

Elemen Desain Komunikasi Visual Dalam *Merchandise* Iklan Politik Pasangan Dharmanegara Pada Pilkada Kota Denpasar 2014

I Gusti Ngurah Wirawan ¹, I Wayan Nuriarta ²

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain
Institut Seni Indonesia Denpasar

*wiramalini@gmail.com*¹, *iwayannuriarta@gmail.com*²

Iklan politik, menjadi perhatian utama dalam mekanisme industri citra yang dihadirkan sekedar menjadi alat bantu untuk mendekatkan gagasan dan karya nyata sang caleg pada masyarakat calon pemilih. Biasanya berwujud : rontek, spanduk, poster, stiker, baliho caleg, dan bendera parpol yang ditebarkan di ruang publik. Pada kenyataannya dalam pilkada 2014, keberadaan iklan politik menjadi salah kaprah, para caleg berkampanye hanya mengandalkan pemasangan alat peraga kampanye berbentuk iklan ruang. Alat peraga kampanye cenderung menjadi sampah visual. Berbeda halnya dengan pasangan DharmaNegara, selain mengandalkan alat peraga kampanye iklan ruang, pasangan ini menggunakan merchandise sebagai media kampanye. Merchandise yang digunakan berupa mug lengkap dengan packagingnya dan T-Shirt. Menariknya lagi, didalamnya mengkombinasikan gaya visual WPAP dengan elemen desain komunikasi visual. WPAP sendiri merupakan salah satu jenis konsep vektor yang bertekstur bidang yang saling silang-bersilang dengan perbedaan dan pemilihan warna yang khusus tanpa menghilangkan karakter dari objek tersebut. Hal tersebut menjadi daya tarik tersendiri untuk dapat dikaji lebih dalam lagi sesuai dengan keilmuan desain komunikasi visual. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Data dalam bentuk primer dan sekunder dikumpulkan melalui teknik observasi, wawancara, kepustakaan, dokumentasi dan internet. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk, estetika dan makna yang terkandung dalam elemen desain komunikasi visual pada *merchandise* iklan politik pasangan DharmaNegara pilkada Kota Denpasar tahun 2014.

Kata kunci : *Iklan Politik, Merchandise, WPAP*

Political advertising is a major concern in the mechanism of the image industry presented simply to be a tool to bring the ideas and concrete works of the candidates to the community of prospective voters. Usually tangibles, banners, posters, stickers, billboards, and flags of political parties are spread in public spaces. In fact, in the 2014 election, the existence of political advertisements became misguided, the legislative candidates only rely on the installation of campaign props in the form of ad space. The campaign props tend to be visual garbage. Unlike the case with DharmaNegara couples, in addition to relying on advertising space campaign props, these couples use merchandise as a campaign. Merchandise used in the form of mugs complete with packaging and T-Shirt. Interestingly, it combines the visual style of WPAP with visual communication design elements. WPAP is one kind of vector concept that is textured in a field that crisscross each other with distinction and special color selection without losing the character of the object. It becomes the main attraction to be studied more deeply in accordance with the science of visual communication design. This research uses qualitative descriptive approach. Informations in primary and secondary forms were collected through observation, interview, literature, documentation and internet techniques. The purpose of this study to knowing the form, aesthetics and the meaning contained in the visual communication design elements on the merchandise of political advertising partner DharmaNegara Election Denpasar in 2014.

Keywords: *Political Advertising, Merchandise, WPAP*

Proses Review : 12 - 28 Februari 2018, Dinyatakan Lolos : 1 Maret 2018

PENDAHULUAN

Iklan politik selalu menjadi bagian yang menarik untuk didiskusikan berkaitan dengan kampanye politik. Dihadirkan sekedar menjadi alat bantu untuk mendekatkan gagasan dan karya nyata sang caleg pada masyarakat calon pemilih. Iklan politik merupakan upaya menyampaikan pesan verbal visual perikehidupan politik yang didesain secara komunikatif (Tinarbuko Sumbo, 2015:154). Realitas politik yang terjadi saat ini, menjadikan iklan politik sebagai perhatian utama yang didalamnya menuntut para politisi partai maupun perseorangan untuk memiliki akses yang seluas-luasnya terhadap mekanisme industri citra. Industri citra yang dimaksud disini adalah industri berbasis komunikasi dan informasi yang akan memasarkan ide, gagasan, pemikiran dan tindakan politik. Politik dalam perspektif industri citra merupakan upaya mempengaruhi orang lain untuk mengubah atau mempertahankan suatu kekuasaan tertentu melalui pengemasan citra dan popularitas. Semakin dapat menampilkan citra yang baik, maka peluang untuk berkuasa pun semakin besar.

Pada kenyataannya dalam pilkada 2014, keberadaan iklan politik telah menjadi salah kaprah, para caleg dalam berkampanye, karena hanya mengandalkan pemasangan alat peraga kampanye berbentuk iklan ruang. Alat peraga kampanye cenderung menjadi sampah visual. Iklan politik, biasanya berwujud : rontek, spanduk, poster, stiker, baliho caleg, dan bendera parpol yang ditebarkan di ruang publik. Hal tersebut mengindikasikan para calon tidak memiliki kreativitas yang cukup dan miskin ide. Model kampanye yang dilakukan umumnya adalah pemasangan baliho yang merusak pemandangan, pemasangan poster yang merusak pohon-pohon, membuat selebaran yang cuma menambah sampah. Mereka melakukan aktifitas mencari simpati massa dengan cara konvensional yang seringkali justru menciptakan antipasti masyarakat walaupun maksudnya baik. Berbeda halnya dengan pasangan DharmaNegara, selain mengandalkan alat peraga kampanye iklan ruang, pasangan ini menggunakan *merchan-*

dise sebagai media kampanye. *Merchandise* dapat diartikan sebagai barang dagangan yang dipasarkan kepada konsumen dengan cuma-cuma dalam rangka mempromosikan produk utama yang dipasarkan dengan maksud agar angka penjualan meningkat. *Merchandise* merupakan media promosi yang cukup memberi kesan pada konsumen tentang keunggulan produk yang dipasarkan. Dalam perpolitikan, *merchandise* dimanfaatkan untuk membangun citra para politisi. Dalam dunia desain komunikasi visual, *merchandise* dikategorikan sebagai bagian pertama klasifikasi produk reproduksi hasil akhir media. *Merchandise* termasuk dalam reproduksi media cetak. Media cetak yang dimaksud, direncanakan dengan berdasarkan prinsip-prinsip cetak antara lain : cetak saring, offset, stempel, di atas berbagai jenis material seperti : kertas, kain, logam, keramik, dan sebagainya. Contoh produk yang dihasilkan dapat berupa majalah, koran, buku, kalender, brosur, *flyer*, mug, gantungan kunci, pin, *packaging*, *shopping bag*, *CD cover*, *T-shirt* dan sebagainya. *Merchandise* yang digunakan pasangan DharmaNegara berupa mug lengkap dengan *packagingnya* dan *T-Shirt*. Menariknya lagi, didalamnya mengkomposisikan WPAP dengan elemen-elemen desain komunikasi visual. Gaya visual WPAP sendiri merupakan salah satu jenis konsep vektor yang bertekstur bidang yang saling silang-bersilang dengan perbedaan dan pemilihan warna yang khusus tanpa menghilangkan karakter dari objek tersebut. WPAP, memiliki keunikan tersendiri ketika dilihat secara cermat. Penelitian terkait penerapan gaya visual WPAP yang dijadikan iklan politik oleh pasangan calon legislatif dalam pilkada sangat jarang dan bahkan belum ada dilakukan, sehingga menambah motivasi penulis dalam melaksanakan kegiatan penelitian ini.

