

JURNAL TUGAS AKHIR PENELITIAN

**TINJAUAN VISUAL POSTER MAYBELLINE  
“BRAVE TOGETHER” DI *PLATFORM*  
WATTPAD 2021**



Oleh  
**WITANTRA HARIASTAMA**  
NIM: 1510169124

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
JURUSAN DESAIN  
FAKULTAS SENI RUPA  
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA  
2022**

Jurnal Tugas Akhir Penelitian Berjudul:  
**TINJAUAN VISUAL POSTER MAYBELLINE “BRAVE TOGETHER” DI  
PLATFORM WATTPAD 2021** diajukan oleh WITANTRA HARIASTAMA,  
NIM: 1510169124, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain,  
Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah  
dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji Tugas Akhir pada tanggal ... dan  
dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Ketua Program Studi/Ketua/Anggota



**Daru Tunggul Aji, S.S., M.A.**

NIP 19870103 201504 1 002

# Tinjauan Visual Poster Maybelline “Brave Together” Di *Platform* Wattpad 2021

Oleh  
Witantra Hariastama;  
Daru Tunggul Aji;  
Kadek Primayudi

Program Studi Desain Komunikasi Visual  
Fakultas Seni Rupa

## ABSTRAK

Pandemi Covid-19 yang melanda secara global berdampak pada berubahnya pola perilaku manusia. Selain itu beberapa studi pun menunjukkan bahwa pandemi telah mempengaruhi kesehatan mental remaja termasuk di Indonesia. Dampak ini yang kemudian mendorong Maybelline untuk meluncurkan kampanye “Brave Together”. Kampanye ini merupakan kampanye untuk menghilangkan stigma tentang kegelisahan dan depresi lewat karya tulisan yang dapat diunggah di *platform* Wattpad. Salah satu media yang digunakan dalam kampanye ini adalah poster “Brave Together”.

Demikian penelitian ini dilakukan untuk menginterpretasikan poster “Brave Together”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan interpretasi visual poster “Brave Together” yang diluncurkan oleh Maybelline dengan menggunakan pendekatan E.B Feldman. E.B Feldman mengungkapkan bahwa terdapat empat tahapan untuk dapat menginterpretasikan serta meninjau karya yaitu tahap deskripsi, tahap analisis formal, tahap interpretasi, dan tahap evaluasi. Masing-masing tahapan tidak dapat dilakukan tanpa adanya bantuan dari teori lain untuk mempertajam hasil penelitian.

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan tahapan deskripsi, analisis formal, interpretasi, dan evaluasi. Metode pengumpulan data dilakukan lewat studi pustaka dan observasi terhadap kedua poster “Brave Together”. Sedangkan teknik analisa data dilakukan secara induktif. Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa dimulai dari tahap deskripsi, analisis formal, hingga interpretasi menemukan bahwa terdapat keterkaitan antara elemen visual yang digunakan dengan tujuan diselenggarakannya kampanye “Brave Together” ini yang kemudian terwujud dalam poster sebagai media komunikasi visual utamanya.

Kata kunci: interpretasi, poster, Brave Together

# Visual Review poster Maybelline "Brave Together" On Wattpad Platform 2021

Oleh  
Witantra Hariastama;  
Daru Tunggul Aji;  
Kadek Primayudi

Program Studi Desain Komunikasi Visual  
Fakultas Seni Rupa

## **ABSTRACT**

*The Covid-19 pandemic that hit globally has an impact on changing human behavior patterns. In addition, several studies have shown that the pandemic has affected adolescent mental health including in Indonesia. This impact then prompted Maybelline to launch the "Brave Together" campaign. This campaign is a campaign to remove the stigma about anxiety and depression through writing works that can be uploaded on the Wattpad platform. One of the media used in this campaign is the "Brave Together" poster.*

