

ANALISIS TANDA VISUAL *CHANNEL IDENTITY* MTV (MUSIC TELEVISION) INDONESIA

Aji Windu Viatra^{*)}

Abstract

The Analysis of MTV (Music Television) Indonesia Channel Identity Visual Symbol. Channel identity can create picture, image, character and identity of a television station. MTV has made the best use of this form of corporate promotion program. Through their channel identity, MTV created images and pictures in accordance with their basic concepts. This research analyzed the MTV (Music Television) channel identity and logo. The analysis procedure carried on the MTV logos including MTV Indonesia, MTV China, MTV Russia, MTV United Kingdom, MTV Japan, and MTV India. This study used a multidisciplinary approach namely the historical, aesthetics, and semiotics approach. The method used in this research was qualitative method, with analytic descriptive analysis. The data was collected through literature study and observation. The data then grouped according to the basic concepts of MTV local culture exploration, and studied by looking at the process of visual idiom design concepts, shapes, characters, colors, and work techniques. The result of this research is interpretation of the visual sign and meaning of the MTV logo as a visual communication media and mass communication which contained certain value and meaning to persuade their audiens.

Keywords: *channel identity, logo, MTV (music television), MTV Indonesia*

Abstrak

Analisis Tanda Visual Channel Identity MTV (Music Television) Indonesia. *Channel identity* stasiun televisi dapat membentuk citra, *image*, karakter dan menjadi identitas sebuah stasiun televisi. MTV telah memanfaatkan sebaik mungkin bentuk program promosi korporat ini. Melalui *channel identity*, MTV membentuk *image* dan citra sesuai dengan konsep dasar yang dimiliki. Penelitian ini menganalisis *channel identity* dan logo stasiun televisi MTV (Music Television). Analisis makna dilakukan pada logo MTV beberapa negara yaitu MTV Indonesia, MTV China, MTV Rusia, MTV United Kingdom, MTV Jepang, dan MTV India. Kajian ini menggunakan pendekatan multidisiplin, yakni pendekatan historis, estetika, dan semiotika. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif, dengan analisis deskriptif analitik. Data dikumpulkan melalui studi pustaka dan observasi. Data dikelompokkan sesuai dengan konsep dasar eksplorasi budaya lokal MTV, yang akan dikaji dengan melihat pada proses konsep perancangan idiom visual, bentuk, karakter, warna, dan teknik pengerjaan. Hasil dari penelitian ini adalah interpretasi makna tanda-tanda visual yang digunakan pada logo MTV sebagai media komunikasi visual dan komunikasi massa yang mengandung nilai dan makna tertentu sebagai langkah persuasi kepada pemirsanya.

Kata kunci: *channel identity, logo, MTV (music television), MTV Indonesia*

^{*)} Jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Pemerintahan dan Budaya, Universitas Indo Global Mandiri, Palembang
e-mail: w1ndoe@yahoo.comcom

Pendahuluan

Pertumbuhan teknologi baru mengalir tanpa ada yang dapat menghentikannya, manfaatnya pun dapat kita rasakan di kehidupan sehari-hari. Di berbagai bidang ilmu pun teknologi selalu mengikuti dan memberikan pengaruh besar bagi peradaban manusia. Teknologi dapat menambah kemampuan manusia dan bahkan memberikan kerugian terhadap manusia itu sendiri. Perkembangan desain grafis juga sangat dipengaruhi oleh teknologi. Ketika penemuan metode cetak, mesin, fotografi, dan komputer makin menambah gairah para desainer dalam menyambung dan mengungkapkan ide-ide segar dan kreatif memiliki nilai guna terhadap masyarakat. Perjalanan teknologi perkembangannya membawa pengaruh terhadap ide, gaya, dan ekspresi para desainer grafis dari masa ke masa. Tidak lepas juga pengaruh dari dunia seni, karena desain grafis juga mempunyai unsur seni terutama pada gaya yang ditampilkan, dari keinginan produsen atau pedagang untuk menyampaikan kepada masyarakat hingga menjadi salah satu bidang ilmu yang sekarang hampir menyebar ke seluruh dunia yaitu Desain Grafis.

Televisi merupakan salah satu teknologi yang telah berkembang sangat pesat dari waktu ke waktu dan menjadi bagian kehidupan manusia, bahkan telah menjadi tempat mata pencaharian dan bermanfaat besar bagi pihak-pihak yang berkepentingan dengannya. Televisi tidak hanya sebagai hiburan untuk dilihat atau ditonton tetapi juga menjadi media informasi dalam jangkauan cukup luas dan menginformasikan wacana, berita, dan info berbagai bidang antara lain: sosial, agama, politik, ekonomi, olahraga, budaya, musik, seni, dan pendidikan. Begitu besarnya manfaat televisi bagi manusia, bahkan memberikan pengaruh kepada para desainer grafis dalam menuangkan ide-ide kreatif mereka dan sebagai salah satu media massa yang efektif dikarenakan jangkauan sangat luas dan tanpa batas tingkatan.

Dunia periklanan nampaknya yang paling membutuhkan desain grafis. Bahkan terutama untuk iklan cetak, iklan televisi dan desain grafis menjadi ujung tombaknya. Iklan merupakan salah satu bentuk komunikasi antara produsen (komunikator) dengan konsumen (komunikan), iklan juga merupakan dari sebuah bisnis sehingga dapat dikatakan sebagai berikut: *“Advertising is form of communication. An advertisement that does not communicate is a waste of money.”* Periklanan adalah sebuah bentuk komunikasi. Sebuah iklan yang tidak komunikatif adalah hanya memboroskan uang saja (Bolen, 1984).

Negara Indonesia sebagai negara yang sedang berkembang dalam berbagai bidang telah memiliki beberapa stasiun televisi meskipun secara resmi siaran televisi mengudara dalam jangkauan terbatas pada tahun 1962, tepat 100 tahun setelah Abbe Casseli menemukan alat-alat pengirim gambar (Sutisno, 1993). Selanjutnya menjelang era tinggal landas mulai juga dioperasikan badan penyiaran televisi swasta bahkan masyarakat Indonesia pun telah menerima siaran stasiun televisi luar negeri melalui satelit-satelit dengan cara antena parabola, televisi kabel dan lain-lain, meskipun harus membayar iuran secara bertahap yang didirikan oleh usaha swasta di Indonesia. Stasiun Televisi dari luar negeri itu antara lain: MTV, CNN, ESPN, Channel V, BBC, TV 5, TV 3, NHK Japan, Discovery, dan Net Work (TNT).

Stasiun televisi memiliki programnya secara mandiri atau secara khusus menyiarkan dalam satu bidang seperti: Berita, Ilmu Pengetahuan dan Seni, Film, Olahraga, dan Musik. Ada pula stasiun televisi yang menyiarkan program mencakup hampir keseluruhan bidang program siaran kepada masyarakat sebagai penonton. Bagi desain grafis, televisi menjadi lahan yang subur selain media cetak sebab begitu banyak hal yang dapat dilakukan oleh desainer dan telah menjadi bagian komponen televisi. Para produsen industri juga memanfaatkan televisi untuk mengiklankan produk dan jasa. Perkembangan teknologi komunikasi membawa dampak besar pada dunia periklanan.

Media televisi merupakan sarana promosi yang tepat untuk program promosi sebuah perusahaan maupun pihak yang berkepentingan lain. Para produsen menilai televisi telah menjadi suatu barang elektronik penuh dengan berbagai informasi yang cukup efektif meskipun memakan biaya yang lumayan tidak sedikit. Televisi bagi praktisi dunia periklanan sendiri muncul polemik yang menyatakan bahwa televisi merupakan media yang sempurna untuk pameran, daripada menjual sesuatu iklan televisi adalah pemborosan besar (Lawrs, 1988).

Masa perkembangan desain grafis di dalam televisi pada awalnya mengalami berbagai kendala cukup kompleks ketika keraguan diberikan oleh pihak pengelola stasiun televisi dan pihak-pihak yang meremehkannya ditambah biaya produksi rendah dan sumber daya yang tidak sesuai. Stasiun televisi menganggap grafis tidak begitu penting dalam sebuah siaran televisi, namun setelah pembuktian yang dilakukan oleh Richard Levin membawa grafis ke dalam dunia televisi telah memberikan perubahan besar bagi perkembangan desain grafis. Dan para pelopor televisi grafis lainnya pun memberikan andil juga seperti Saul Bass, Bernard Lodge, Martin Lambie-Nairn dan desain grafis lainnya (Douglas Merrit, 1987).

