

## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk menemukan gaya desain yang melatarbelakangi iklan pinjaman *online* yang terdapat di *Play Store*. Setelah melalui analisis yang dilakukan oleh penulis, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa gaya desain yang digunakan merupakan gaya desain dengan *style* bebas atau campuran. Dalam istilah lain disebut dengan *style* eklektik yaitu penggunaan gaya yang merupakan penggabungan dari gaya yang telah ada (gogorbangsa.wordpress).

Jika dilihat dari hasil analisis, *flat* desain merupakan gaya desain dominan yang dipakai dalam kelima sampel iklan, karena dari kelima iklan memenuhi syarat penggunaan unsur-unsur desain yang terdapat dalam *flat* desain. Tetapi *flat* desain juga merupakan pengembangan dari *Swiss Style*. Di samping itu ciri dari *Swiss Style* juga masih terlihat dalam beberapa desain sampel, seperti penggunaan teks rata kiri yang tampak dalam iklan Ada Kami dan penggunaan layout atau tata letak asimetris seperti pada iklan Kredit Pintar, Tunaiku dan Ada Kami.

Di samping itu juga ditemukannya gaya desain lain dalam iklan pinjaman *online* yang dijadikan sampel. Gaya desain tersebut adalah *Skeuomorphism*. *Skeuomorphism* yang memiliki ciri penggunaan gradasi pada warna, penggunaan efek bayangan, efek ketebalan (*bevel*) pada objek menjadikan gaya ini sangat bertolak belakang dengan *flat* desain yang hanya menggunakan warna solid dan menghilangkan efek ketebalan atau kesan timbul pada gambar. Akan tetapi dalam pengaplikasiannya, *flat* desain dan *skeuomorphism* bisa menjadi gaya desain yang saling melengkapi seperti pada iklan Kredit Pintar dan Dana Rupiah.

Dengan demikian dalam penelitian ini tidak bisa disimpulkan gaya desain yang dipakai dalam iklan pinjaman *online* yang terdapat di *Play Store* hanya *flat* desain saja, karena berdasarkan analisis yang telah dilakukan oleh penulis,

ditemukan gaya desain lain yang juga memiliki ciri kuat yaitu *skeuomorphism*. Walaupun *flat* desain merupakan gaya desain dominan, *skeuomorphism* juga berperan penting dalam melengkapi gambar. Sehingga bisa dikatakan gaya desain yang dipakai adalah campuran antara dua gaya desain.

Gaya desain dalam desain grafis akan terus berubah-ubah sesuai dengan konteks yang mengikutinya. Hal ini ditunjukkan dengan sejarah desain grafis yang selalu mengalami perkembangan dari tahun ke tahun. Perubahan yang terjadi juga tidak semuanya memiliki ciri yang berbeda sama sekali dari gaya desain sebelumnya karena gaya desain juga bisa merupakan pengembangan dari gaya desain yang sudah ada sebelumnya. Sehingga tampilannya akan lebih disempurnakan menyesuaikan dengan kebutuhan dari pesan yang ingin disampaikan dalam desain.

Jika melihat dari kemajuan teknologi yang terjadi sekarang, sebagian besar sektor penunjang kehidupan menjadi semakin dimudahkan dengan adanya teknologi, baik di bidang komunikasi, kesehatan, transaksi keuangan, transportasi, perdagangan dan lainnya. Hal ini dibuktikan dengan munculnya berbagai aplikasi seperti Gojek, Whatsapp, Tokopedia, Bukalapak, Dana, Kredit Pintar dan lainnya. Dalam era ini, kebutuhan-kebutuhan tersebut bisa diakses hanya dengan menggunakan kecanggihan dalam digital media yang bisa diakses dengan ponsel, terutama ponsel *android*.

Perubahan ini juga mempengaruhi gaya hidup dan pola pikir masyarakat, sehingga bisa dipastikan sebagian besar masyarakat sudah familiar dengan penggunaan media digital. Dengan banyaknya informasi akan segala hal yang bisa didapat hanya dari sebuah ponsel *android*, kebutuhan akan informasi yang bisa diserap dengan cepat terhadap suatu subjek menjadi suatu nilai yang harus dipenuhi.

Gabungan antara *flat desain* dan *skeuomorphism* dirasa mampu menjawab kebutuhan masyarakat akan sebuah desain yang memberikan informasi secara *to the point* sehingga akan mudah ditangkap oleh masyarakat di era digital media ini. Bukan hanya melalui desain web ataupun *user interface* suatu aplikasi, desain iklan yang menggunakan gaya ini juga akan semakin memudahkan masyarakat dalam menangkap pesan yang terkandung di

dalamnya. Salah satunya dalam *Play Store* yang juga terdapat berbagai macam informasi yang ditawarkan terhadap ratusan aplikasi yang bisa diunduh, pemakaian gaya desain ini dalam iklan akan semakin mempermudah masyarakat dalam memahami fitur dan kelebihan dari aplikasi yang akan mereka unduh. Demikianlah gaya desain ini berperan dalam bidang komunikasi secara visual di era digital media ini.

