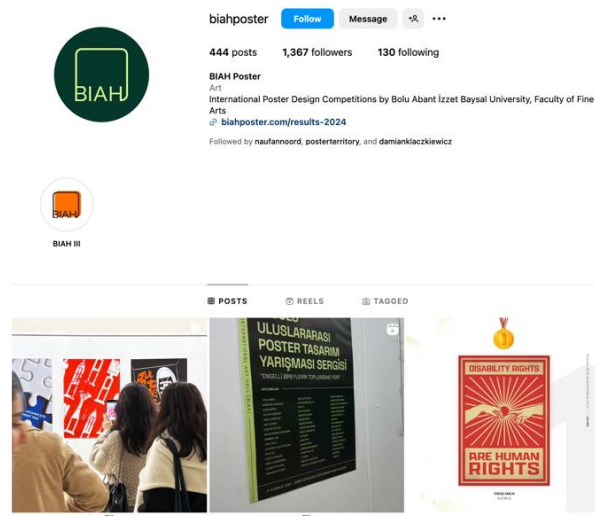


Gambar 8. Font Poppins
(Sumber: <https://befonts.com/poppins-font-family.html>)

Konsep Media

Tahapan konsep media untuk poster dalam *Bolu International Poster Design Competition* berupa:

1. Analisis pada tema kompetisi
Langkah pertama adalah memahami secara mendalam tema kompetisi yang berfokus pada isu sosial. Tema ini menjadi dasar penting dalam mengembangkan konsep media. Proses analisis melibatkan penelitian terhadap isu yang diangkat, identifikasi target audiens, serta konteks global yang relevan. Sebagai contoh, jika tema yang diusung berkaitan dengan inklusivitas, kajian akan difokuskan pada elemen visual dan pesan yang dapat menyampaikan makna inklusivitas secara efektif.
2. Evaluasi dan uji dampak
Poster yang telah melalui pengujian dampaknya pada audiens target, baik melalui simulasi maupun survei, akan mendapatkan umpan balik yang berharga. Umpan balik ini digunakan untuk melakukan revisi akhir, memastikan bahwa poster tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga efektif dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap tema yang diangkat.
3. Presentasi
Poster yang telah disempurnakan dipresentasikan sesuai dengan ketentuan kompetisi. File dikemas dalam format yang sesuai untuk dikirimkan ke *Bolu International Poster Design Competition*, disertai dengan deskripsi konsep yang menggambarkan elemen kreatif dan pesan yang ingin disampaikan. Poster dipamerkan dalam dua tipe, yaitu: pameran secara *online* melalui *website* serta *instagram* dan pameran *offline* yang diselenggarakan di Universitas Bolu Abant Ier Bays Turki. Daya tarik pameran ini adalah mengedepankan isu-isu sosial global, selaras dengan 17 Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) yang telah disepakati oleh PBB. Kedua pameran tersebut dapat menjangkau audiens yang luas utamanya melalui kanal online yang bisa diakses masyarakat luas, sehingga ide dan gagasan poster yang ditampilkan dapat menjangkau keseluruhan audiens.



Gambar 9. Online Exhibition



Gambar 10. Offline Exhibition

SIMPULAN

Media memiliki peranan penting sebagai media komunikasi. Pemilihan media yang tepat sangat penting karena mempermudah pesan yang ingin disampaikan dan dimengerti oleh audiens. Perubahan yang besar pada media digital menjadi yang utama bagi semua generasi. Pendekatan kreatif yang diwujudkan adalah pemilihan ide poster dan saluran media apa yang akan digunakan. Pameran poster internasional dengan tema yang relevan mampu menjangkau target audiens yang lebih luas. Poster merupakan sarana yang efektif untuk meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai isu sosial, termasuk kesadaran terhadap kondisi buta warna. Dengan tema inklusivitas, poster ini dirancang untuk mendorong pemahaman bahwa setiap individu memiliki tanggung jawab sosial untuk mendukung mereka yang hidup dengan keterbatasan penglihatan akibat buta warna. Selain menggambarkan realitas yang dihadapi oleh pengidap buta warna, poster ini juga memberikan representasi visual yang mampu mengedukasi masyarakat umum tentang tantangan yang mereka hadapi sehari-hari.