Desain grafis di dalam televisi merupakan salah satu media komunikasi visual, tidak hanya sebagai rancangan pelengkap saja melainkan dapat memberikan makna, *image* dan citra sebuah stasiun televisi. Perkembangan televisi dipengaruhi oleh teknologi yang telah maju pesat, ketika televisi warna, komputer memberikan rasa baru, memberikan ide-ide segar, dan kreatif bagi desainer. Desain grafis merancang berbagai kebutuhan dalam siaran televisi seperti: perancangan *channel identity*, *news title*, *title sequence*, *opening tune programme*, *closed title* dan lain-lain. Penelitian ini menganalisis *channel identity* sebuah stasiun televisi yaitu MTV (*Music Television*), sebab begitu banyak hal kontribusi yang dapat dilakukan oleh desain grafis pada televisi sehingga perlu adanya batasan masalah dalam penelitian ini.

Channel identity stasiun televisi merupakan hal yang sangat penting yang dapat membentuk citra, *image*, karakter dan sebagai identitas sebuah stasiun televisi. Berdasarkan Kamus Istilah Periklanan Indonesia (1996) pengertian spot (iklan kilas) adalah ruang iklan di radio atau televisi yang diisi dengan tayangan iklan atau pesan layanan masyarakat. Sedangkan dalam pengertian secara audio visual yakni iklan dalam tayangan acara atau di antara dua mata acara di televisi atau radio.

Perancangan *channel identity* dalam segi teknis proses penciptaannya melalui berbagai macam penggabungan metode teknis, antara lain gambar, fotografi, sinematografi, animasi dan komputer. Keberadaan animasi dalam dunia iklan sering kita jumpai hampir di seluruh iklan televisi komersial dan iklan layanan masyarakat.



Gambar 1. Logo MTV (Music Television) di Beberapa Negara
(Sumber: Layout kombinasi logo MTV, Aji Windu Viatra)

MTV merupakan salah satu stasiun televisi baru di Indonesia meskipun telah dikenal oleh masyarakat Indonesia sebelumnya dan hampir secara keseluruhan telah memiliki cabang stasiun televisi di negara lain. MTV sebagai televisi kabel yang memprogram siarannya secara khusus mengenai musik. Hampir empat dekade lebih MTV berdiri dan memberikan perubahan yang besar bagi perkembangan musik di dunia dan menitikberatkan audiensnya terhadap khalayak muda. Logo MTV melalui spot *channel identity* menampilkan berbagai macam gaya tampilan yang berbeda-beda sehingga dapat menimbulkan banyak asumsi dan berbagai pendapat di masyarakat.



Gambar 2. *Channel Identity* MTV “MTV Indonesia”, Durasi 10 detik
(Sumber: Capture Global TV & MTV Indonesia)

Spot *channel identity* MTV begitu banyak variasi seakan-akan tanpa suatu ikatan terhadap citra stasiun televisi dan setiap negara yang memiliki MTV dalam spotnya memiliki tampilan

yang berbeda-beda. Logo yang ditampilkan oleh MTV dalam spot-spotnya selalu mengalami perubahan secara visual walaupun kadang tidak mengubah bentuk aslinya, hanya gaya tampilan dan warna. Penerapan tata desain logo apakah ini sesuai dengan ketentuan secara teoritis yang berlaku. Logo sebagai identitas sebuah perusahaan merupakan elemen yang sangat penting karena dapat mencerminkan citra dan image perusahaan. Salah satu faktor inilah yang dijadikan bahan penelitian untuk dianalisis secara deskriptif.

Metode

Metodologi berasal dari dua kata dasar, yaitu *methodes* dan *logos* secara etimologi. Kata *methodes* berarti cara berpikir menggunakan perkataan, sedangkan *logos* dalam bahasa Inggris berarti ilmu. Secara lengkap metodologi dapat diartikan sebagai suatu ilmu yang menganalisis cara-cara atau metode yang harus dilakukan dalam penelitian dengan tujuan untuk memperoleh kebenaran. Metodologi penelitian ini dipergunakan untuk menguraikan masalah yang ditarik dari berbagai fakta, yang berhasil dikumpulkan baik dari hasil penelitian pustaka maupun penelitian lapangan agar diperoleh suatu kesimpulan atau sekaligus menguji hipotesis yang telah ada. Metode yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Metode Pengumpulan Data

Metode ini merupakan cara yang dipakai dalam pengumpulan data untuk diperlukan dalam penelitian ini. Hal ini dipertegas oleh Winarno Surachmad (1978) dalam bukunya Dasar dan Teknik *Research* yang menyatakan: "Cara utama yang dipergunakan untuk mencapai tujuan, misalnya untuk menguji serangkaian hipotesis, dan dengan menggunakan teknik serta alat-alat tertentu".

Pengumpulan data dalam penelitian ini ditujukan untuk memperoleh data-data relevan dengan topik penelitian ini, sehingga memiliki keakuratan dan reliabilitas yang baik. Dalam mengumpulkan data-data yang dibutuhkan, penelitian ini mempergunakan beberapa metode sebagai berikut:

a. Metode Observasi

Dalam penelitian ilmiah, metode observasi merupakan metode yang melakukan pengenalan terhadap berbagai fenomena-fenomena yang berhubungan dengan objek penelitian. Langkah ini mampu menjadi sumber data yang baik, seperti ditulis oleh Sutrisno Hadi (1983), bahwa pengertian metode observasi adalah metode ilmiah observasi biasa diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan dengan sistematis fenomena-fenomena yang diselidiki.

b. Metode Interview

Batasan tentang metode interview ini disampaikan oleh Sutrisno Hadi (1983) sebagai berikut: "interview dipandang sebagai metode pengumpulan data dengan jalan tanya jawab sepihak yang dikerjakan dengan sistematis dan berlandaskan kepada tujuan penelitian", ditambahkan bahwa penggolongan fungsi interview meliputi antara lain:

1. Sebagai metode primer; bila interview dijadikan satu-satunya alat pengumpulan data atau sebagai metode yang diberikan kedudukan paling utama dalam serangkaian metode-metode pengumpulan data yang lainnya.
2. Sebagai metode pelengkap; bila interview digunakan sebagai pencari kebenaran informasi yang tidak dapat diperoleh dengan cara lainnya.
3. Sebagai kriterium; bila interview digunakan untuk menguji kebenaran dan memantapkan suatu data yang telah diperoleh dengan cara lain seperti observasi, test, kuesioner dan sebagainya.

Penelitian ini, metode interview merupakan metode pelengkap dari beberapa metode yang telah ditemukan diatas. Metode ini digunakan untuk memperoleh metode-metode diatas dengan jalan melakukan interview langsung dengan kalangan akademis, para desainer grafis dan orang-orang yang memiliki hubungan dengan penelitian.

c. Metode Dokumentasi

Menurut Winarno Surachmad (1978), metode dokumentasi adalah cara-cara yang diperlukan pada suatu penelitian dengan jalan mendokumentasikan sesuatu data yang dianggap penting. Metode ini ditempuh sebagai salah satu cara yang diperlukan dalam mengumpulkan data bersifat visual seperti gambar atau foto-foto, maupun literatur-literatur yang berfungsi untuk melengkapi data-data lain. Metode dokumentasi dilakukan dalam penelitian ini menggunakan alat pencatat dokumen seperti VCR (*Video Cassette Recorder*) dan *TV Tuner*, komputer dan *Video Capture*. Jadi metode dokumentasi dipakai dalam penelitian ini dengan bertujuan menganalisis data-data yang didapatkan dan meninjau elemen-elemen visual utama dari sisi teknik pembuatannya.

2. Metode Deskriptif Analisis Data

Analisis data merupakan cara atau langkah pemikiran dalam suatu penelitian untuk mengolah data yang berhasil dikumpulkan dan merupakan tindak lanjut untuk memperoleh jawaban yang akan disimpulkan dengan tujuan agar peneliti dapat menjelaskan tentang hal-hal menjadi pokok-pokok permasalahan dalam penelitian. Metode deskriptif analisis data digunakan untuk membuat gambaran analisis secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta dan data-data yang diperoleh.

Penelitian ini juga menggunakan jenis metode analisis kualitatif yaitu proses analisis dengan menggunakan data yang diperoleh, kemudian dilakukan seleksi untuk mencari sampel yang dianggap memenuhi kriteria yang telah ditetapkan sebagai tujuan dari penelitian ini, sehingga jalannya penelitian ini dapat berjalan sesuai dengan tujuan semula.

3. Metode Laporan Penelitian

Pencapaian data yang baik dan sistematis peneliti melakukan beberapa tahapan dalam melakukan atau melaksanakan penelitian ini, terdiri dari atas pengambilan data yang diperoleh sebagai berikut:

a. Pengumpulan data

Langkah pertama tahap ini adalah dengan pengumpulan data-data yang berhubungan dengan tema penelitian yaitu *channel identity* dan data MTV. Kemudian melakukan proses pendokumentasian data verbal dan data visual yang diperoleh. Metode ini juga meliputi literatur-literatur menjadi landasan teori dan kerangka pemikiran, dalam merumuskan dan menganalisis data-data.