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk meneliti *merchandise* iklan politik pasangan DharmaNegara pada pilkada tahun 2014 dilihat dari analisis bentuk, makna dan estetikanya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif sebagai upaya untuk menjawab tantangan dan pemahaman terhadap fenomena yang diteliti mencakup bentuk, makna, dan estetika yang tersembunyi di dalam elemen-elemen desain komunikasi visual pada *merchandise* iklan politik pasangan DharmaNegara tahun 2014. Penelitian kualitatif didefinisikan sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Data diperoleh melalui metode observasi, wawancara, dokumentasi dan kepustakaan yang dikumpulkan dan diproses kemudian disusun ke dalam teks yang diperluas dan dianalisis yang terdiri atas tiga alur kegiatan, yakni reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Untuk mengkaji nilai estetika iklan politik pasangan DharmaNegara dalam *merchandise* pada pilkada Kota Denpasar 2014, peneliti menggunakan pandangan Monroe Beradsley dalam *Problems in the Philosophy of Criticism* yang menjelaskan adanya 3 ciri yang menjadi sifat-sifat membuat baik (indah) dari benda-benda estetis pada umumnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Iklan politik secara singkat dideskripsikan sebagai penyiaran yang bersifat informatif dan persuasif dengan tujuan untuk meraih pemberi suara dan memberikan mereka pilihan politik yang meliputi partai politik, kandidat dan program. Tujuan yang ingin dicapai oleh iklan ini tidak hanya untuk menaikkan popularitas kandidat tetapi lebih kepada untuk membuat pemberi suara mau memilih kandidat yang menjadi sponsor dari iklan. Bentuk dan isi dari iklan yang mampu meraih audiens melalui media ini di bawah kendali dari aktor politik, media (TV, radio, surat kabar, internet) dan saluran transmisi lainnya (Dudek, 2007: 2). Definisi iklan yang dikemukakan oleh Dudek memberikan gambaran bahwa iklan politik tidak hanya digunakan untuk menaikkan popularitas tetapi juga perubahan perilaku calon pemilih untuk kemudian memberikan suara pada kandidat yang beriklan. Selain Dudek, definisi iklan politik juga dikemukakan oleh Kaid dan Holtz- Bacha (Daniel, 2009: 93). Menurut keduanya, iklan politik didefinisikan sebagai suatu pesan terkontrol yang dikomunikasikan melalui berbagai saluran yang didesain untuk mempromosikan ketertarikan politik dari seseorang, partai, kelompok, pemerintah atau suatu organisasi. Definisi ini membuat iklan politik tidak

saja dilihat dari suatu media tertentu saja, melainkan berbagai media dengan satu ciri yang sama yaitu pesan yang disampaikan sudah diatur dan dikendalikan oleh pihak yang mengusung iklan politik. Hal ini dapat dilihat dari maraknya iklan politik di berbagai media. Begitu juga dengan pasangan DharmaNegara yang menggunakan media *merchandise* sebagai iklan politiknya. Dari iklan politik pasangan DharmaNegara, lebih difokuskan pada bentuk, makna, dan estetika yang terkandung dari segi visualnya.

Bentuk

Sebelum membahas bagaimana bentuk fisik *merchandise* iklan politik pasangan DharmaNegara pada pilkada Kota Denpasar 2014, terlebih dahulu dipaparkan pemahaman konseptual bentuk yang dimaksud. Bentuk adalah segala hal yang memiliki diameter tinggi dan lebar. Bentuk dasar yang dikenal adalah kotak (*rectangle*), lingkaran (*circle*), dan segitiga (*triangle*). Sementara pada kategori sifatnya, bentuk dapat dikategorikan menjadi tiga, yaitu: huruf, simbol dan bentuk nyata. Huruf (*Character*): yang direpresentasikan dalam bentuk visual yang dapat digunakan untuk membentuk tulisan sebagai wakil dari bahasa verbal dengan bentuk visual langsung, seperti A, B, C, dan sebagainya. Simbol (*Symbol*): yang direpresentasikan dalam bentuk visual yang mewakili bentuk benda secara sederhana dan dapat dipahami secara umum sebagai simbol atau lambang untuk menggambarkan suatu bentuk benda nyata, misalnya gambar orang, binatang, matahari dalam bentuk sederhana (simbol), bukan dalam bentuk nyata (dengan detail). Bentuk Nyata (*Form*): bentuk ini betul-betul mencerminkan kondisi fisik dari suatu objek. Bentuk dari *merchandise* iklan politik pasangan DharmaNegara pada pilkada 2014 yang memiliki visual WPAP yaitu *T-Shirt*, mug dan *packing mug*.

Bentuk berdasarkan sifatnya, dapat dijabarkan dalam *merchandise* iklan politik pasangan DharmaNegara pada pilkada 2014, pada gambar 1.

Berdasarkan uraian bentuk sifat Huruf (*Character*) tercermin dari tekstual "DHARMA NEGARA KITA BERSAMA DEMI DENPASAR" dan dibarengi angka 1. Dari jenis huruf yang digunakan termasuk ke dalam karakter Sans-Serif untuk teks dan Serif untuk angka. Selanjutnya, dari bentuk sifat berikutnya yaitu simbol, simbol tercermin dari lambang kepala banteng yang mewakilkan dari Partai PDI Perjuangan. Berikutnya, bentuk sifat bentuk Nyata atau (*form*)



Gambar 1. Iklan Politik DharmaNegara
(Sumber : I Gusti Ngurah Wirawan : 2014)

tercermin dari portrait pasangan Dharma Negara.

Bentuk Elemen-Elemen Desain Komunikasi Visual

Elemen-elemen Desain komunikasi visual yang sangat vital adalah ilustrasi, warna, teks dan tipografi. Elemen-elemen desain komunikasi visual diterapkan dalam sebuah media desain komunikasi visual disesuaikan dengan tujuan yang hendak dicapai.

Ilustrasi

Di dalam kehidupan sehari-hari, tanpa disadari, sering dilihat seni gambar yang dimanfaatkan untuk memberi penjelasan atas suatu maksud atau tujuan secara visual yang disebut dengan ilustrasi. Penggunaan ilustrasi dalam penerapan media memiliki arti yang penting mengingat ilustrasi tersebut memiliki arti penghias berupa gambar-gambar (foto, lukisan, grafika, diagram, dan sebagainya) yang berfungsi membantu menjelaskan isi dari pada buku (artikel, karangan, bacaan dan lain sebagainya) misalnya ilustrasi itu lebih sering berfaedah dalam menerangkan arti kata-kata.