*This study was conducted to interpret the "Brave Together" poster. The goal of the study was to find a visual interpretation of the "Brave Together" poster launched by Maybelline using Feldman's E.B approach. E.B Feldman revealed that there are four stages to be able to interpret and review the work, namely the description stage, the formal analysis stage, the interpretation stage, and the evaluation stage. Each stage cannot be done without the help of other theories to sharpen the results of research.*

*The research method used is qualitative descriptive with stages of description, formal analysis, interpretation, and evaluation. The data collection method is carried out through literature studies and observations of the two "Brave Together" posters. While data analysis techniques are carried out inductively. The results of this study revealed that starting from the description stage, formal analysis, to interpretation found that there was a connection between the visual elements used with the purpose of organizing this "Brave Together" campaign which was then realized in the poster as its main visual communication medium.*

*Keywords: interpretation, poster, Brave Together*

## A. PENDAHULUAN

### 1. Latar Belakang

Gelombang besar kepanikan semakin terasa di saat dunia mengalami pandemi Covid-19. Dimana dampak dari pandemi ini secara global mengubah pola perilaku manusia untuk mengurangi kegiatan tatap muka menjadi dilakukan secara *online* dan serba digital. Perilaku ini menyebabkan menurunnya mental remaja serta perubahan psikosial pada remaja seperti *obsessive compulsive disorder (OCD)*, stress, bosan dan emosi negatif.

Penelitian terkait isu ini pun dilakukan oleh Liu di Cina dengan responden sebanyak 253 remaja, hasilnya sebesar 7% menunjukkan stres pasca trauma satu bulan setelah wabah pandemi. Didukung oleh studi lain menunjukkan sebesar 53% mengalami perasaan teror, 0,9% menunjukkan gejala yang parah, 2,7 gejala sedang dan 21,3 gejala ringan. Dari hasil penelitian tersebut ditemukan bahwa pandemi sangat berpengaruh akan kesehatan mental remaja. Akan tetapi, kesehatan mental pula tergantung pada setiap individu dan keluarga dalam menjalani kehidupan di masa pandemi Covid-19. Sedangkan di wilayah Indonesia penelitian tentang kesehatan remaja dilakukan oleh I Gusti Ayu Rai Rahayuni (2020) di Bali, menunjukkan bahwa sebesar 57,6% menunjukkan adanya gejala psikotik dan 42,4% tidak menunjukkan gejala psikotik (Nugasin, 2021).

Kondisi ini kemudian mendorong beberapa pihak untuk terlibat menanggulangi dampak global terhadap remaja, salah satunya adalah produk kosmetik Maybelline. Maybelline merupakan produk kosmetik internasional yang didirikan oleh T.L Williams sejak tahun 1915 di New York (Maybelline, 2020). Maybelline merupakan produk kosmetik internasional yang pada 2021 lalu cukup fokus terhadap kondisi mental remaja. Hal ini dilakukan lewat kampanye Maybelline berjudul "Brave Together". Kampanye ini dilakukan oleh Maybelline untuk menghilangkan beberapa stigma tentang kegelisahan dan depresi, khususnya bagi generasi Z.

Kegelisahan atau kecemasan merupakan suatu kondisi yang kerap mengeluhkan perihal hal buruk yang akan terjadi. Beragam hal kerap dicemaskan misalnya dalam hal kesehatan, relasi sosial, ujian, karir, kondisi lingkungan, dan sebagainya. Kecemasan sendiri sesungguhnya merupakan respon diri yang saat

menghadapi ancaman. Namun kecemasan dapat menjadi abnormal bila tingkatannya tidak sesuai dengan proporsi ancaman, atau datang tanpa diketahui penyebabnya (Nevid, dkk, 2005:31).

Beberapa ciri-ciri kecemasan seperti yang diungkapkan oleh Nevid, dkk (2005:31) antara lain kegelisahan, kegugupan, tangan atau anggota tubuh bergetar, banyak berkeringan, pening, mulut atau kerongkongan terasa kering, sulit berbicara, sulit bernapas, bernapas pendek, jantung berdebar keras atau berdetak kencang, suara yang bergetar, jari-jari atau anggota tubuh menjadi dingin, leher atau punggung terasa kaku, sensasi seperti tercekik atau tertahan, sakit perut atau mual, sering buang air kecil, wajah terasa memerah, dan diare.