Data-data yang telah didapatkan adalah sebagai berikut: data visual, data verbal, data literatur. Setiap data-data dan sampel yang diteliti akan diinterpretasikan dengan cara:

1. Mengidentifikasi elemen-elemen visual yang ada dalam *channel identity* dengan mengambil elemen-elemen visual dominan.
2. Menganalisa makna dalam elemen-elemen tersebut. Elemen-elemen visual akan didekonstruksikan kemudian dicari fungsinya sebagai pembawa pesan dari sudut tinjauan semiotika visual.
3. Menganalisa hubungan antar elemen dengan makna, sehingga ditemukan makna utama dari sample-sample *channel identity* tersebut. Dari proses ini akan diketahui dampak yang ditunjukkan oleh MTV dalam mempersuasi pemirsanya.
4. Mengambil kesimpulan, pengaruh, peranan, fungsi dan tujuan dalam penciptaan *channel identity* sebuah stasiun televisi sebagai identitas perusahaan.

Hasil dan Pembahasan

Analisis Obyek Penelitian

Brand sebagai identitas mempunyai tujuan agar dikenal, diketahui dan menunjukkan perbedaan dengan tampil beda. Identitas telah menyatu ke dalam segala hal. Perusahaan untuk memenuhi kebutuhan ungkapkan identitas diri, banyak melakukan berbagai cara agar dapat dikenal orang lain dan mencapai tujuan organisasi sesuai dengan visi dan misi perusahaan. Setiap perusahaan barang dan jasa membutuhkan program promosi berupa periklanan.

Iklan memiliki fungsi untuk mengkomunikasikan pesan iklan sebagai salah satu bentuk komunikasi. Periklanan dirancang dan ditempatkan pada berbagai media. Perusahaan stasiun televisi juga memerlukan periklanan, dalam mengiklankan stasiun televisi tersebut pihak stasiun televisi mempunyai cara fungsi pasar berbeda yang diperankan oleh iklan. Periklanan dalam perusahaan ini termasuk iklan konstitusional atau biasa disebut iklan korporat, seperti dijabarkan Williams Wells, John Burnett dan Sandra Monarty dalam bukunya "*Advertising Principles and Practice*" (1988). Tujuannya adalah untuk mempromosikan organisasi perusahaan dan menampilkan *image*, citra yang tinggi bukan menjual produk tertentu. Iklan korporat juga berusaha untuk menciptakan sebuah *image* menyenangkan dari sebuah perusahaan. Hal yang sama telah dilakukan MTV untuk *channel identity*-nya.

MTV merupakan televisi kabel paling berpengaruh dengan memulai konsep program musik. Jaringan kabel MTV diluncurkan pada 1 Agustus 1981, di New York, Amerika Serikat. MTV

mengandalkan video musik menuju sukses besar, seiring waktu perkembangannya telah merambah ke segala penjuru dunia, dan telah memasuki negara Eropa, negara Asia dan wilayah regional. MTV dengan mereknya yang mengglobal telah melakukan pendekatan cukup efektif dengan budaya lokal.

Berawal pada musik sebagai ide konsep awal dengan mengembangkan program-program inovatif walaupun terdapat perubahan arah materi acaranya. MTV telah berubah secara alami menjadi sebuah tren gaya hidup khususnya memasuki pergaulan anak-anak remaja di dunia. Di mana pun jaringan kabel musik ini berada, MTV memiliki cara unik dalam memperkenalkan dirinya. Logo MTV ditampilkan selalu berbeda dengan visual yang kadang mewakili tempat tersebut. Metode adaptasi ini sebagai ciri khas dalam menciptakan suasana akrab dengan mengungkapkan identitasnya.

Desain grafis memberikan kontribusi besar bagi perkembangan dan kelangsungan sebuah stasiun televisi. Para pihak stasiun televisi menyadari dan memahami akan hadirnya para desain grafis menciptakan peningkatan salah satunya dalam pendapatan perusahaan, sehingga mereka membangun divisi khusus untuk televisi grafisnya. Dunia pertelevisian harus memiliki suatu perubahan yang selalu inovatif dalam program acara dan program promosinya untuk mengiklankan salurannya, langkah telah diambil yaitu dengan cara membangun *channel identity*. *Channel identity* memiliki peran membangun nilai besar dan makna dalam bagi kemajuan stasiun televisi di masa depan. *Channel identity* merupakan suatu identitas saluran untuk memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat sebagai pemirsa dan mencerminkan representasi *image* dan citra yang dimiliki stasiun televisi tersebut.

Perancangan sebuah *channel identity* harus memiliki visi, misi, konsep dan posisi yang baik secara profesional. *Channel identity* dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan dan dapat juga menciptakan kerugian jika *channel identity* dirancang secara amatiran dan lemah. Perancangan *channel identity* yang baik akan menciptakan suasana akrab secara emosional, menarik perhatian, memberikan informasi kepada pemirsa dimana mereka berada dan setia menyaksikan program-program acara saluran tersebut. *Channel identity* bukanlah hanya sebuah perancangan bagi televisi grafis, namun telah mengandung makna menyatu sebagai salah satu strategi pemasaran. Dukungan dari langkah program ini untuk melengkapi periklanan yang dilakukan dengan berbagai media lainnya, sehingga menimbulkan motivasi saling melengkapi demi target dan tujuan perusahaan.

Era millennium sekarang, begitu banyak stasiun televisi telah memiliki *channel identity*. Berbagai ragam jenis konsep dan gaya tampilan mencerminkan *image* dan citra perusahaan yang telah dipresentasikan oleh saluran televisi. Hal ini mengakibatkan kita selalu disajikan berbagai *channel identity* yang selalu berubah dan baru dari berbagai stasiun televisi baik domestik maupun mancanegara. Sulit rasanya bagi pemirsa untuk menjadi pelanggan setia sebuah stasiun televisi, pada kenyataannya banyak masyarakat tidak begitu memperhatikan

stasiun televisi mana yang sedang mereka saksikan. Hanya berdasarkan ketertarikan sebuah program acara para pemirsa setia menonton program acara stasiun televisi tersebut.

Langkah berani telah diwujudkan MTV dalam strategi pasar untuk memposisikan image dan citranya melalui *channel identity*. MTV mempresentasikan nama besarnya melalui berbagai media, *channel identity* salah satu langkah efisien yang digunakan lewat media elektronik. Tampilan spot *channel identity* MTV disajikan dengan pendekatan cukup unik dan ekspresif dalam sisi teknik perancangan grafis dan banyaknya eksperimen baru yang telah digunakan. MTV melakukan tampilan visual logo dalam *channel identity* -nya selalu berubah dari waktu, tempat, suasana dan fenomena dunia. Langkah-langkah MTV ini, meskipun tetap mempertahankan bentuk huruf besar M dan huruf TV sebagai *brandname*. Bertolak belakang dengan penjabaran David E. Carter (1995) dalam panduan pemasaran yang menentukan strategi identitas perusahaan yaitu; “*Your corporate identity must present a consistent look*”. Hal ini berarti penampilan dalam berbagai keperluan ada hubungannya dengan perusahaan selalu punya *image* yang sama, tidak berubah. Konsisten dalam menentukan bentuk-bentuk grafis ini merupakan kunci untuk memahami identitas secara maksimal.

Penerapan tata disain MTV telah melampaui batas-batas disiplin prinsip dasar elemen-elemen disain. Gaya grafis MTV banyak dipengaruhi oleh perubahan dan pertumbuhan desain grafis selama beberapa dekade terakhir. Gerakan atau gaya baru dalam seni murni seperti uturisme, Constructivisme, Dada dan De stijl kuat mempengaruhi evolusi desain grafis. Tumbuhnya gaya visual desain grafis dari waktu ke waktu, membuat visualisasi lebih simple dan disajikan unsur-unsur semiotik. Karya-karya grafis yang mengandung makna lebih ekspresif dan pluralistik, mungkin pengaruh dari meluasnya kebudayaan pada 1980-1990an. Pada era ‘80-’90an, postmodern melepaskan diri dari institusi desain. Kesadaran baru tumbuh pada generasi desainer modern akhir bahwa gaya dan isi sama pentingnya dalam mencipta solusi desain yang baik. Pluralisme dalam desain grafis dapat dilihat sebagai respon pada multikulturalisme yang tumbuh dan berkembang secara luas dalam masyarakat. Munculnya gaya desain alternatif baru mengusung konsep individual membuat semaraknya perwajahan desain grafis hingga kini.