Ilustrasi merupakan karya seni rupa dua dimensi yang berwujud gambar dan bersifat figuratif maupun non figuratif yang menyertai suatu naskah, berfungsi untuk menerangkan atau memperjelas naskah, disamping juga sebagai penghias. Ilustrasi merupakan salah satu unsur penting yang sering digunakan dalam komunikasi visual karena sering dianggap

sebagai bahasa universal yang dapat menembus rintangan yang ditimbulkan oleh perbedaan bahasa kata-kata. Menurut Kusrianto Adi (2007:140), seni gambar yang dimanfaatkan untuk memberi penjelasan atas suatu maksud atau tujuan secara visual yang disebut dengan ilustrasi. Dalam perkembangannya ilustrasi secara lebih lanjut ternyata tidak hanya berguna sebagai sarana pendukung cerita, tetapi juga menghiasi ruang kosong. Misalnya dalam majalah, koran, tabloid, dan lain-lain. Ilustrasi bisa berbentuk macam-macam, seperti karya seni sketsa, lukis, grafis, karikatural, dan akhir-akhir ini bahkan banyak dipakai *image bitmap* hingga karya foto. Sebuah ilustrasi mampu membantu pembaca untuk menggambarkan apa yang tertulis dalam artikel maupun cerita. Seorang ilustrator yang baik mampu berperan sebagai seorang *visualiser* atas sebuah naskah.

Berasal dari bahasa latin *illustrare* yang artinya: sinar terang, mulia, gemilang. Kata tersebut berdekatan dengan kata *ilustro* yang artinya: menghias, menerangi, menunjukkan. Jadi arti ilustrasi ditinjau dari asal katanya: suatu yang dapat menghias, menerangkan atau menunjukkan melalui media tertentu. Ilustrasi dapat berupa gambaran simbol relief, musik yang tujuannya untuk mengkomunikasikan atau menjelaskan sesuatu. Pengertian ilustrasi menurut Made Westra: merupakan gambar yang menyertai naskah, artikel atau media komunikasi lainnya. Pengertian ilustrasi menurut Maya Ananda: suatu yang dapat menyemarakkan halaman-halaman buku atau media lainnya sebagai karya seni yang memiliki nilai estetis. Berdasarkan pengertian tersebut dapat dianalisis, ilustrasi adalah suatu yang mampu menjelaskan dengan gambar apabila dijelaskan dengan kata-kata yang belum memperoleh kejelasan.

Berdasarkan uraian diatas, ilustrasi pada *merchandise* pasangan DharmaNegara pada pilkada tahun 2014 menggunakan gaya visual WPAP. WPAP merupakan singkatan dari Wedha's Pop Art Potrait adalah gaya seni pop art yang dipopulerkan oleh Wedha Abdul Rasyid yang sekaligus pembuat aliran ini. WPAP dahulu bernama FMB (Foto Marak Berkotak). Secara teknik, WPAP mempunyai ciri khas tertentu dalam penggambaran objek, dimana dalam WPAP akan ditemukan bidang berkotak-kotak dan penuh dengan warna-warni antar bidang tanpa menghilangkan karakter objek atau model yang digambar. Dalam WPAP tidak akan menemukan bidang-bidang lengkung oleh sebab itu WPAP mempunyai ciri khas tertentu yang membuat WPAP mempunyai keunikan

tersendiri dalam segi teknik pembuatan.

Sejarah singkat WPAP dimulai sekitar tahun 1990-1991 berawal dari kegelisahan menggambar sosok manusia yang realistis karena seiring bertambahnya usia. Menurut Wedha, gambar sosok manusia realistis mempunyai tingkat kesulitan paling tinggi ditambah dengan faktor memilih, mencampur warna menjadi hal yang menyulitkan. Kemiripan warna kulit manusia, kehalusan goresan, menjadi sesuatu yang mahal bagi Wedha. Dari kegelisahan itulah, Wedha mulai memikirkan cara melukis sosok manusia dengan cara yang lebih mudah dengan mengutak atik titik, garis dan bidang. Berawal dari hal tersebut Wedha membayangkan gambar sosok manusia sebagai kumpulan bidang-bidang datar yang dibentuk oleh garis-garis imajiner.

Secara istilah, WPAP merupakan gaya seni atau ilustrasi yang mengubah foto tokoh atau figur terkenal dalam bidang-bidang datar dan berwarna-warni."-Ciri khas WPAP itu warna warni dan terbentuk dari bidang atau garis imajiner yang lurus. Tidak boleh melengkung, alias wajib memiliki sudut dengan tidak mengubah proporsi foto aslinya," Warna-warni merupakan gaya *pop art* yang merupakan bagian dari seni modern. Sedangkan garis-garis lurus yang saling terhubung tersebut merupakan ciri khas atau keunikan WPAP jika dibandingkan dengan *pop art* lainnya. Yang memiliki lengkungan merupakan *pop art* pada umumnya yang ditemukan dan dikembangkan oleh Andy Warhol. Sedangkan yang terbentuk dari garis-garis bidang merupakan WPAP asli ciptaan dan buatan anak negeri. Menurut Gusti, banyak yang mengatakan WPAP lebih baik dari *pop art* pada umumnya. Sedangkan menurut Wedha sendiri WPAP adalah seni Tracing (menjiplak) yang bermartabat."Tracing ini adalah tracing kreatif yang tidak tunduk 100 persen pada apa yang sedang ditrace dengan menggunakan bidang garis lurus. Garis-garis lurus akan tampak lebih kuat dibanding dengan bidang bentukan garis-garis lengkung. Dan sesuatu yang terukur dengan tegas akan berkesan kuat," tulis Wedha dalam situs wpapcommunity.com. Sedangkan untuk pewarnaan kelompoknya dibagi menjadi warna depan, tengah dan kelompok warna belakang. Pengelompokan ini didasari adanya perbedaan panjang gelombang dan frekuensi getaran dari masing-masing unsur kimia pembentuk warna yang terpantul ke mata. Jika dahulu untuk membuat WPAP, Wedha banyak menggunakan cara manual yakni membuat dengan tangan, saat ini dengan adanya teknologi sangat membantu mempermudah

pembuatan WPAP. *Software* desain seperti corel, ilustrator dan photoshop, membuat karya WPAP jauh lebih mudah dilakukan.