Ciri-ciri kecemasan tidak hanya tampak maupun berdampak secara fisik semata namun juga pada perilaku dan kognitif. Ciri-ciri kecemasan pada perilaku antara lain perilaku menghindar, perilaku terguncang, perilaku melekat dan independen. Sedangkan ciri-ciri kecemasan secara kognitif antara lain khawatir tentang sesuatu, perasaan terganggu atau ketakutan atau aprehensi terhadap sesuatu yang terjadi di masa depan, keyakinan bahwa sesuatu yang buruk atau mengerikan akan segera terjadi tanpa ada penjelasan yang jelas, terpaku pada sensasi tubuh, sangat sensitif terhadap sensasi tubuh, merasa terancam oleh orang atau peristiwa, ketakutan akan kehilangan kontrol, ketakutan akan ketidakmampuan untuk menyelesaikan masalah, berpikir bahwa dunia akan runtuh, berpikir bahwa semuanya tidak dapat dikendalikan, berpikir bahwa semuanya sangat membingungkan tanpa bisa diatasi, khawatir terhadap hal sepele, berpikir tentang hal yang mengganggu yang sama secara berulang-ulang, pikiran terasa campur aduk, tidak mampu menghilangkan pikiran-pikiran negatif, berpikir akan segera mati, khawatir akan ditinggalkan sendiri, dan sulit berkonsentrasi atau memusatkan perhatian (Maslim, 2013:10).

Selain gejala kegelisahan, terdapat pula depresi yang banyak menyerang kaum remaja selama pandemi Covid-19. Depresi sendiri merupakan kondisi emosional yang ditandai dengan kesedihan yang amat sangat, perasaan tidak berarti dan bersalah, menarik diri dari orang lain, dan tidak dapat tidur, kehilangan selera makan, hasrat seksual, dan minat serta kesenangan dalam aktivitas yang biasa dilakukan (Davison, 2006:46).

Umumnya penderita depresi akan mengalami gangguan yang meliputi kondisi emosi, motivasi, fungsional, dan gerakan tingkah laku serta kognisi. Menurut Atkinson, depresi sebagai gangguan *mood* yang dicirikan dengan tidak ada harapan dan patah hati, ketidakberdayaan yang berlebihan, tak mampu mengambil keputusan untuk memulai suatu kegiatan, tak dapat berkonsentrasi, tak memiliki semangat hidup, selalu tegang, dan bahkan hingga mencoba bunuh diri (Lubis, 2009:7).

Depresi sendiri memiliki beberapa gejala yang tampak dari tiga segi yaitu segi fisik, psikis, dan sosial. Gejala depresi pada segi fisik yaitu gangguan tidur, menurunnya tingkat aktivitas, menurunnya efisiensi kerja, menurunnya produktivitas kerja dan mudah merasa letih dan sakit. Gejala depresi pada segi psikis yaitu kehilangan rasa percaya diri, sensitif, merasa diri tidak berguna, perasaan bersalah, dan perasaan terbebani. Sedangkan gejala depresi pada segi sosial yaitu mudah marah, tersinggung, menyendiri, sensitif, mudah letih dan mudah sakit (Santrock, 2003:21).

Berangkat dari penjelasan mengenai kegelisahan serta depresi, ditemukan bahwa kegelisah serta depresi sendiri merupakan gangguan mental yang berdampak untuk menyerang tingkat produktivitas remaja. Remaja merupakan kelompok usia yang seharusnya produktif, namun dengan adanya gangguan mental tersebut tingkat produktivitas remaja akan menurun dan melemah, dan hal inilah yang mendorong Maybelline untuk melakukan kampanye “Brave Together”.