Desain grafis alternatif merupakan sebuah kecenderungan istilah yang muncul dan eksis seiring era atau jamannya, akibat percepatan yang tinggi dari progress tekno-sains dunia informasi, media serta terbuka luas peluang yang ditawarkan bagi gagasan desain. Banyak desain grafis melakukan eksperimen yang progresif dengan cara tidak konvensional atau *breaking rule*, melalui pendekatan aneka cara yang menolak kemapanan dan monotonitas. Yongky Safanayong (2005) memberikan beberapa perspektif yang mempengaruhi wajah dan *image* visual desain grafis dalam satu dekade belakangan ini, yakni: *Personal*, reaksi terhadap karya yang didasari oleh opini subyektif, mengungkapkan banyak tentang komentar orang lain, berkenaan pula dengan rasional (tentang sains, ekonomi, pendidikan dan sistem budaya) dan instuisi. *Historis*, berdasarkan sumber atau fakta historis. *Teknis*, memiliki peranan paling signifikan terhadap sebuah karya dihasilkan dan diproduksi. *Kultural*, sangat erat kaitannya

dengan pendekatan semiotika. *Kritis*, mendefinisikan kembali perspektif personal dalam hubungan universal tentang alam. *Etis*, dengan berdasarkan prinsip-prinsip analisisnya.

Dampak evolusi gaya desain tersebut membuat ruang kebebasan bagi desain grafis di lingkungan MTV dalam mengekspresikan ide-ide segar yang inovatif dan lebih kreatif. Apa daya, aksi MTV telah disebarkan di seluruh dunia dengan metode pendekatan budaya lokal dan peradaptasian yang cepat dengan bertindak di tempat, akan tetapi visual *channel identity* telah ditayangkan tidak secara konsisten pada logo MTV, hal ini dapat membingungkan para pemirsa. Namun langkah ini justru mampu mempersuasi masyarakat Indonesia dan dunia bahkan menjadikannya sebagai tren gaya hidup dunia.

Bahasan Obyek Penelitian

Spot *channel identity* MTV yang terdapat pada MTV Indonesia, diinterpretasikan sebagai berikut:

1. *Channel Identity* “MTV Indonesia”

MTV secara konsisten meningkatkan program yang meliputi musik-musik Asia dalam rangka mengharmoniskan rasa budaya lokal. Masuknya MTV di Asia Tenggara khususnya di Indonesia, telah merubah gaya hidup dunia musik lokal. Akan tetapi, tidak semua meninggalkan budaya musik yang ada. Penempatan MTV menyeimbangkan konsep dengan budaya lokal membuatnya diterima baik oleh masyarakat Indonesia. MTV Indonesia memperkenalkan dirinya melalui *Channel Identity* sebagai bagian unsur utama untuk memcerminkan identitas lokal agar dapat tampil beda dengan *Channel Identity* MTV di negara-negara lainnya. Spot *Channel Identity* ini menampilkan beberapa elemen-elemen visual utama, yaitu ornamen tradisional Indonesia, Group band, dan Logo MTV Indonesia.

a. Ornamen Tradisional Indonesia

Ornamen hias diciptakan untuk mendapatkan keindahan yang dipadukan dan sebagai media untuk mempercantik suatu karya. Banyak ornamen-ornamen yang ada di Indonesia diterapkan melalui berbagai media sebagai hiasan dan simbol. Salah satunya pada logo MTV Indonesia. Ornamen-ornamen tradisional itu merupakan bagian dari warisan budaya bangsa yang sangat berharga dan diciptakan oleh seniman-seniman, empu serta para nenek moyang terdahulu. MTV Indonesia menggunakan unsur warisan budaya ini sebagian logo dan diaplikasikan melalui *Channel Identity*. Logo MYTV Indonesia diciptakan oleh *Graphics fx* (GFX) MTV Indonesia bertemakan kultur lokal.



Gambar 3. Elemen Visual Utama *Channel Identity* MTV “MTV Indonesia”, Ornamen
(Sumber: Capture Global TV & MTV Indonesia)

Salah satu warisan budaya yaitu ornamen traditional memiliki berbagai macam bentuk visual ragam hias berdasarkan daerah-daerah tempatnya diciptakan, sampai saat ini terus dikembangkan dan diterapkan ke dalam media-media kebutuhan manusia. Manusia mempunyai rasa indah atau cita rasa keindahan dan diwujudkan dengan menciptakan dan menghiasi barang sesuatu. Kata ornamen berasal dari latin *ornare* berarti ”menghias”. Ornamen adalah media ungkapan perasaan yang di wujudkan dalam bentuk visual mengandung rasa estetika, makna simbolik dan spiritual (Mulyadi, 1983). Ornamen tidak lepas dari unsur-unsur yang menjadi pendukung bentuk-bentuk visual dengan nuansa motif semarangan, ragam hias dari stilasi tumbuh-tumbuhan telah menghasilkan sebuah karya indah.

Pada *channel identity* ini, diawali menampilkan sebuah ornamen traditional Indonesia. Di frame pertama dengan *background* hitam secara *fade-in* hadir visual ornamen kecil dengan arah saling berlawanan pada bagian dalam dan luar. Kemudian ornamen membesar diiringi transisi warna oranye tua menjadi oranye muda. Perubahan juga terjadi pada *background* saling bertukar posisi. Penggunaan elemen visual ornamen sebagai ikon ada logo MTV Indonesia mengungkapkan makna mewakili Indonesia sebagai negara yang memiliki keanekaragaman budaya.

Munculnya ornamen pada *channel identity* ini, ornamen berputar saling berlawanan arah, bagaikan sedang menari-nari di atas udara dengan gerakan yang teratur. Suatu gerakan mengesankan kelembutan dan kesatuan dari bentuk visual berbeda ke dalam unsur yang menyatu. Ornamen visual yang telah distilasikan merupakan ragam hias dari tumbuh-tumbuhan berasal dari bunga Teratai. Teratai sebagai inspirasi ornamen pada logo dan *channel identity* MTV mempunyai makna simbolik bagi masyarakat Indonesia dan dunia. Teratai adalah salah satu jenis tanaman air yang dapat dimanfaatkan bagi manusia secara keseluruhan, dari akar, daun dan bunganya sebagai ramuan, obat-obatan atau kosmetik. Bunga teratai kadang disebut juga Kusuma Pesona Dewa, Padma pujangga-pujangga. Penggolongan teratai terbagi dalam dua jenis yaitu teratai besar (*Nelumbium nicifera gaerth*) atau *Lotus* dan disebut juga *Seroja*

Teratai kecil atau tanjung (*Nymphae pubescens welld*) bunganya berwarna putih, merah jambu dan biru (T.S.G. Mulia). Bunga teratai juga dipergunakan oleh beberapa masyarakat kelompok pelosok, penjuru dunia sebagai lambang pada ajaran-ajaran agama maupun sebagai pandangan hidup, di antaranya negara China, Jepang, Egyptians, India, Indonesia dan negara-negara lainnya. Teratai dimaknai sebagai sumber kehidupan, selain itu juga dapat menunjang kebutuhan fisik. Tumbuh-tumbuhan bunga teratai sebagai suatu karunia dapat dinilai dan betapa tinggi nilai dalam kaitannya dengan hidup manusia. Oleh karena itu, teratai merupakan bagian dari alam yang erat dengan perjalanan hidup manusia yang senantiasa diwarnai oleh peradabannya. Melalui kekuatan nilai tinggi seperti itu manusia menjalin pernyataan lewat karya seni di dalamnya tersirat motif khas sebagai satu aktivitas dan diwujudkan karya simbolik dan artistik.

Manusia biasanya menggunakan ornamen sebagai penghias atau untuk memperindah barang sesuatu, seperti bangunan, alat-alat dan pakaian. Berbeda dengan MTV Indonesia menggunakan ornamen sebagai identitas perusahaan. Unsur-unsur ornamen MTV Indonesia mengandung ragam hias tumbuh-tumbuhan dari teratai tersebut dibuat dengan penyederhanaan bentuk-bentuk visual. Penyederhanaan visual teratai tersebut tidak mengurangi unsur-unsur pokok di dalamnya. Ornamen teratai telah mengalami stilasi pada logo dan *channel identity* MTV tersebut, dalam bentuk jenis ornamen datar. Kedataran ornamen bidang hias tetap dipelihara, tidak ada bagian dari hiasan menonjol. Bunga teratai digambarkan dengan bentuk lancip memiliki jumlah delapan daun berada pada proporsi simetris, di tengah-tengah membuat susunan yang menarik. Keberadaannya menjadi sebagai titik pusat pertumbuhan bentuk di sekitar elemen lainnya. Suatu hubungan kekuatan tersusun dinamis menjalinkan sifat-sifat harmonis dan menyatu.