Pasangan DharmaNegara menggunakan gaya visual WPAP untuk menjangkau khalayak targetnya yang mengusung tema muda kreatif. Berbicara terkait dengan kreatif maka yang perlu diperhatikan adalah kreativitas. Kreativitas mempelajari keterampilan dan kemampuan intelektual untuk mewujudkan sesuatu yang baru (Supriadi;1994). Berdasarkan penekannya, definisi-definisi kreativitas dapat dibedakan dalam dimensi person, proses, produk dan press. Pada penelitian penulis menggunakan pandangan Barron (1976) dan Amabile (1983 : 33) yang sama-sama menekankan dan melihat kreativitas dari segi produk. Barron menyatakan " *the ability to bring something new into existence* ". Secara konseptual, Amabile melukiskan bahwa : (a) Produk tersebut bersifat baru, unik, berguna, benar, atau bernilai dilihat dari segi kebutuhan tertentu; (b) lebih bersifat heuristik, yaitu menampilkan metode yang masih belum pernah atau jarang dilakukan oleh orang lain sebelumnya.

Ilustrasi yang digunakan pasangan DharmnaNegara memiliki nilai kreativitas karena menerapkan gaya visual WPAP didalamnya yang sebelumnya sangat jarang bahkan belum pernah dilakukan oleh pasangan lain dalam pilkada khususnya di Denpasar. WPAP pasangan DharmaNegara memiliki nilai kebaruan, dilihat dari jarangnyanya dijumpai WPAP yang memiliki nilai kearifan budaya lokal. Kearifan budaya lokal adalah nilai-nilai luhur yang berlaku dalam tata kehidupan masyarakat untuk antara lain melindungi dan mengelola lingkungan hidup secara lestari yang secara yuridis formal kearifan lokal telah diperkenalkan dalam Pasal 1 ayat (30) Undang- Undang Nomor 32 tahun 2009. Dalam undang-undang tersebut juga diperkenalkan asas kearifan lokal dalam pengelolaan lingkungan di Indonesia, yaitu bahwa dalam upaya perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup harus memerhatikan nilai-nilai luhur yang berlaku dalam tata kehidupan masyarakat. Menurut Hendra Wahanu Prabandani yang dimaksud dengan kearifan lokal adalah nilai-nilai, norma, hukum-hukum dan pengetahuan yang dibentuk oleh ajaran agama, kepercayaan-kepercayaan, tata nilai tradisional dan pengalaman-pengalaman yang diwariskan oleh leluhur yang akhirnya membentuk sistem pengetahuan lokal yang digunakan untuk memecahkan permasalahan-permasalahan sehari-hari oleh masyarakat.

Kearifan budaya lokal tercermin dari *udeng* pada WPAP pasangan DharmaNegara. *Udeng* merupakan salah satu ciri khas yang digunakan oleh para laki-laki. *Udeng* adalah sehelai kain yang biasanya diikatkan di kepala laki – laki dengan bentuk dan corak berwarna – warni. *Udeng* terbuat dari kain dengan ukuran panjang kurang lebih sekitar setengah meter. *Udeng* terdiri dalam berbagai motif, mulai dari polos, ornamen metalik, corak batik, serta corak lain yang lebih modern. *Udeng* memiliki bentuk asimetris bilateral dengan sisi sebelah kanan lebih tinggi dari sisi kirinya. *Udeng* polos putih untuk ke Pura secara visual tampak digunakan oleh pasangan DharmaNegara sesuai dengan apa yang telah ditetapkan oleh Parisadha Hindu Darma Indonesia.

Warna

Warna merupakan salah satu unsur yang tidak bisa berdiri sendiri. Penampilan suatu warna selalu dipengaruhi dan ditentukan oleh warna lain yang ada di sekitarnya. Warna juga merupakan tampilan fisik pertama yang sampai ke mata yang membedakan sesuatu dengan sesuatu yang lain. Baik itu benda mati atau benda hidup. Warna bisa dilihat karena ada interaksi atau karena ada saling mempengaruhi antar warna itu sendiri. Warna biru dengan kadar pencahayaan yang sama akan terlihat berbeda penampilannya bila diletakkan di atas latar yang berbeda atau didekatkan dengan warna yang berbeda pula.

Setiap warna menimbulkan kesan yang berbeda-beda. Dengan memahami berbagai hal mengenai warna akan memudahkan kita untuk mendapatkan pandangan yang tepat mengenai tata warna itu sendiri. Sebab nuansa warna yang ditimbulkan oleh warna sangat banyak macamnya dan kesan yang ditimbulkanpun sangat beragam. Dari berbagai macam warna yang ada, sebagai warna yang paling dasar adalah merah, biru, dan kuning. Dari ketiga warna tersebut dapat diubah menjadi beribu-ribu macam warna dengan mencampurkannya dalam perbandingan-perbandingan tertentu sesuai dengan macam warna yang diinginkan. Kesan yang diterima oleh mata lebih ditentukan oleh cahaya.

Berdasarkan uraian di atas, warna yang digunakan pada *merchandise* pasangan DharmaNegara pada pilkada 2014, yaitu untuk potrait DharmaNegara menggunakan berbagai corak warna yang mengidentikan dengan gaya visual WPAP, sedangkan untuk teks menggunakan warna merah, hitam dan putih. Warna tersebut juga mencerminkan kearifan bu-

daya lokal karena warna tersebut diambil dari warna gelang *Tridatu* (merah, putih, hitam). Gelang *Tridatu* sebagai aksesoris kelihatan unik dan antik, namun lebih jauh dari itu benang ini memiliki nilai filosofis yang dalam dan diyakini memiliki *power magis*. *Tridatu* secara etimologi berasal dari kata Tri dan Ratuatu. Tri memiliki arti tiga dan Ratu berarti kekuatan, jadi *Tridatu* adalah tiga kekuatan warna yang terdiri dari merah, putih dan hitam.

Tipografi

Tipografi dalam desain komunikasi visual dikatakan sebagai '*visual language*', yang berarti bahasa yang dapat dilihat. Tipografi adalah salah satu sarana untuk menterjemahkan kata-kata yang terucap ke halaman yang dapat dibaca. Lazlo Moholy berpendapat bahwa tipografi adalah alat komunikasi. Oleh karena itu, tipografi harus bisa berkomunikasi dalam bentuknya yang paling kuat, jelas (*clarity*) dan terbaca (*legibility*). Tipografi didefinisikan sebagai suatu proses seni untuk menyusun bahan publikasi menggunakan huruf cetak.

Menyusun meliputi merancang bentuk huruf cetak sehingga merangkainya dalam sebuah komposisi yang tepat untuk memperoleh suatu efek tampilan yang dikehendaki. Perkembangan tipografi dipengaruhi oleh faktor budaya serta teknik pembuatan. Karakter tipografi yang ditimbulkan dari bentuk hurufnya bisa dipersepsikan berbeda. Dibutuhkan kecermatan memilih jenis tipografi dalam membuat karya desain komunikasi visual. Rangkaian huruf dalam sebuah kata atau kalimat bukan saja berarti suatu makna yang mengacu kepada sebuah objek ataupun gagasan, tetapi juga memiliki kemampuan untuk mengutarakan suatu citra ataupun kesan visual. Hal itu dikarenakan terdapatnya nilai fungsional dan nilai estetika dalam suatu huruf.