Dikutip dari laman situsnya, Maybelline mengungkapkan bahwa “Brave Together” merupakan sebuah proyek inisiatif global untuk mendukung orang-orang yang mengalami kecemasan dan depresi (Maybelline, 2021). Cara yang dilakukan Maybelline adalah lewat *platform* Wattpad untuk bercerita mengenai pengalaman dengan *mental health* yang dialami selama Covid-19. Wattpad sendiri merupakan *platform* media sosial yang digunakan untuk melahirkan karya tulisan dan merilisnya. Sehingga tulisan ini dapat diakses secara umum oleh seluruh pengguna Wattpad.

Pengalaman *mental health* yang dialami serta dituliskan pada *platform* Wattpad ini menjadi semacam kontes menulis yang dirilis oleh Maybelline dalam kampanye berjudul “Brave Together”. Sedangkan media promosi yang digunakan

oleh Maybelline untuk meluncurkan kampanye “Brave Together” adalah dengan menggunakan poster digital yang ditampilkan pada *website*-nya. Demikian kontes menulis “Brave Together” ini menarik perhatian penulis untuk mengangkatnya sebagai topik penelitian terutama pada media promosi yang digunakan yaitu poster.

Poster yang dirilis secara digital ini menjadi media utama dalam promosi kontes “Brave Together” ini dan ditayangkan pada situs Loreal dan Maybelline. Hal inilah yang kemudian menarik penulis untuk meninjau poster “Brave Together” ini. Poster merupakan media yang utamanya digunakan untuk menyampaikan sebuah pesan atau informasi kepada masyarakat luas serta memiliki fungsi untuk mempengaruhi sekaligus memotivasi tingkah laku orang lain yang melihat (Muflihatin, 2014:4). Pada kasus kampanye “Brave Together”, poster digunakan sebagai media komunikasi visual utama yang digunakan Maybelline untuk menarik minat audiens mengikuti kampanye “Brave Together”.

Demikian penelitian ini dilakukan untuk menganalisis secara visual poster “Brave Together” dari Maybelline. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan teori tinjauan desain oleh E.B Feldman. E.B Feldman mengungkapkan bahwa setidaknya terdapat tiga unsur yang menjadi dasar untuk meninjau sebuah karya yaitu unsur formalistik, unsur ekspresifistik, dan unsur instrumentalistik. Unsur formalistik dilakukan dengan cara membahas karya dari sudut pandang kualifikasi formal karya tersebut. Unsur ekspresifistik dilakukan dengan cara membahas karya dari sudut kemampuan karya mengungkapkan suatu tema atau pesan. Sedangkan unsur instrumentalistik dilakukan dengan cara membahas karya dari sudut pandang fungsi karya tersebut sebagai sebuah instrumen untuk mencapai tujuan tertentu (Adityawan, 1999:1).

Selain unsur dasar dalam meninjau sebuah karya, E.B Feldman pun menggunakan beberapa tahapan yang dilakukan dalam meninjau karya. Tahapan tersebut adalah tahap deskripsi, tahap analisis formal, tahap interpretasi, dan tahap evaluasi. Tahap deskripsi merupakan tahapan yang dilakukan lewat pengamatan serta menguraikan setiap unsur-unsur atau elemen yang digunakan dalam karya tanpa membuat penilaian atau kesimpulan. Tahap analisis formal dilakukan lewat membahas unsur-unsur maupun elemen-elemen yang digunakan dalam karya tersebut sehingga terjalin menjadi sebuah kesatuan dalam sebuah *layout*. Tahap



interpretasi dilakukan dengan cara menafsirkan atau memaknai karya secara objektif. Tahap terakhir yaitu tahap evaluasi yaitu dilakukan dengan cara melakukan evaluasi terhadap karya tersebut dengan cara membandingkannya dengan karya sebelumnya maupun melihat dampak atau peran dari karya tersebut dalam lingkungan sosial pada jamannya (Feldman, 1967:18). Lewat keempat tahapan tinjauan desain tersebut dapat ditemukan sebuah kajian visual terhadap Poster Maybelline “Brave Together”.