Stilasi daun-daun (*patran*) memiliki penciptaan pengulangan bentuk-bentuk visual utama, yakni pola ulang melintang. Bentuk tunggal pola ulang ini merupakan suatu kesatuan mandiri. Bentuk *patran-patran* menyerupai segitiga menghiasi pada setiap sudut ornamen menjadikannya sebagai tempat berlindung, membentuk dimensi-dimensi visual simetris dan bagaikan bunga yang selalu mekar di sepanjang masa. Bentuk garis selalu menelungkup atau membentuk ikal secara teratur memberikan kesan adanya gerakan yang lembut, lemah gemulai dan adanya irama. Di setiap daun pokok memiliki tunas-tunas kecil tumbuh dari ujung ikal *petran* memberikan gambaran sebuah bentuk baru yang akan tumbuh besar. Cerminan dari MTV Indonesia sebagai pendatang baru di Indonesia, menjadi awal kebangkitannya untuk menuju tubuh, berkembang, siap menghadapi segala tuntutan jaman dan membentuk masa depan yang lebih cerah.

Pada ornamen teratai ini memiliki warna oranye merupakan pencerminan dari semangat dan ekspresi menggelora dari generasi muda yang selalu mengalami perubahan dalam pembentukan jati dirinya. Makna lain dari pewarnaan oranye sebagai warna hangat adalah mengungkapkan perilaku optimis, membangkitkan keriangannya, sifat dinamis dan reaksi yang dapat menarik

perhatian. MTV Indonesia menggunakan teratai sebagai konsep dasar, mengandung makna untuk mencapai identitas diri sebagai perwakilan dari negara Indonesia dengan mengutamakan budaya lokal. Keberadaan teratai memiliki makna tinggi dan nilai suci luhur. Alam menjadi sumber inspirasi menakjubkan bagi ide-ide cemerlang telah diciptakan manusia lewat karyanya. Dan ide-ide tersebut dapat memberi manfaat bagi kemajuan peradaban manusia.

b. Group Band

Adegan sebelumnya, terdapat sebuah ornamen tradisional dari stilasi bentuk teratai dengan rotasi visual yang membesar. Kemudian dari arah tengah membentuk ruang isian muncul sebuah band musisi Indonesia sambil meneriakkan slogan MTV Indonesia yakni “Gue Banget”. Di setiap *channel identity* versi MTVIndonesia selalu menghadirkan karakter-karakter tokoh masyarakat, idola, orang-orang terkenal sebagai *image* untuk mempersuasi para penonton MTV. Pemanfaatan karakter seperti sebuah group band, selebritis, musisi, koreografer dan sebagainya telah menjadi ikon-ikon ke dalam bagian tubuh MTV. Penggunaan karakter-karakter sebagai perwakilan dari MTV merupakan cara cukup efektif, dapat menarik perhatian. Dalam penelitian ini, penulis telah mengambil salah satu sampel dari *channel identity* yang menampilkan sebuah group band Indonesia yakni Utopia.



Gambar 4. Elemen Visual Utama *Channel Identity* MTV “MTV Indonesia”, Group Band
(Sumber: Capture Global TV & MTV Indonesia)

Utopia merupakan sebuah group band musik termasuk dalam band *indie* dan bermajorkan label *indie*. Band Utopia beranggotakan empat orang, terdiri dari tiga orang cowok dan hanya satu wanita sebagai vokalis utama. *Indie* dalam dunia musik sebenarnya memiliki banyak arti, pengertian istilah band *indie* dapat berarti band-band yang memproduksi dan merilis album mereka sendiri: *Self Releases Do It Yourself* (DIY). Di Indonesia, khususnya Bandung, istilah *indie* bisa ditelusuri dari *roots*-nya sekitar tahun 90-an.

Band *indie* Utopia sebagai karakter *image* pada *channel identity* ini dimaksudkan sebagai perwujudan bahwa MTV dapat memasuki berbagai genre musik yang ada dan dapat memberikan kontribusi lebih terhadap musik melalui band-band musik terkenal yang telah memiliki nama besar bahkan band baru tumbuh seperti band *indie*, dalam bentuk keinginan, cita-cita untuk menjadi terkenal dengan musik sebagai bentuk komunikasi dan jalan ditempuh adalah melalui MTV.

Keberadaan jaringan MTV di setiap negara selalu mempunyai slogan mencerminkan sebuah ungkapan yang berhubungan langsung dengan MTV, seperti “*I Want my MTV*”, “*MTV Lives in your music*”, “*some people just don’t get it*”, “*watch and learn*”, sedangkan untuk MTV Indonesia yaitu “Gue Banget”. Slogan diciptakan MTV Indonesia merupakan asal dari ungkapan kata- kata spontan atau disebut juga kalimat-kalimat “Gaul” ini mengandung arti sebagai ungkapan pernyataan atau penunjukan diri, identitas seseorang dengan ekspresi, aksi dan reaksi yang dilakukan serta mengesankan MTV mewakili keinginan dari pemirsa dengan program- programnya. Dengan slogan “Gue Banget”, MTV telah membentuk sebuah budaya baru sebagai generasi MTV menyatu dengan kebebasan, ekspresi jiwa dan bentuk-bentuk reaksi aktifitas manusia merupakan penjelmaan dari MTV.

c. Logo MTV Indonesia

MTV telah menerapkan logo M besarnya secara tidak konsisten dalam bentuk visual terhadap media-media komunikasi yang ada. Hal ini dapat kita lihat keberadaan MTV di setiap tempat selalu bertindak dan memberikan respon positif. Di Indonesia, MTV untuk MTV Indonesia juga mendapatkan kesempatan untuk membentuk identitasnya sendiri. Adegan yang menggambarkan di mana setelah kemunculan sebuah group band *indie* Indonesia, ornamen teratai kemudian datang kembali ke tengah layar dengan perputaran yang sama berpusat pada teratai tersebut.

Kemudian terdapat perubahan kembali sebagai peralihan yang membentuk logo MTV disertai slogan “Gue Banget” menjadi topik *headline* bagi *channel identity* tersebut. Transformasi bentuk visual ornamen teratai menyatu ke dalam isian logo MTV, menciptakan gabungan atau kombinasi erat untuk pemaknaan secara simbolik. Komposisi logo berada di tengah layar secara simetris dengan *background* hitamnya membentuk kesatuan, utuh dan dinamis terhadap proporsi layar. MTV tetap mempertahankan bentuk visual luaran menjadi kerangka *image* perusahaan, dengan ikon huruf M besarnya memberikan pemaknaan bahwa MTV dapat menyatu ke dalam bentuk-bentuk apa pun yang terdapat di dunia ini, secara indeks dengan pemaknaan fusion yang terjadi menjelaskan perilaku saling melengkapi untuk menjadi satu keutuhan dengan kekuatan besar dapat menguatkan MTV sebagai jaringan musik yang mampu menyalurkan keinginan-keinginan para pemirsanya.



Gambar 5. Elemen Visual Utama *Channel Identity* MTV “MTV Indonesia”, Logo MTV
(Sumber: Capture Global TV dan MTV Indonesia)

Channel identity versi “MTV Indonesia” ini secara keseluruhan memiliki pesan komunikasi kuat untuk mempersuasi konsumennya. Timbulnya inspirasi dari ornamen teratai telah menciptakan sebuah karya logo indah dan menjadi utuh ketika diterapkan ke dalam *channel identity*-nya. Pemanfaatan ornamen teratai dan elemen pendukung dari band *indie* menjadi tokoh karakter tepat untuk mencerminkan bagian-bagian internal MTV khususnya MTV Indonesia, bahkan menjadi ikon-ikon bermakna tinggi dan nilai budi luhur nan suci bagi MTV Indonesia. Secara indeksial menciptakan identitas utuh sebagai pencerminan dari perbandingan untuk mempunyai ciri khas yang unik, sehingga memiliki perbedaan dengan *channel identity* MTV dari negara-negara lainnya. Secara simbolik pesan terkandung dalam *channel identity* versi “MTV Indonesia” ini mengungkapkan sifat keutuhan, kesatuan yang kuat dalam pembaruan dengan budaya lokal, rasa keperdulian positif, apresiasi besar dicerminkan MTV bagi musisi-musisi Indonesia serta dapat menampilkan prestasinya ke tingkat dunia.