Pemilihan jenis huruf disesuaikan dengan citra yang ingin diungkap. Peran dari pada tipografi adalah untuk mengkomunikasikan ide atau informasi dari halaman tersebut ke pengamat. Secara tidak sadar manusia selalu berhubungan dengan tipografi setiap hari, setiap saat. Pada merek dagang komputer, koran atau majalah, label pakaian, dan masih banyak lagi. Hampir semua hal yang berhubungan dengan desain komunikasi visual mempunyai unsur tipografi di dalamnya.

Sebagai seorang visual komunikator, desainer komunikasi visual harus dapat membaca dan mengartikan bentuk atau gambaran. Dalam perannya sebagai

tipografer, seorang desainer harus dapat mengetahui bentuk type yang bagaimana yang dapat menunjang arah desain dan meramalkan reaksi daripada pengamatnya. Bentuk huruf *italic* dengan warna emas, misalnya, sangat baik untuk digunakan pada sampul buku roman, dan sebaliknya bentuk huruf roman, san serif, bold, sangat cocok untuk poster- poster politik.

Berdasarkan uraian di atas, jenis tipografi yang digunakan pada *merchandise* pasangan DharmaNegara untuk angka 1 menggunakan jenis huruf Serif dan tagline “ DHARMA NEGARA KITA BERSAMA DEMI DENPASAR” menggunakan jenis huruf Sans Serif. Serif merupakan jenis huruf yang mempunyai kaki/ sirip (serif) yang berbentuk lancip pada ujungnya. Huruf Serif memiliki ketebalan dan ketipisan yang kontras pada garis-garis hurufnya, sehingga memiliki kemudahan baca (readability) yang cukup tinggi (Nathalia Anggraini, 2014 : 58). Sans Serif diartikan tanpa sirip / serif, jadi huruf jenis ini tidak memiliki sirip pada ujung hurufnya dan memiliki ketebalan huruf yang sama atau hampir sama (Nathalia & Anggraini, 2014 : 60).

Teks

Teks merupakan sederetan kata atau kalimat yang menjelaskan suatu barang atau jasa untuk tujuan tertentu. Dalam Desain Komunikasi Visual, bahasa yang digunakan untuk penyusunan teks pada iklan hendaknya sederhana jelas, singkat, dan tepat serta memiliki daya tarik pada kalimatnya (Ananda, 1978:63). Teks dibagi menjadi beberapa sistem penamaan dan masing-masing memiliki fungsi berbeda, yaitu: - Judul (*Headline/ Heading*), - Sub Judul (*Sub Headline*), - Teks Isi (*Body Copy*), - Slogan (*Semboyan*), - Kata Penutup.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, dalam iklan politik pasangan DharmaNegara hanya terdapat slogan dengan tagline “ DHARMA NEGARA KITA BERSAMA DEMI DENPASAR”. Kalimatnya yang pendek, unik dan khas sehingga mampu untuk memancing ingatan masyarakat.

Logo

Keberadaan logo menjadi sangat penting dalam partai politik, karena logo menjadi salah satu bagian dari sebuah *corporate identity*. Logo dilahirkan untuk menjadi identitas jati diri sebuah partai politik. Ia wajib memiliki ciri khas tersendiri. Perwujudan karakter logo partai politik, tentunya akan membe-

dakan antara partai politik yang satu dengan yang lainnya (Tinarbuko, 2015: 168). Logo adalah tanda, lambang, ataupun simbol yang mengandung makna dan digunakan sebagai identitas sebuah organisasi, perusahaan atau individu agar mudah diingat oleh orang lain. Logo juga dapat memberi gambaran ciri ataupun identitas perusahaan, sehingga logo bisa dikatakan sebuah lambang ataupun ciri untuk memudahkan pengenalan sebuah perusahaan dan juga *corporate identity* atau identitas perusahaan yang mewakili citra perusahaan. Logo juga merupakan penyederhanaan dari suatu realitas yang kompleks sehingga dapat dikontrol, dimodifikasi, dan dibangun sesuai dengan perkembangan zaman (Murphy; Rowe, 2007).

Berdasarkan beberapa logo partai politik yang berkompetisi dalam pesta demokrasi pemilu 2014, hanya sedikit dari puluhan logo partai politik tersebut gampang untuk diingat oleh masyarakat luas. PDI Perjuangan menjadi logo yang mudah untuk dikenali karena logo tersebut pada setiap desainnya lebih mengedepankan usur kesederhanaan, mudah dibaca, gampang diingat, dan memiliki daya komunikasi yang tinggi. Desain logo PDI Perjuangan, diyakini mampu mencerminkan secara nyata citra positif dari partai politik. Citra yang melekat dalam partai politik PDI perjuangan adalah partai wong cilik. Tampilan visualnya tampak orisinal dan memiliki nilai kebaruan (*novelties*). Keberadaannya pun mudah untuk diaplikasikan bagi berbagai kepentingan desain komunikasi visual. Dalam kapasitasnya sebagai identitas partai politik, sudah menjadi rahasia umum jika logo tersebut harus digunakan secara konsisten dan terus –menerus dalam berbagai aplikasi kepentingan sosialisasi dari paratai politik tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, dilihat dari *merchandise* iklan politik pasangan DharmaNegara pada pilkada 2014, partai pengusung pasangan tersebut adalah PDI Perjuangan. Bila disandingkan dengan angka nomor urut 1 pasangan dari hasil wawancara menyatakan bahwa nomor urut pasangan lebih dominan dibandingkan logo partai. Hal tersebut dibenarkan karena adanya *emphasis* pada angka nomor urut 1. Dalam *layout emphasis* merupakan penekanan di bagian-bagian tertentu pada *layout*. Penekanan ini berfungsi agar pembaca dapat lebih terarah atau fokus pada bagian yang penting. Penekanan atau *emphasis* dapat diciptakan dengan cara : memberi ukuran huruf yang jauh lebih besar dibandingkan elemen-elemen *layout* lainnya, menggunakan war-

na yang kontras atau berbeda dengan latar belakang dan elemen lainnya, meletakkan hal yang penting tersebut pada posisi yang menarik perhatian, menggunakan bentuk atau *style* yang berbeda dengan sekitarnya (Nathalia Anggraini, 2014 : 76). *Emphasis* yang dilakukan pada iklan politik *merchandise* pasangan DharmaNegara selain yang diuraikan di atas juga menggunakan penekanan bulatan hitam sebagai latarbelakang pada nomor urut.

Berdasarkan kondisi yang diuraikan di atas, penggunaan logo partai politik dalam pilkada menjadi hal yang kurang penting, justru yang dipentingkan adalah angka, yang didasarkan pada nomor urut undian. Kenyataannya, justru nomor urut itu yang menjadi logo dari partai politik peserta pilkada. Dapat dikatakan bahwa fungsi logo secara teoritis diposisikan sebagai identitas atau jati diri partai politik, sudah didekonstruksi sedemikian rupa seperti tersirat dalam paparan di atas. Pendekonstruksian fungsi logo partai politik itu terjadi, karena secara umum, pada waktu pencoblosan yang lebih dominan adalah nomor urut dan portrait pasangan pilkada. Maka pelarian yang paling netral dengan mengedepankan nomor urut yang secara visual lebih solid, komunikatif dan mudah diingat sebagai simbol penghubung imajiner menuju logo partai politik. Dalam konteks ini, angka atau nomor urut partai politik dianggap mampu mengubah keseluruhan persepsi tentang partai politik berikut logonya (Tinarbuko, 2015 : 170).