Pentingnya topik penelitian ini dilakukan adalah untuk dapat menginterpretasikan visual Poster Maybelline “Brave Together” dengan pendekatan teori E.B Feldman. Hal ini mengingat poster merupakan salah satu media komunikasi visual dalam bidang desain komunikasi visual yang hingga saat ini masih digunakan bahkan di era penyebaran informasi secara digital. Poster “Brave Together” mampu mengajak remaja untuk turut berpartisipasi dalam kampanye yang diselenggarakan lewat poster ini. Poster “Brave Together” mampu memotivasi remaja yang memiliki pengalaman kesehatan mental untuk turut menceritakan pengalamannya. Hal ini tentu bukanlah hal yang mudah mengingat remaja dengan kesehatan mental seperti kegelisahan dan depresi memiliki gangguan sosial yang cenderung tertutup dengan orang di sekitarnya. Demikian poster “Brave Together” menarik perhatian penulis untuk menginterpretasikan maksud visual dari poster “Brave Together” yang mampu memotivasi remaja untuk berbicara mengenai pengalaman kesehatan mental seperti kegelisahan dan depresi yang pernah dialaminya.

## **2. Rumusan Masalah**

Bagaimana interpretasi visual Poster Maybelline “Brave Together” dengan pendekatan teori E.B Feldman?

## **3. Batasan Masalah**

Penelitian ini dibatasi pada tinjauan visual berdasarkan teori E.B Feldman yang menggunakan metode analisis formalistik pada materi visual yang digunakan terhadap kedua poster “Brave Together”. Kajian meliputi tahap deskripsi, analisis, interpretasi, serta evaluasi.

#### **4. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan interpretasi visual poster “Brave Together” yang diluncurkan oleh Maybelline dengan menggunakan pendekatan E.B Feldman.

#### **5. Metode Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian dengan metode kualitatif. Menurut Adityawan (2010:2), metode dalam sebuah tinjauan desain dilakukan dengan menilik tiga sudut pandang yang menjadi dasar tinjauan, yaitu formalistik atau mengkaji dari sudut pandang bentuknya. Kedua adalah ekspresifistik yaitu membahas karya dari sudut pandang kemampuan karya dalam berkomunikasi. Dan terakhir adalah instrumentalistik yaitu membahas dari sudut pandang fungsi karya sebagai alat untuk mencapai suatu tujuan.

Tinjauan desain yang digunakan sebagai pendekatan dalam penelitian ini memiliki empat tahapan yaitu tahap deskriptif, tahap analisis formal, tahap interpretasi, dan tahap evaluasi berdasarkan E.B Feldman. Keempat tahapan tersebut secara detail dapat dijabarkan sebagai berikut:

- b. Tahap deskripsi yaitu tahapan yang dilakukan dengan menguraikan unsur-unsur visual atau elemen-elemen visual yang tampak pada poster “Brave Together”.
- c. Tahap analisis formal yaitu tahap yang dilakukan dengan menganalisis secara formal antara elemen visual yang digunakan dengan prinsip-prinsip desain komunikasi visual yang digunakan.
- d. Tahap interpretasi yaitu tahap yang dilakukan dengan memaknai karya dari penggunaan setiap elemen visual yang ada hingga menjadi suatu kesatuan karya yang utuh sehingga mampu mentransmisikan pesan untuk dicerna oleh audiens.
- e. Tahap evaluasi adalah tahap menyeleraskan karya dengan lingkungan yang ada pada suatu masa tertentu sehingga tahap evaluasi ini merupakan tahap untuk menyampaikan relevansi karya terhadap situasi dan kondisi dimana karya tersebut hadir.

Populasi dalam penelitian ini adalah poster “Brave Together” yang dirilis oleh Maybelline. Sedangkan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh poster “Brave Together” yang dirilis dalam dua jenis.