Tabel 1. Matrikulasi *Channel Identity* “MTV Indonesia”

No.	Elemen Visual Utama	Unsur Signifier	Unsur Signified
1.	Ornamen tradisional Indonesia	Berawal tampilan sebuah ornamen tradisional dengan motif semarangan, hasil stilasi bunga teratai dengan warna orange, bertransisi dengan warna orange muda sambil berputar berlawanan arah pada bagian dalam dan luar.	Ikon: Ornamen motif <i>semarangan</i> , teratai. Indeks: Bagian warisan budaya bangsa, titik pusat pertumbuhan. Simbol: Sumber kehidupan, keindahan, kelembutan, kesucian. Keagungan, <i>unity</i> .
2.	Group band	Band <i>Indie</i> , Utopia, hadir sebagai karakter artis yang menjadi salah satu idola.	Ikon: Band Utopia. Indeks: Selebritis Simbol: Ketenaran, mandiri, keberhasilan, apresiasi.
3.	Logo MTV Indonesia	Perubahan ornamen teratai membentuk logo MTV, menyatu ke dalam <i>space</i> logo tersebut. Disertai teks <i>headline</i> “Gue Banget” yang menjadi slogan MTV Indonesia.	Ikon: Ornamen teratai, logo MTV Indeks: Fusion, beradaptasi dalam bentuk apapun, mewakili budaya lokal. Simbol: Kesatuan, sintesis, harmonis, kekuatan.
4.	Teks “Gue Banget”	Teks headline “Gue Banget” tampilan bersama logo MTV, diawali dengan warna oranye mengalami perubahan warna menjadi putih dan adanya efek perubahan ukuran. Jenis huruf <i>sanserif</i> .	Ikon: Gue Banget. Indeks: Ungkapan hati, identitas. Simbol: Kebebasan dan komunikasi.
5.	Warna Orange dan Hitam	Warna-warni dominan berupa warna oranye pada ilustrasi ornamen dan hitam sebagai warna background layar.	Ikon: Warna oranye dan hitam. Indeks: Pertumbuhan, tindakan untuk mengarah masa depan yang lebih baik. Simbol: Kesatuan, keagungan, semangat, harmonis dan kekuatan.

d. Logo-logo MTV di Negara China, Rusia, United Kingdom, Jepang, dan India

MTV memiliki logo yang berbeda-beda di mana berada. Perubahan ini mengandung tindakan yang aktif dan selalu menginginkan sebuah gerakan positif yang anti kemapanan. Hal ini mencerminkan dari gambaran para pemirsa khususnya anak muda yang bebas, aktif, kreatif, selalu ingin perubahan dan bentuk baru. Konsep perancangan grafis MTV yang mengembangkan ide kebebasan dalam berkreasi dan rangkaian gerakan yang penuh dengan kedinamisan, waktu dan ruang, telah diwujudkan melalui segala media yang ada. MTV di beberapa negara selalu tampil baru dengan unsur lokal sebagai identitas, yang membedakan dengan negara lain. Berikut adalah contoh logo-logo MTV dari beberapa negara yang akan dianalisis unsur-unsur visual apa saja yang terkandung dalam logo MTV tersebut, sebagai elemen identitas masing-masing negara, di antaranya yaitu: China, Rusia, United Kingdom, Jepang dan India.

1. MTV China



Gambar 6. Logo MTV China
(Sumber: <https://id.pinterest.com/search/pins/MTVlogo>, 2019)

Keberadaan MTV di setiap negara telah menciptakan suatu identitas yang global. Logo MTV di China menggunakan unsur-unsur visual identik dengan negara tersebut. Perwujudan karya *brand* MTV dengan menempatkan ilustrasi naga dan warna merah menjadi elemen isian dalam logo MTV. Konsisten bentuk logo tetap dipertahankan oleh MTV di jenis huruf hanya perubahan dalam isian ruang gaya tampilan yang selalu berubah. Sebuah strategi agresif untuk menampilkan *image* yang cenderung selalu memberikan respon terhadap tempat, ruang dan waktu. China merupakan negara terluas ke-4 di dunia dan memiliki dataran luas serta terbesar di Asia Timur. Cara pandang diri sendiri sebagai bangsa multi-etnis dengan 56 etnis yang diakui, bermayoritas suku bangsa *Han*. Di era Orde Baru di bawah pemerintahan Presiden Soeharto, Republik Rakyat Tiongkok (RRT) berubah menjadi Republik Rakyat China (RRC). RRC dikenal sebagai negara komunis yang terdiri dari hampir seluruh wilayah kebudayaan, sejarah dan geografis yang dikenal sebagai China atau Tiongkok.

Naga menjadi inspirasi penciptaan logo MTV di China. Menurut kepercayaan Tionghoa naga merupakan salah satu 12 macam shio Tionghoa di antaranya yaitu Tikus, Harimau, Naga, Kuda, Kera, Anjing, Kerbau, Kelinci, Ular, Kambing, Ayam dan Babi. Orang yang mempunyai shio naga adalah orang yang idealis, perfeksionis, mereka terlahir dengan pikiran bahwa mereka itu

sempurna dan infleksibel, juga sangat represif dan penuh tekad. Ilustrasi naga dengan garis-garis putih digambarkan sedang terbang di angkasa memperlihatkan kekuatan, kebesaran, dan kesucian. Naga, suatu istilah yang sering dijumpai dalam legenda ataupun kepercayaan di beberapa bangsa di dunia. Naga umumnya digambarkan menyerupai seekor ular atau buaya, kadang juga bersayap dan berekor serta mempunyai bisa yang sangat ampuh. Ilustrasi naga pada logo MTV ini, merupakan visual naga yang biasa digambarkan oleh orang China dengan bentuknya yang khas.

Naga dipakai sebagai lambang kekaisaran karena menurut kepercayaan naga merupakan pelindung peradaban China. Di dalam legendanya, naga di bumi agar tetap mengalir, sehingga timbulnya bencana alam, seperti angin ribut dan banjir merupakan pertanda bahwa naga sedang gelisah. Sebaliknya apabila naga sedang berkehendak baik akan datang keberuntungan, seperti panen melimpah. Naga pada logo MTV ini, memiliki makna simbolik di mana menjadi bagian dari elemen yang dapat memberikan rasa baru kesegaran, kenyamanan, kekuatan dan perlindungan. Adanya warna merah sebagai warna background, menambah kesan mendalam menampilkan kebudayaan China, hampir di setiap media masyarakat menggunakan warna merah, seperti arsitek, *merchandise*, perlengkapan keagamaan dan lain-lain. Merah diyakini memiliki makna yang memberikan rasa emosional yang dapat membangkitkan gairah hidup, semangat, kemegahan dan kekuatan.

2. MTV Rusia



Gambar 7. Logo MTV Rusia

(Sumber: <https://www.calvertjournal.com/articles/show/4481/domestic-product-how-mtv-russia-shaped-the-millennial-generation>, 2019)

Unsur visual pada logo MTV ini sangat jelas sekali, dengan tampilan tipografi “РОССИЯ” memberikan makna arti sebenarnya dari sebuah negara yaitu Rusia. Penerapan visual tipografi bahasa Rusia “РОССИЯ” dan ilustrasi lingkaran Arktik divisualkan dengan *outline* putih dan warna hitam sebagai *background* menjadi elemen utama yang menjelaskan di mana MTV berada. Negara Rusia merupakan negara terbesar di dunia. Dahulu negara ini pernah menjadi negara bagian terbesar Uni Soviet, pada tanggal 25 Desember 1991 Presiden Mikail Gorbachev mengundurkan diri dari pemerintahan Uni Soviet mengakibatkan berkibarnya bendera tiga warna Rusia di Kremlin dan berakhirnya negara Uni Soviet. Logo MTV Rusia mengandung unsur-unsur yang menarik di mana penggunaan elemen visual dengan menampilkan tipografi bahasa Rusia yang kaya akan sastra, bentuk unik dan khas telah diterapkan sangat baik dan

memberikan keterangan yang akurat. Tipografi dalam logo MTV Rusia yakni “РОСCНЯ” mengandung arti negara Rusia, alihaksara *Rossiya*. Huruf ditampilkan dengan jenis *sans serif* dan warna putih. Bahasa Rusia yang ditampilkan merupakan pemilihan unsur visual yang memberikan kesan kuat dan informasi tepat sehingga bagi orang yang melihatnya langsung dapat mengerti terhadap logo MTV Rusia tersebut.

Lingkar Arktik merupakan salah satu bagian dunia, dengan garis imajiner yang melalui daerah-daerah bagian utara Kanada, Alaska, Rusia dan Skandinavia. Terletak pada 66° 33' lintang utara, sekitar 2.623 km dari kutub geografis sebelah utara. Lingkaran Arktik menetapkan batas dari suatu daerah dengan matahari yang tetap berada di atas cakrawala selama satu atau beberapa hari setiap tahunnya. Pada ilustrasi lingkaran Arktik yang disajikan hanya sebagian gambar juga memberikan suatu visual khas dari Rusia, di mana mencerminkan keberadaan Rusia di peta dunia dan ingin menunjukkan kekuatan serta kekuasaan abadi dan negara yang masih berdiri dengan negara adi daya. Warna hitam mendominasi pada tampilan logo menambah kesan agung, kebesaran, kekuasaan dan keabadian yang ikut turut serta mendukung makna dari unsur-unsur visual pada logo MTV Rusia.