Dengan pendekatan yang komunikatif dan menarik, poster ini berpotensi menjadi alat untuk membangun empati dan kepedulian sosial. Mengangkat isu buta warna juga bertujuan untuk membuka mata masyarakat akan dampak signifikan dari kondisi ini terhadap kehidupan seseorang. Pengidap buta warna sering menghadapi kesulitan dalam memahami informasi visual, seperti warna pada rambu lalu lintas atau grafik data. Melalui poster ini, diharapkan masyarakat umum dapat lebih menyadari pentingnya menciptakan lingkungan yang inklusif dan aksesibel bagi semua orang. Poster ini juga mendorong setiap individu untuk menunjukkan kepedulian sosial melalui tindakan nyata, seperti mendukung pengembangan teknologi inklusif atau menyebarkan informasi yang mempertimbangkan kebutuhan pengidap buta warna. Pesan

inklusivitas ini mengingatkan kita bahwa empati dan rasa sosial adalah kunci dalam menciptakan masyarakat yang lebih adil dan setara.

DAFTAR PUSTAKA

- Birch, J. (2012). *Worldwide prevalence of red-green color deficiency*. In *Journal of the Optical Society of America A* (Vol. 29, Issue 3, p. 313). Optica Publishing Group. <https://doi.org/10.1364/josaa.29.000313>
- Brown, T. (2009). *Change by design: How design thinking creates new alternatives for business and society*. Collins Business.
- Bowers, J., & Lister, M. (2020). *Visual Communication: Theory and Practice*. Routledge.
- Coates K and Ellison A. (2014) *An Introduction to Information Design*. London: Laurence King Publishing Ltd.
- Dam, R. F., & Siang, T. Y. 2020, *5 Stages in the Design Thinking Process*. *Interaction Design Foundation*. <https://www.interactiondesign.org/literature/article/5stagesinthedesignthinkingprocess>
- Fakorede, S. T., Akpan, L. G., Adekoya, K. O., & Oboh, B. (2022). *Prevalence and population genetic data of colour vision deficiency among students from selected tertiary institutions in Lagos State, Nigeria*. In *Egyptian Journal of Medical Human Genetics* (Vol. 23, Issue 1). Springer Science and Business Media LLC. <https://doi.org/10.1186/s43042-022-00287-9>
- Heller, S & Fernandes, T. (2015). *Becoming a graphic designer: A guide to careers in design* (5th ed.). John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey
- Hollis, R. (2021). *Graphic Design: A Concise History*. Thames & Hudson.
- Nuñez, J. R., Anderton, C. R., & Renslow, R. S. (2018). *Optimizing colormaps with consideration for color vision deficiency to enable accurate interpretation of scientific data*. *arXiv preprint arXiv:1712.01662*
- Kartika, K.K, Yenni, Halim, Y. (2014). “Patofisiologi dan Diagnosis Buta Warna”, *Cermin Dunia Kedokteran*. Jakarta, vol.41, No.4, pp.268-271, 2014.
- Jamil, A., & Denes, G. (2024). *Investigating Color-Blind User-Interface Accessibility via Simulated Interfaces*. In *Computers* (Vol. 13, Issue 2, p. 53). MDPI AG. <https://doi.org/10.3390/computers13020053>
- Landa, R. (2019). *Graphic Design Solutions*. Cengage Learning.
- Sanyoto, S. E. (2006). *Metode Perancangan Komunikasi Visual Periklanan*. Dimensi Press.
- Stanford D School. (2010). *An introduction to design thinking—Process guide*. In Hasso Plattner Institute of Design at Stanford University. Retrieved from <https://dschool-old.stanford.edu/sandbox/groups/designresources/wiki/36873/attachments/74b3d/ModeGuideBOOTCAMP2010L.pdf>.
- Poteat, V. P., & Spanierman, L. B. (2012). *Modern Racism Attitudes Among White Students: The Role of Dominance and Authoritarianism and the Mediating Effects of Racial Color-Blindness*. In *The Journal of Social Psychology* (Vol. 152, Issue 6, pp. 758–774). Informa UK Limited. <https://doi.org/10.1080/00224545.2012.700966>
- Putra, R. W. (2021). *Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan*. Penerbit Andi.
- Rokhman, B. I., & Haswanto, N. (2024). *Perancangan Website Kuliner Pecel Madiun Sebagai Media Pelestarian Warisan Budaya Tak Benda Indonesia*. In *Malcom: Indonesian Journal of Machine Learning and Computer Science* (Vol. 4 Issue 1, pp. 212-223). Institut Riset dan Publikasi Indonesia. <https://doi.org/10.57152/malcom.v4i1.1055>.
- Saini, S., Elvie, F.D., & Ita, S. (2022). *Evaluasi Pemeriksaan Tes Buta Warna Menggunakan Metode Ishihara Berbasis Google Form Menggunakan Buku Ishihara*. *Indonesian Journal of Pharmaceutical Education*, 2(1), 42-51.