Metode pengumpulan data dilakukan lewat studi pustaka dan observasi. Studi pustaka merupakan metode yang digunakan lewat penelusuran literatur yang berkaitan dengan konsep dan teori yang digunakan dalam penelitian ini. Observasi dilakukan dengan cara mengamati poster “Brave Together” secara teliti dan seksama.

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik induktif. Teknik ini secara naratif deskriptif memaparkan hasil penelitian yang ditemukan berdasarkan sumber data. Hasil yang dipaparkan adalah temuan dalam tahap deskripsi, analisa formal, interpretasi, dan tahap evaluasi.

Pada penelitian ini tahap analisa data dilakukan sesuai dengan tahapan pada tinjauan desain. Pada tahap deskripsi hal yang dilakukan adalah memaparkan secara deskriptif setiap elemen visual yang ada pada poster “Brave Together”. Tahap selanjutnya adalah tahap analisa formal, hal yang dilakukan adalah menganalisis kaitan antara elemen visual dan prinsip desain komunikasi visual yang digunakan dalam poster “Brave Together”. Berikutnya adalah tahap interpretasi yaitu tahap memaknai elemen serta prinsip yang digunakan hingga menjadi suatu kesatuan yang utuh dalam poster “Brave Together”. Tahap terakhir adalah tahap evaluasi yaitu menjelaskan relevansi kehadiran poster “Brave Together” dengan kondisi audiens pada saat poster dirilis.

## **B. PEMBAHASAN**

### **1. Poster Maybelline “Brave Together”**

Maybelline New York atau Maybelline merupakan produk kosmetik internasional yang berhasil mendunia. Maybelline sendiri diciptakan oleh Thomas Lyle Williams di tahun 1915 dan mulanya diberi nama Maybell Laboratories di Chicago Amerika Serikat. Baru pada tahun 1923 Maybell Laboratories berubah nama menjadi Maybelline dan produk pertamanya adalah maskara. Nama Maybelline New York sendiri mulai digunakan di tahun 2001. Produk unggulan

dari Maybelline New York meliputi *eye make up (brow, eyeliner, eyeshadow, dan mascara)*, *face (foundation, BB cream, powder, concealer, blush, contour and highlight)*, dan *lips (lipstick, lip balm, lip gloss, dan lip liner)* (Rizky, 2021).

Maybelline New York menyadari posisinya sebagai produk kosmetik berskala internasional. Posisi ini membuat Maybelline New York memiliki rasa tanggung jawab yang besar terhadap situasi dan kondisi yang terjadi secara global di dunia. Hal ini diwujudkan lewat beberapa kampanye sosial sebagai bentuk tanggung jawab Maybelline New York terhadap masyarakat global.

Pada tahun 2021, Maybelline New York mengeluarkan kampanye “Brave Together”. Kampanye ini merupakan proyek inisiatif global untuk mendukung orang-orang yang mengalami kecemasan dan depresi dan diluncurkan di sepuluh negara (Maybelline, 2021). Maybelline New York percaya bahwa segala sesuatunya dapat dilakukan dalam hidup, salah satunya adalah melawan *mental health* lewat dukungan orang sekitar. Bentuk lain yang dilakukan Maybelline New York adalah mengadakan kontes menulis atau bercerita lewat *platform* Wattpad. Durasi kontes sendiri dimulai dari tanggal 1 Mei 2021 hingga 31 Mei 2021. Hal-hal yang diceritakan antara lain mengenai pengalaman dengan *mental health* yang dialami selama Covid-19, khususnya bagi para remaja. Pada tampilan laman situs Wattpad dijelaskan bahwa kontes ini diselenggarakan dalam rangka sebagai bentuk dedikasi Maybelline untuk menghilangkan stigma depresi dan kecemasan pada “Mental Health Awareness Month” di bulan Mei 2021.