3. MTV United Kingdom



Gambar 8. Logo MTV United Kingdom
(Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/93097917280039704/>, 2019)

MTV dalam penerapan unsur visual pada logo di United Kingdom menggunakan metode berbeda dengan logo MTV dari negara lain. Elemen-elemen visual diwujudkan dalam ilustrasi bendera dan warna originalnya. Pada tampilan logo MTV dalam huruf M besar ditampilkan bendera *United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland* yang lebih dikenal sebagai Britania Raya, sedangkan pada huruf TV diwujudkan dengan bendera Irlandia. Britania Raya merupakan sebuah negara kepulauan di Eropa Barat di antara laut utara dan samudera Atlantik. Negara ini dapat dikatakan negara Federal yang terdiri dari Inggris, Skotlandia, Wales dan Irlandia Utara. Dari keempat negara bagian ini, hanya Inggris yang paling penting sehingga lebih dikenal dengan nama ini meskipun ini hanyalah sebagian saja. Britania Raya termasuk dalam Uni Eropa.

Bendera suatu bangsa mampu menggugah semangat, keberanian, dan pengorbanan bangsa tersebut. Tidak sedikit nyawa yang hilang dalam mempertahankan bendera kebesaran bangsanya dari segala macam tindakan yang tidak terpuji. Bendera juga dipakai untuk menyampaikan pesan, seperti bendera putih sebagai simbol yang digunakan masyarakat internasional untuk pernyataan sementara menghentikan pertikaian dan warna kuning bagi masyarakat Indonesia sebagai bentuk duka cita. Simbol-simbol yang digunakan oleh sebuah negara biasanya menggambarkan suatu peristiwa, kejadian, harapan dan informasi serta sebuah organisasi atau kesatuan.

Unsur visual bendera pada logo MTV ini, memiliki dua buah negara yang mana merupakan negara kesatuan, pada logo di bentuk huruf M besar digambarkan dengan bendera United Kingdom dan bentuk huruf TV dengan bendera Irlandia. Bendera suatu negara dapat menunjukkan jati diri atau identitas negara tersebut. Pemakaian ilustrasi bendera ini memberikan dampak yang mudah untuk diingat dan mencerminkan kebesaran, kekuasaan dan kesatuan bahkan kebudayaan yang dijunjung tinggi. Warna-warna bendera disesuaikan dengan warna aslinya, memberikan pemaknaan kuat, rasa idealis yang tinggi namun bersahabat dan penuh semangat jiwa nasionalisme.

4. MTV Jepang



Gambar 9. Logo MTV Jepang

(Sumber: <https://id.pinterest.com/search/pins/MTVlogo>, 2019)

MTV Jepang menampilkan elemen-elemen visual yang secara umum dikenal oleh masyarakat dunia, di mana menyajikan keunggulan dan julukan negara Jepang sebagai “Negara Matahari Terbit” dan menampilkan warna oranye, coklat kekuning-kuningan beserta tipografi bahasa Jepang ditampilkan di antara logo MTV. Gaya tampilan logo MTV Jepang ini memiliki kesamaan teknik dengan logo MTV Rusia, yakni penuangan unsur-unsur visual yang menggunakan tipografi sebagai elemen penegas identitas yang mutlak namun berbeda dalam cara penyajiannya. Pada logo disajikan huruf Jepang dengan bentuk huruf Jepang yang termasuk dalam jenis huruf Hiragana bertuliskan dengan arti “Jepang”, dengan warna coklat tua. Jepang (*Nippon/Nihon*) secara harafiah: “asal-muasal matahari” adalah sebuah negara di Asia Timur yang terletak di suatu rantai kepulauan benua Asia di ujung barat Samudera Pasifik.

Unsur visual lain yang menggunakan ilustrasi matahari dengan efek sinarnya merupakan salah satu cara yang cukup efektif dalam memunculkan jati diri negara tersebut. Seperti yang telah kita ketahui bahwa Jepang terkenal dengan Negara Matahari Terbit. Menurut kepercayaan orang Jepang kuno, adalah dewi matahari, *Omikami* yaitu nenek moyang keluarga Kaisar Jepang. Ia merupakan dewi terpenting dalam agama Shinto. Dewi matahari ini dilahirkan dari mata kiri ayahnya, yaitu dewa *Izanagi*, sang ayah memberkahinya dengan kalung bertuah. Dewi ini adalah dewi kehidupan bagi orang Jepang. Saudaranya, dewa *Susanno* yaitu dewa guntur diberi wewenang memerintah laut dan ombak, karena adanya kepercayaan bahwa kaisar mereka merupakan keturunan dewi matahari, orang Jepang menamai negara mereka dengan “Negara Matahari terbit”. Bendera Jepang, *Hinomaru* juga melambangkan matahari yang sedang terbit.

Logo MTV Jepang ini mencerminkan identitas kuat dalam hubungannya dengan asal negara di mana MTV berada, dengan menampilkan unsur-unsur visual yang telah dikenal oleh masyarakat dunia menambah suatu informasi yang akurat dan mudah untuk dikenali. Dan memberikan kesan bahwa MTV mampu untuk menjalin hubungan harmonis dengan siapapun dan negara-negara di seluruh belahan dunia.

5. MTV India



Gambar 10. Logo MTV India
(Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/326018460496444902/>, 2019)

Logo MTV India ditampilkan dengan unsur-unsur visual yang mencerminkan kebudayaan negara tersebut. Ilustrasi figur seorang wanita India yang sedang memegang alat musik tradisional *Serinda* dan warna biru sebagai *background*. Unsur-unsur visual ini menjadi isian dalam bentuk logo pada huruf M besar dan pada huruf TV hanya diberi warna merah dengan *outline* putih. Negara India dikenal sebagai negara kaya akan kebudayaan yang mempunyai sifat religius, hampir semua kegiatan masyarakat India memiliki tujuan hidup ke arah pandangan yang bersifat keagamaan. India merupakan negara dengan jumlah penduduk terbanyak kedua di dunia dengan populasi lebih dari satu milyar jiwa. India adalah negara terbesar ke-tujuh berdasarkan wilayah geografis. Negara yang terletak di Asia Selatan, bagian dari benua India. Sebelumnya India merupakan bagian dari Britania Raya sebelum meraih kemerdekaan pada tahun 1947.

Gaya tampilan yang menampilkan unsur-unsur visual yang menjadi ciri khas negara ini, memiliki visual kebudayaan kuat untuk menunjukkan jati diri India dengan menyajikan ilustrasi seorang wanita India dengan pakaian tradisionalnya dan alat musik sejenis rebab ini memperjelas keberadaan MTV di India, *Serinda* merupakan alat gesek yang digunakan dalam seni musik India. Namun ada kerancuan dalam penyajian ilustrasi dalam logo ini, di mana alat musik yang digambarkan hampir memiliki kesamaan rupa dengan alat musik dengan negara lain, seperti *Kokyo* (Jepang), *Rebab* (Indonesia), *So Sam Chai* (Thailand), *Haegum* (Korea). Hal ini mungkin disebabkan oleh perkembangan alat musik yang dipengaruhi oleh kebudayaan dari negara lain. Akan tetapi, dengan cukup cerdas tampilan logo tersebut diperkuat oleh ilustrasi wanita yang mengenakan kain *Sari* khas pakaian tradisional India, yang memberikan kekuatan utuh pada logo MTV India. Warna biru pada *background* memberikan makna ketenangan, damai dan kesan sebagai negara yang menyenangkan untuk berpetualang dan menikmati kebudayaan India dimana kehidupannya lebih lama dari negara India sendiri.

Matrikulasi Logo MTV di beberapa negara

a. MTV China

No.	Elemen Visual Utama	Unsur Signifier	Unsur Signified
1.	Naga	Ilustrasi naga yang sedang terbang di angkasa, tampilan dalam bentuk sketsa <i>outline</i> .	Ikon: Naga Indeks: Budaya bangsa, melindungi, menjaga. Simbol: Kekuatan, ketentrangan, kekuasaan dan keagungan.
2.	Warna Merah	Warna merah menjadi <i>background</i> isian dalam logo MTV	Ikon: Merah Indeks: Motivasi Simbol: Kesucian, keagungan, kehidupan.

b. MTV Rusia

No.	Elemen Visual Utama	Unsur Signifier	Unsur Signified
1.	POCCНЯ	POCCНЯ, unsur bahasa Rusia dituangkan dalam logo MTV, dengan jenis huruf <i>sans serif</i> .	Ikon: Bahasa Rusia. Indeks: Kekuatan, komunikasi, dan nasionalisme.
2.	Warna Putih	Warna putih menjadi bagian <i>background</i> isian dalam logo MTV, diterapkan dalam tipografi dan ilustrasi.	Ikon: Putih Indeks: <i>Influence</i> , simpatik. Simbol: Kesucian, keagungan.
3.	Lingkaran Artistik	Ilustrasi Lingkaran Artistik, menjelaskan keberadaan Rusia dalam peta dunia.	Ikon; Lingkaran Artistik Indeks: Aktif. Simbol: Keberadaan, kekuasaan dan keabadian.