Konsep Estetika

Pembahasan bagian ini difokuskan pada estetika dengan maksud untuk memberikan pemahaman mendalam tentang estetika yang terkandung didalam *merchandise* iklan politik pasangan DharmaNegara yang memiliki muatan WPAP. Estetika yang berasal dari bahasa Yunani " *aesthetic* " berarti hal-hal yang dapat diserap oleh panca indera. Oleh karena itu estetika sering diartikan sebagai persepsi indera (*sense of perception*). Alexander Gottlieb Baumgarten (1714 – 1762), seorang filsuf Jerman adalah orang yang pertama memperkenalkan kata " *aesthetic* ", sebagai penerus pendapat Cottfried Leibniz (1646-1716). Baumgarten memilih estetika karena mengharapkan untuk memberikan tekanan kepada pengalaman seni sebagai suatu sarana untuk mengetahui (*the perfection of sentient knowledge*). Estetika yang dimaksud terkait tentang keindahan elemen-elemen desain komunikasi visual yang vital, meliputi ilustrasi, teks/tipografi dan warna dinilai menggunakan sudut pandang Monroe Beardsley dalam *Problems in the*

Philosophy of Criticism yang menjelaskan adanya 3 ciri yang menjadi sifat-sifat membuat baik (indah) dari benda-benda estetis, yaitu : kesatuan (*unity*), kerumitan (*complexity*) dan kesungguhan (*intensity*). Prinsip-prinsip desain digunakan sebagai alat untuk menganalisis *merchandise* iklan politik pasangan DharmaNegara yang memiliki muatan WPAP . Karya desain komunikasi visual yang berkualitas perlu mempertimbangkan secara cerdas dalam mengorganisasikan elemen-elemen desain komunikasi visual dan memperhatikan ekspresi citra yang benar sesuai dengan prinsip-prinsip desain secara tepat. Tujuannya, sebagai pengetahuan pembaca ketika ingin memahami estetika karya desain komunikasi visual menggunakan prinsip-prinsip desain sebagai alat untuk menganalisisnya.

Berdasarkan uraian di atas, untuk mengkaji nilai estetis iklan politik pasangan DharmaNegara dalam *merchandise* pada pilkada Kota Denpasar 2014, peneliti menggunakan pandangan Monroe Beardsley dalam teori kreativitas dapat dijabarkan sebagai berikut :

Monroe Beardsley dalam *Problems in the Philosophy of Criticism* yang menjelaskan adanya 3 ciri yang menjadi sifat-sifat membuat baik (indah) dari benda-benda estetis pada umumnya. Ketiga ciri terkandung ialah :

- a. Kesatuan (*unity*), ini berarti bahwa benda estetis ini tersusun secara baik atau sempurna bentuknya.
- b. Kerumitan (*complexity*), Benda estetis atau karya seni yang bersangkutan tidak sederhana sekali, melainkan kaya akan isi maupun unsur-unsur yang saling berlawanan ataupun mengandung perbedaan-perbedaan yang halus.
- c. Kesungguhan (*intensity*), Suatu benda estetis yang baik harus mempunyai kualitas tertentu yang menonjol dan bukan sekedar sesuatu yang kosong. Tidak menjadi soal kualitas apa yang dikandungnya (misalnya suasana suram atau gembira, sifat lembut atau kasar), asalkan merupakan sesuatu yang intensif atau sungguh-sungguh.

Kesatuan (*unity*)

Ini berarti bahwa benda estetis ini tersusun secara baik atau bentuknya sempurna. Susunan komposisi dari potrait pasangan Dharma Negara dengan elemen desain komunikasi visual seperti warna, teks

dan tipografi membentuk satu kesatuan tak terpisahkan. Susunan elemen desain komunikasi visual satu sama lainnya tidak saling mendominasi sehingga benar-benar terasa menyatu. Potrait pasangan DharmaNegara yang menggunakan gaya visual WPAP yang penuh dengan corak berwarna menyatu padu dengan teks yang singkat dan menggunakan jenis huruf sanserif atau tanpa kaki terlihat tegas dengan ukuran yang sesuai dengan besar portrait tersebut. Hal tersebut menjadikan tampilan visual terlihat utuh dan menyatu.

Kerumitan (complexity)

Benda estetis atau karya seni yang bersangkutan tidak sederhana, melainkan kaya akan isi maupun unsur-unsur yang saling berlawanan ataupun mengandung perbedaan-perbedaan yang halus. Kerumitan sangat jelas terasa bila dilihat dari gaya visual WPAP yang diterapkan pada visual portrait pasangan DharmaNegara. Susunan bidang berwarna pada portrait tersebut memiliki sudut dengan tidak mengubah proporsi foto aslinya. Pengaplikasian angka satu diantara teks “KITA BERSAMA DEMI DENPASAR” bagian dari hal kerumitan, karena menempatkan angka tersebut di sela-sela teks tetapi tidak mengganggu pemahaman orang dari teks itu sendiri

Kesungguhan (intensity)

Benda estetis yang baik harus mempunyai kualitas tertentu yang menonjol dan bukan sekedar sesuatu yang kosong. Tidak menjadi soal kualitas apa yang dikandungnya (misalnya suasana suram atau gembira, sifat lembut atau kasar). Asalkan merupakan sesuatu yang intensif atau sungguh-sungguh. Kesungguhan sangat terlihat nampak dari portrait tersebut. Pembuatan WPAP tidaklah mudah, ketika tidak bersungguh-sungguh dalam pengerjaannya maka karakter dari portrait tersebut tidak akan tercipta. Komposisi warna yang diterapkan pada portrait tersebut sangat diperhitungkan, WPAP pasangan DharmaNegara sangat menonjol ditambah penerapan kearifan budaya lokal didalamnya yang terlihat dari *udeng* yang dikenakan oleh pasangan DharmaNegara dalam potraitnya. Susunan komposisi warna dan bidang dalam portrait memunculkan ekspresi yang benar-benar matang.

Semiotika

Menurut Little John, Semiotika adalah berupaya menemukan tanda termasuk hal-hal tersembunyi dibalik sebuah tanda (teks, iklan, berita). Semiotika merupakan istilah yang berasal dari kata Yunani

semeion yang berarti ‘tanda’ atau *sign* dalam bahasa Inggris itu adalah ‘ilmu yang mempelajari sistem tanda’ seperti: bahasa, kode, sinyal, dan sebagainya. Tanda-tanda adalah basis dari seluruh komunikasi. Menurut Umberto Eco, Semiotika adalah mempelajari hakikat tentang kebenaran suatu tanda. Tanda tersebut sebagai “kebohongan”; dalam tanda ada sesuatu yang tersembunyi dibaliknya dan bukan merupakan tanda itu sendiri (Sobur, 2006:87).