KAMU SEDANG MEMBACA

[CLOSED] The Maybelline #BraveTogether  
Mental Health Awareness Month  
Writeathon

NONFIKSI

In honor of Mental Health Awareness Month this May, Maybelline has teamed up with Wattpad to bring you a writing opportunity to banish the stigma around depression and anxiety. Share a story around your own struggles or those of someone in your life...

#anxiety #bravetogether #contest #depression



Gambar 1. Tangkapan layar situs Wattpad “Brave Together”  
 (Sumber: <https://www.wattpad.com/story/286847920-closed-the-maybelline-bravetogether-writeathon>)

Dalam kampanye ini Maybelline New York mengeluarkan beberapa poster yang dirilis sebagai media komunikasi kampanyenya. Poster ini pun digunakan untuk menarik minat remaja untuk turut berkontribusi menceritakan pengalaman mereka dengan *mental health* selama Covid-19 pada aplikasi Wattpad.

## 2. Pembahasan

Poster “Brave Together” dari Maybelline New York ini akan dikaji dari sudut pandang formalistik, yaitu dengan menggunakan pendekatan teori E.B Feldman. Feldman menekankan empat tahapan yaitu tahap deskripsi, tahap analisis formal, tahap interpretasi, dan tahap evaluasi. Masing-masing tahapan tidak dapat dilakukan tanpa adanya bantuan dari teori lain untuk mempertajam hasil penelitian.

Pada tahap deskripsi, langkah yang dilakukan adalah mengumpulkan data karya yang berdasarkan pengamatan secara langsung. Pada proses ini hal yang dilakukan adalah menunjukkan beberapa prinsip dalam karya seperti warna, arah, bentuk, penggunaan garis, tekstur, volume, ruang, dan beragam elemen serta prinsip desain yang digunakan dalam karya. Selanjutnya pada tahap analisis, proses yang dilakukan adalah menguraikan kualitas elemen visual karya. Hal ini dilakukan

dengan menganalisis kualitas pendukung elemen materi visual yang telah dikumpulkan pada tahap deskripsi. Kemudian dilakukan tahap interpretasi yang menyampaikan makna dari karya berdasarkan hasil pada tahap deskripsi dan tahap analisis data. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan hipotesis mengenai karya terkait. Tahap terakhir adalah tahap evaluasi yaitu proses komparatif yang dilakukan dengan tujuan melakukan studi banding guna mengetahui serangkaian makna dan kekuatan ekspresi karya. Berikut ini adalah pembahasan poster “Brave Together” Maybelline New York.

### 3. Tahap Deskripsi

Pada tahap deskripsi menurut E.B Feldman langkah yang dilakukan adalah mengamati serta menguraikan unsur-unsur dalam karya tanpa membuat penilaian maupun kesimpulan (Feldman, 1967:18). Pada tahap ini hal yang dilakukan berupaya membuat gambaran karya secara garis besar guna menyampaikan informasi secara umum perihal elemen-elemen visual yang digunakan dalam karya.

Poster yang dibahas dalam penelitian ini adalah dua poster “Brave Together”. Secara keseluruhan kedua poster ini tampil dalam format media *portrait*. Ilustrasi yang digunakan adalah foto. Kedua poster pun memiliki alur baca (*rhythm*) dari atas ke bawah. Hal ini ditunjukkan lewat peletakan elemen-elemen dalam *layout* dengan format *portrait* yang mengarahkan logika serta persepsi dengan alur baca dari atas ke bawah.

#### a. Poster Pertama “Brave Together”



Gambar 2. Poster pertama "Brave Together".  
(Sumber: <https://www.maybelline.com/bravetogether>)

Pada poster pertama tampak dua orang perempuan sedang duduk santai bersama di luar ruangan (*outdoor*). Tampak langit berwarna biru dengan pemandangan bangunan dan jalan di belakang kedua perempuan remaja tersebut. Mata mereka memandang lurus ke depan.