c. MTV United Kingdom

No.	Elemen Visual Utama	Unsur Signifier	Unsur Signified
1.	Bendera United Kingdom	Visual bendera negara kesatuan, Britania Raya. Terdapat dua buah bendera dari United Kingdom dalam huruf M besar dan bendera Irlandia dalam huruf TV di Logo MTV. Penggunaan warna sesuai dengan warna aslinya.	Ikon: Bendera Indeks: Kebudayaan Bangsa. Simbol: Kesatuan, persahabatan, kekuasaan dan nasionalisme.
2.	Warna bendera United Kingdom	Warna bendera United Kingdom terdiri dari warna merah, putih dan biru	Ikon: Merah, Putih dan Biru. Indeks: Identitas. Simbol: Kekuasaan, suci, perlindungan, semangat dan persatuan.
3.	Warna bendera Irlandia	Warna bendera Irlandia terdiri dari warna hijau, putih dan oranye.	Ikon: Hijau, Putih dan Orange. Indeks: Identitas Simbol: Persatuan, kesuburan, suci dan agung.

d. MTV Jepang

No.	Elemen Visual Utama	Unsur Signifier	Unsur Signified
1.	Matahari	Visual lambang dari negara Jepang, sebagai "Negeri Matahari Terbit" dengan efek sinar cahaya matahari.	Ikon: Matahari Indeks: Kebudayaan bangsa. Simbol: Kekuatan, persatuan, perdamaian, kekuasaan dan nasionalisme.
2.	Huruf Jepang	Tampilan ilustrasi dari huruf Jepang dengan jenis Hiragana, bertuliskan nama dari negara tersebut. Yakni Jepang.	Ikon: Huruf Jepang. Indeks: Identitas. Simbol: Kebudayaan, suci, perlindungan, komunikasi dan persatuan.
3.	Warna Orange dan Coklat	Warna isian dalam logo diterapkan dalam bentuk matahari dengan warna oranye dan warna coklat pada huruf Jepang.	Ikon: Oranye dan Coklat Indeks: Sumber. Simbol: Kehidupan, kesegaran, kesuburan, kesucian dan agung.

e. MTV India

No.	Elemen Visual Utama	Unsur Signifier	Unsur Signified
1.	Figure Wanita	Ilustrasi figure wanita India sambil memegang alat musik tradisional India.	Ikon: Wanita. Indeks: Kebudayaan bangsa. Simbol: Kesenian, keagamaan, keindahan, perdamaian.
2.	Alat musik Serinda	Alat musik tradisional India yang sedang dipegang wanita India menghiasi tampilan logo MTV, jenis alat musik gesek yang bernama <i>Serinda</i> .	Ikon: Alat Musik, <i>Serinda</i> . Indeks: Merdu, menyentuh rasa emosional. Simbol: kebudayaan, keindahan, jiwa, dan suci.
3.	Warna biru, biru muda dan merah	Warna isian dalam logo diterapkan dengan warna biru sebagai <i>background</i> , warna biru muda pada ilustrasi figur wanita dan alat musik <i>Serinda</i> , sedangkan warna merah ditampilkan dalam logo MTV.	Ikon: Biru, biru muda dan merah. Indeks: Kenyamanan, keindahan. Simbol: Sumber kehidupan, kesegaran, perdamaian, kesuburan, kebebasan, kesucian dan agung.

Simpulan

Dewasa ini telah banyak stasiun televisi yang hadir dan dapat dinikmati di layar televisi. Berbagai program acara menarik disajikan oleh para stasiun televisi untuk menarik minat pemirsa agar menjadi pelanggan setia produktif. Kebutuhan utama pemirsa untuk mengetahui di mana mereka berada saat sedang menonton sebuah acara televisi. Bentuk kreatif telah diciptakan stasiun televisi dalam membangun identitas perusahaan berbentuk visual dalam layar monitor yakni melalui *channel identity*. Peranan *channel identity* memiliki pengaruh dan makna dalam bagi perkembangan stasiun televisi di masa depan. *Channel identity* merupakan suatu identitas saluran untuk memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat sebagai pemirsa dan mencerminkan representasi *image* dan citra yang dimiliki stasiun televisi tersebut.

MTV telah memanfaatkan sebaik mungkin bentuk program promosi korporat ini, melalui *channel identity* mereka membentuk *image* dan citra sesuai dengan konsep dasar yang dimiliki. Keberhasilan menakjubkan atas kerja keras yang telah dilakukan oleh MTV, meskipun langkah-langkah penerapan *channel identity* -nya diwujudkan dengan melewati batas-batas ilmu desain grafis. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan peneliti, jalan ditempuh MTV tidak lepas dari pengaruh perkembangan desain grafis. Seiring waktu berjalan, desain grafis mengikuti perjalannya dengan seksama, bentuk-bentuk dan gaya tampilan grafis selalu mengalami perubahan dan perkembangan pesat sesuai dengan tuntutan kreatif imajinasi para desain grafis yang selalu menciptakan generasi-generasi haus akan bentuk-bentuk visual baru, seperti yang pernah terjadi di era '80-'90an munculnya gaya desain alternatif. Para desain grafis yang memiliki kaitan dengan MTV telah menciptakan karya-karya *channel identity* penuh dengan kebebasan kreatif penuh imajinatif dan inovatif. Meskipun kebebasan ini dimiliki oleh para desain grafis tersebut, namun karya-karya *channel identity* itu tetap ada batasan yang terkait langsung dengan MTV. *Channel identity* MTV dihasilkan memiliki makna-makna dan pesan tertentu secara simbolik, tanda-tanda visual yang digunakan juga mempunyai hubungan erat dengan tempat, waktu, kebudayaan dan fenomena sesuai dengan kebutuhan dan konsep MTV, dimana selalu bertindak dan berkreasi ditempat dimana ia berada. Beberapa tindakan tersebut telah diterapkan MTV pada tampilan logonya yang berada di negara-negara penjuru dunia. Hal ini sesuai dengan tindakan konsep MTV mengangkat tema yang sangat komunikatif dengan budaya lokal.

Channel identity MTV versi "MTV Indonesia" telah cukup efektif dan dengan baik memanfaatkan rasa budaya lokal yang memiliki nilai-nilai suci dan budi luhur nan tinggi. Visualisasi dari ornamen teratai menjadi inspirasi dalam penciptaan karya dan penggunaan karakter sebuah band *indie* Indonesia (Utopia) memiliki pesan komunikatif dan makna simbolik mengandung kekuatan daya tarik dengan sifat keutuhan, kesatuan dalam pembauran dengan budaya lokal, rasa kepedulian yang positif, apresiasi besar terhadap musisi-musisi Indonesia. Secara keseluruhan *channel identity* MTV selalu mengandung nilai dan makna tertentu sebagai langkah mempersuasi pemirsanya. Penampilan visual logo dalam *channel identity* MTV selalu mengalami perubahan telah menjadi ciri khas yang unik. Kekuatan logo

MTV yang perkasa, kokoh telah melekat dalam alam bawah sadar pemirsa bahkan masyarakat dunia, *image* dari huruf M secara reflek dapat membuat kita langsung teringat kepada MTV (Music Television).

Referensi

- Bolen, William H. 1984. *Advertising*. New York: John Wiley & Sons Inc, (ed).
- Carter, David E. 1995. *How to Improve Your Corporate Identity*. Art Direction Book Company.
- D.Dalidjo, Mulyadi. 1983. *Pengenalan Ragam Hias Jawa*. Edisi I. Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.
- Ensiklopedia Indonesia*. Bandung: NY.W. Van Hoeve Gravenhage.
- Kamus Istilah Periklanan Indonesia*. 1996. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Lawrs, Herschell Garden. 1988. *Iklan yang Efektif dengan Biaya Mini Hasilnya Maxi*. Semarang: Dahara Prze.
- Merrit, Douglas 1987. *Television Graphics; from pencil to pixel*. London: Trefoil Publirations /
- Sutisno, P.C.S. 1993. *Pedoman Praktis Penulisan Skenario Televisi dan Video*.
- Sutrisno Hadi. 1983. *Metodologi Research*. Yogyakarta: Yayasan Penerbit Fak.Biologi UGM.
- Safanayong, Yongki. 2005. "Good Design=Good Ethics". *Majalah Concept*, Vol I, Edisi 3. T.S.G. Mulia, K.A.H. Hidding.
- Winarno, Surachmad. 1978. *Dasar dan Teknik Research*. Bandung: Penerbit Tarsito.

Sumber lain

- <https://id.pinterest.com/search/pins/MTVlogo>, 2019. <https://www.calvertjournal.com/articles/show/4481/domestic-product-how-mtv-russia-shaped-the-millennial-generation>, 2019.
- <https://id.pinterest.com/pin/93097917280039704/>, 2019.
- <https://id.pinterest.com/pin/326018460496444902/>, 2019.