Menurut Saussure, Semiotika adalah persepsi dan pandangan tentang realitas, dikonstruksikan oleh kata-kata dan tanda-tanda lain yang digunakan dalam konteks sosial. Artinya, tanda membentuk persepsi manusia, lebih dari sekedar merefleksikan realitas yang ada (Sobur, 2006:87).

Menurut Barthes, Semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda adalah perangkat yang dipakai dalam upaya berusaha mencari jalan di dunia ini, di tengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia. Semiotika dalam istilah Barthes, semiologi, pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) memaknai hal-hal (*things*). Memaknai (*to signify*) dalam hal ini dapat dicampur adukan dengan mengkomunikasikan (*to communicate*). Memaknai berarti bahwa objek-objek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda (Sobur, 2009: 15).

Tanda (*sign*) adalah sesuatu yang berbentuk fisik (*any sound-image*) dapat dilihat dan didengar yang biasanya merujuk kepada sebuah objek atau aspek dari realitas yang ingin dikomunikasikan. Objek tersebut dikenal dengan *Referent*. Dalam komunikasi seseorang menggunakan tanda untuk mengirim makna tentang objek dan orang lain menginterpretasikan tanda tersebut. Syaratnya komunikator dan komunikan harus mempunyai bahasa atau pengetahuan yang sama terhadap sistem tanda (Kriyantono, 2010: 271). Sebuah tanda terdiri dari Penanda (*signifier*) yang adalah gambaran fisik nyata dari tanda ketika menerimanya dan Petanda (*signified*) yang adalah konsep mental yang mengacu pada gambaran fisik nyata dari tanda. Konsep mental dikenali secara luas oleh anggota dari suatu budaya yang memiliki bahasa yang sama (Fiske, 2012: 73). Saussure menegaskan bahwa petanda adalah sesuatu yang bersangkutan-paut dengan aktifitas mental seseorang yang menerima sebuah penanda. Menurut Saussure, tanda mengekspresikan ide-ide dan menandakan bahwa dia tidak sepakat dengan interpretasi Platonis atau

istilah ide yaitu ide sebagai peristiwa-peristiwa mental yang menjadi sasaran pikiran manusia. Dengan demikian, tanda secara implisit dipandang sebagai sarana komunikasi yang bertempat diantara dua orang manusia yang bermaksud melakukan komunikasi atau mengekspresikan sesuatu satu sama lain (Eco, 2009: 20).

Berdasarkan uraian di atas, makna yang terkandung pada visual iklan politik dalam *merchandise* pasangan Dharma Negara pada pilkada tahun 2014 dapat diuraikan sebagai berikut : pemilihan gaya visual WPAP pada portrait pasangan Dharma Negara tidak hanya memikirkan estetisnya saja, melainkan beragamnya bentuk dan corak warna mewakili masyarakat kota Denpasar yang majemuk, terdiri dari berbagai suku, agama dan budaya yang berbeda-beda tetapi tetap hidup dengan harmonis. Denpasar, kota modern yang tertata rapi, menjadi tempat hunian yang layak dan manusiawi, memiliki masyarakat yang berkebudayaan, dan dengan pemerintahan yang berorientasi pada pelayanan publik. Visual *udeng* dalam portrait pasangan Dharma Negara berwarna putih untuk ke Pura memiliki makna kejernihan pikiran dan kedamaian pikiran yang telah sesuai dengan Parisadha Hindu Darma Indonesia Bali. *Udeng* memiliki simbol sebagai “*ngiket manah*” (memusatkan pikiran) yang merupakan sumber penggerak panca indera. Tiap-tiap lekukan *udeng* memiliki makna, yaitu :

Lekuk di kanan lebih tinggi daripada di kiri berarti hendaknya lebih banyak dilakukan hal yang baik (*dharma*) dari pada berbuat buruk (*adharma*)

Ikatan di tengah – tengah kening bermakna memusatkan pikiran.

Ujung ke atas melambangkan Pemikiran Lurus ke atas untuk memuja Tuhan Yang Maha Esa. *Udeng* sebagai kelengkapan busana adat Bali dan sembahyang, *udeng* memiliki simbol Ketuhanan orang Bali yang menyatukan Tri Murti dalam simpul “nunggal”,

Tarikan ujung kain kanan melambangkan Wisnu,

Tarikan ujung kain kiri melambangkan Brahma, Ujung kain di atas yang ditarik ke bawah melambangkan Siwa, Artinya orang Bali juga memuja Tri Murti sebagai satu kesatuan yang utuh dalam perlambang *udeng* yang digunakan. Dengan menggunakan *udeng* secara garis besarnya disebutkan

hendaknya selalu berbuat yang baik sehingga dapat bersatu dengan-Nya (*Moksa*).

Teks, menggunakan warna yang diambil dari gelang *tridatu*. Warna tersebut memiliki makna *Tri* artinya tiga dan *datu* berarti kekuatan. Jadi *tridatu* adalah tiga kekuatan yang terdiri warna merah, hitam dan putih sebagai lambang Brahma, Wisnu dan Iswara (Siwa). Tiga warna ini biasanya digoreskan pada tiang-tiang bangunan rumah, pura dan sebagainya pada saat membuat upacara *pemlaspas*, yaitu ritual yang bertujuan untuk menyucikan dan peresmian bangunan. Maksudnya untuk menjaga penghuninya supaya memperoleh kerahayuan dan segala *Bhuta kala* yang hendak mengganggu dapat diredam. Demikian penjelasan Ketut Gina, dalam bukunya yang berjudul “Gambar dan Lambang.” Kutipan sebuah buku mengatakan, “Bila ngurip maupun melindungi bangunan baru atau bangunan suci dari vibrasi negatif, maka warna sakral dioleskan di bangunan, sedangkan pada manusia digunakan gelang benang *tridatu*.” Benang diikatkan pada lengan, maksudnya, mengikat atau melindungi *urip* atau hidup seseorang karena benang tiga warna ini bermakna kemanunggalan Brahma, Wisnu dan Iswara, juga bermakna manunggalnya *bayu*, *sabda* dan *idep*, yang artinya *jangkepnya* sang *mahurip*. Dari sisi kekuatan, ketiga warna ini mewakili aksara Ang, Ung, Mang yang manunggal menjadi aksara Om.