## **B. Saran**

Salah satu faktor yang membuat penelitian ini kurang sempurna adalah fakta bahwa penulis memiliki pengetahuan yang kurang terhadap gaya desain sehingga dalam proses baik pengumpulan data maupun analisis, penulis membutuhkan waktu lama. Sehingga bagi peneliti yang selanjutnya mengambil gaya desain sebagai tema penelitian dan menggunakan acuan penelitian ini sebagai bahan, diharapkan bisa lebih mendalami gaya desain beserta hal yang melatarbelakangi gaya desain tersebut. Karena dengan demikian, proses penelitianpun akan lebih mudah.

Bagi peneliti berikutnya yang mengangkat tema yang sama, diharapkan dapat menguasai teori dan teknik metode analisis dengan lebih baik sehingga kedepannya atau dalam prosesnya tidak mengalami kesulitan dalam membedah desain dan menganalisisnya. Selain itu jika memang diperlukan data penunjang yang bisa mempermudah jalannya penelitian seperti narasumber di bidang yang berkaitan, diharapkan dapat menentukan dan menghubunginya jauh-jauh hari agar proses penelitian jadi tidak terhambat.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Chakti, A. G., *The Book of Digital Marketing*. Makassar: Celebes Media Perkasa, 2019
- Creswell, J. W., *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016
- Martono, N., *Metode Penelitian Sosial*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada, 2016
- Masri, A., *Strataegi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra, 2010
- Meggs, Philip B., *A History of Graphic Design*. Terjemahan Oleh Martinus Dwi Marianto, New York: Van Nostrand Reinhold, 1983
- Mufarrih, Z., *Periklanan Sebuah Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Buku Litera, 2015
- Riyanto, B., *Siasat Mengemas Nikmat*. Yogyakarta: Lembaga Studi Realino, 2019
- Sanyoto, S. E., *Nirmana Elemen-elemen Seni dan Desain*. Yogyakarta: Jalasutra, 2009
- Sarwono, J., & Lubis, H., *Metode Riset untuk Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi, 2007
- Soedjatmiko, H., *Saya Berbelanja Maka Saya Ada*. Yogyakarta: Jalasutra, 2008
- Soewardikoen, D. W., *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: PT. Kanisius, 2019
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2011
- Supriyono, R., *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi, 2010
- Suyanto, M., *Strategi Perancangan Iklan Outdoor Kelas Dunia*. Yogyakarta: Andi, 2006
- Walker, J. A., *Desain, Sejarah, Budaya Sebuah Pengantar Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra, 2010
- Widyatama, R., *Pengantar Periklanan*. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher, 2007

Zhao, Pengfei, Yun Ouyang, Min Xu, Li Yang dan Yujie Ouyang (ed.),  
*Advanced Graphic Communications and Media Technologies*. Singapore:  
 Springer, 2017

### **Skripsi**

Arifin, Ahmad, *Kajian Gaya Desain Google Doodles Olimpiade 2012 London*,  
 Skripsi S-1 Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain,  
 Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, 2013

Syayaf, A Mujahid, *Konsep Flat Desain pada Karya Visual Akun Instagram  
 @rumahshocom*, Skripsi S-1 Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam,  
 Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan  
 Kalijaga Yogyakarta tahun 2018.

Yuniar, Dyah Safitri, *Studi Gaya Desain Kampanye Coca-Cola "The Coke Side of  
 Life"*, Skripsi S-1 Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan  
 Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, 2011

### **Jurnal**

Anindita, Marsha dan Menul Teguh Riyanto, *Tren Flat Design Dalam Desain  
 Komunikasi Visual: Jurnal Dimensi DKV, Vol.1-No.1*, April 2016

### **Website**

<https://www.modalrakyat.id/blog> (diakses penulis pada tanggal 23 Februari 2020,  
 jam 06.00 WIB)

<https://gogorbangsa.wordpress.com> (diakses penulis pada tanggal 25 Februari  
 2020, jam 15.05 WIB)

<https://idseducation.com> (diakses penulis pada tanggal 28 Februari 2020, jam  
 19.00 WIB)

<https://www.ojk.go.id> (diakses penulis pada tanggal 22 Februari 2020, jam 18.30  
 WIB)

<http://www.pindexain.com> (diakses penulis pada tanggal 15 Juni 2020, jam 20.10  
 WIB)