Hakikatnya benang *Tri Datu* merupakan salah satu aktualisasi diri dalam konteks Tri Murti. Dalam ajaran agama Hindu Tri Murti adalah tiga kekuatan Sang Hyang Widhi Wasa dalam menciptakan, memelihara, dan mengembalikan pada asalnya alam beserta isinya. Benang Tri Datu yang merupakan simbol dari *Tri Murti*, *Tri Pramana*, dan *Tri Kaya Parisudha* sebagai aktualisasi diri ini, diharapkan umat Hindu mulai sadar akan jati dirinya. Salah satunya dengan cara introspeksi diri atau dengan istilah *mulat sarira*. Dengan adanya introspeksi diri ini diharapkan umat Hindu dapat hidup sesuai dengan konsep ajaran agama Hindu yang satu dengan yang lainnya memiliki keterikatan. Umat Hindu sadar akan bahwasannya ini adalah bagian dari kehidupan, dan kehidupan hanyalah sebagian kecil alam semesta. Dengan mengingat-Nya, menjalankan ajaran-Nya ada kerinduan manusia untuk kembali pada-Nya. Benang Tri Datu yang merupakan simbol dari *Tri Murti*, *Tri Pramana*, dan *Tri Kaya Parisudha* menuntun umat Hindu akan jati dirinya. Sehingga dapat meningkatkan kualitas dirinya menjadi leb-

ih baik. Walau tidak mudah, tetapi lebih baik berdiri dari pada duduk, lebih baik berjalan dari pada berdiri, lebih baik berlari dari pada berjalan. Berpikir, berkata, berbuat dengan benar dan baik merupakan makanan bagi manusia. Berpikir, berkata, berbuat dengan benar dan baik merupakan makanan bagi atman yang rindu akan asalnya.

Kearifan budaya lokal *Udeng* dan warna *Tri Datu* mampu mengidentifikasi bahwa pasangan DharmaNegara merupakan pasangan calon kepala daerah yang berasal dari Bali dan tetap mampu untuk menjaga kearifan budaya lokal masyarakat Bali yang tercermin dari elemen-elemen desain komunikasi visual yang diterapkan pada iklan politik dalam *merchandisenya*.

SIMPULAN

Berdasarkan uraian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa :

1. Bentuk fisik *merchandise* iklan politik pasangan DharmaNegara menggunakan bentuk *T-shirt*, mug lengkap dengan kemasannya. Bentuk berdasarkan sifat Huruf (*Character*) tercermin dari tekstual “DHARMA NEGARA KITA BERSAMA DEMI DENPASAR” dan dibarengi angka 1. Dari jenis huruf yang digunakan termasuk ke dalam karakter Sans-Serif untuk teks dan Serif untuk angka. Selanjutnya, dari bentuk sifat berikutnya yaitu simbol, simbol tercermin dari lambang kepala banteng yang mewakili dari Partai PDI Perjuangan. Berikutnya, bentuk sifat bentuk Nyata atau (*form*) tercermin dari portrait pasangan Dharma Negara Bentuk majalah merupakan pendukung utama yang membantu terciptanya seluruh daya tarik visual. Bentuk ilustrasi pada *merchandise* iklan politik pasangan DharmaNegara , menggunakan gaya visual WPAP. Warna pada portrait pasangan DharmaNegara menyesuaikan dengan WPAP itu sendiri yaitu bentuk bidang corak berwarna, sedangkan untuk teks mengaplikasikan warna yang diambil dari gelang *Tri Datu* yaitu : merah, hitam dan putih. Teks yang terdapat pada iklan politik dalam *merchandise* pasangan DharmaNegara hanya berupa slogan “KITA BERSAMA DEMI DENPASAR “. Penggunaan logo partai politik dalam pilkada menjadi hal yang kurang penting justru yang dipentingkan adalah angka, yang didasarkan pada nomor urut undian.

2. Iklan politik pasangan DharmaNegara dalam *merchandise* pada pilkada Kota Denpasar tahun 2014 memiliki nilai estetik dari sudut pandang Monroe Beradsley dalam teori kreativitas. Iklan politik pasangan DharmaNegara memiliki tiga ciri yang mejadi sifat-sifat membuat baik (indah) dari benda-benda estetis pada umumnya. Ketiga ciri tersebut, yaitu : kesatuan, kerumitan dan kesungguhan.

3. Makna yang terkandung dalam Iklan politik pasangan DharmaNegara dalam *merchandise* pada pilkada Kota Denpasar tahun 2014 kearifan budaya lokal *Udeng* dan warna *Tri Datu* mampu mengidentifikasi bahwa pasangan DharmaNegara merupakan pasangan calon kepala daerah yang berasal dari Bali dan tetap mampu untuk menjaga kearifan budaya lokal masyarakat Bali yang tercermin dari elemen-elemen desain komunikasi visual. Pemilihan gaya visual WPAP pada portrait pasangan DharmaNegara tidak hanya memikirkan estetisnya saja, melainkan beragamnya bentuk dan corak warna mewakili masyarakat kota Denpasar yang majemuk, terdiri dari berbagai suku, agama dan budaya yang berbeda-beda tetapi tetap hidup dengan harmonis. Denpasar, kota modern yang tertata rapi, menjadi tempat hunian yang layak dan manusiawi, memiliki masyarakat yang berkebudayaan, dan dengan pemerintahan yang berorientasi pada pelayanan publik.

DAFTAR RUJUKAN

Ali Matius. (2011), *Estetika Pengantar Filsafat Seni*, Sanggar Luxor, Jakarta

Anggraini S Lia & Nathalia Kirana. (2014): *Desain Komunikasi Visual ; Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula*, Nuansa Cendekia, Bandung

Djelantik A.A.M. (1999), *Estetika Sebuah Pengantar*, Masyarakat Seni Pertunjukan Indonesia (MSPI) –Ford Foundation, Jakarta

Dawami Kusuma Angga (2016), *Wedha's Pop Art Portrait (WPAP) : Eksistensi, Karya Dan Pemikiran Wedha Abdul Rasyid*, Tesis Program Pascasarjana Institut, Surakarta : ISI Surakarta.

Kartika Sony Dharsono. (2007), *Estetika*,Rekayasa Sains, Bandung

Moleong, Lexy J. 2011.*Metodologi Penelitian Kualitatif* (edisirevisi). Bandung :RemajaRosdakarya.

Naas An Mochamad (2016), *IKLAN POLITIK MELALUI MEDIA SOSIAL Pengaruh Iklan Politik Melalui Media Sosial (Facebook) Terhadap Minat Pemilih Kepala Daerah Di Kota Samarinda*, eJournal Ilmu Komunikasi, Volume 4, Nomor 3, Samarinda : Universitas Mulawarman, 252 – 264

Negara Sudika dan Udayana Bagus. *Buku Ajar Ilustrasi I*. Denpasar.[np]. 2009.

Rasyid, Wedha Abdul. (2009) *Wedha & WPAP, Pop Art Asli Indonesia* (1sted.). Elex Komputindo Kompas Gramedia,, Jakarta.

Sarwono Jonathan & Lubis Harry. (2007), *Metode Riset Untuk Desain Komunikasi Visual*, Penerbit Andi, Yogyakarta

Rustan, Suriyanto. (2008), *Layout Dasar dan Penerapannya*, PT. Gramedia, Jakarta.

_____. (2009), *Mendesain Logo*, PT. Gramedia, Jakarta.

_____. (2010), *Hurufonttipografi*, PT. Gramedia, Jakarta.

Tinarbuko Sumbo. (2015), *DEKAVE Desain Komunikasi Visual-Penanda Zaman Masyarakat Global*; CAPS (Center for Academic Publishing Service), Yogyakarta.