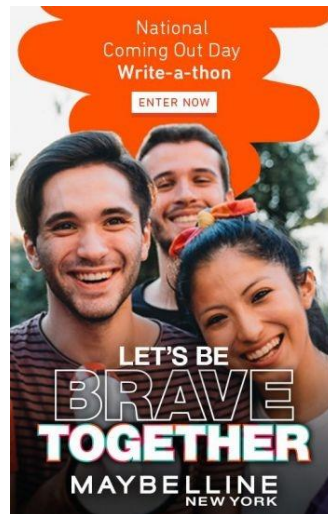
Kedua remaja perempuan tersebut menggunakan pakaian santai. Pada remaja perempuan pertama yang berada di posisi sebelah kiri, memiliki warna kulit putih dengan rambut dibiarkan terurai. Remaja tersebut menggunakan kacamata hitam sedangkan untuk pakaian yang digunakannya yaitu menggunakan kaos (*t-shirt*) berwarna hitam yang ditutupi dengan jaket (*wind breaker*) berwarna oranye. Remaja tersebut menggunakan bawahan jeans *denim* berwarna hitam.

Pada remaja perempuan kedua yang berada di posisi sebelah kanan, memiliki warna kulit kecokelatan dengan rambut keriting yang dibiarkan terurai. Remaja tersebut menggunakan pakaian kaos (*t-shirt*) berwarna putih yang ditutupi dengan jaket (*wind breaker*) berwarna hijau pupus yang bagian dalamnya berwarna abu-abu *misty*. Pada bagian bawah remaja tersebut menggunakan bawahan jeans *denim* berwarna hitam dan sepatu *slip on* berwarna putih.

Kedua remaja tersebut duduk di jalan dengan posisi santai. Pada remaja pertama posisi duduk dengan melipat kaki dan meletakkan tangannya di atas pahanya. Sedangkan pada remaja kedua posisi duduk dengan melipat salah satu kaki dan tangannya merangkul bagian kaki lainnya. Ekspresi yang ditunjukkan kedua remaja tersebut adalah ekspresi bahagia yang ditampakkan dari senyum yang menghiasi wajah mereka.

Di bagian atas kedua remaja tersebut tampak teks "*Mental Health Awareness Month Write-a-thon*" berwarna putih. Teks tersebut berada di atas latarbelakang bidang berwarna oranye. Sedangkan di balik bidang oranye tersebut adalah latar belakang awan berwarna biru. Di bagian bawah terdapat logo Maybelline New York dan teks "*Brave Together*".

b. Poster Kedua “Brave Together”



Gambar 3. Poster kedua "Brave Together".  
(Sumber: <https://www.maybelline.com/bravetogether>)

Pada poster kedua tampak tiga remaja yaitu dua remaja laki-laki dan satu remaja perempuan. Ketiga remaja ini tersenyum menghadap ke depan. Busana yang dikenakan oleh ketiga remaja ini adalah busana santai. Pada remaja pria pertama yang berada di depan sebelah kiri dari remaja perempuan tampak mengenai kaos (*t-shirt*) dengan motif garis-garis berwarna cokelat dan hitam. Di sebelah kanannya, tampak remaja perempuan berambut panjang yang diikat ke atas (*ponytail*) mengenakan *t-shirt* berwarna putih. Di belakang kedua remaja laki-laki dan remaja perempuan tersebut terdapat remaja laki-laki yang mengenakan kaos (*t-shirt*) berwarna hitam.

Ketiga remaja ini tampak berada di luar ruangan (*outdoor*). Hal ini terlihat dari latar belakang pohon yang berada di belakang mereka namun dalam keadaan *blur*. Pada bagian atas belakang remaja laki-laki ketiga (remaja yang berada di posisi paling belakang) terdapat teks “*National Coming Out Day Write-a-thon*” dengan teks berwarna putih. Di bagian bawahnya terdapat teks “*Enter Now*” berwarna putih. Latar dari teks tersebut adalah sebuah bidang berwarna oranye. Sedangkan pada bagian bawah terdapat teks “*Let's Be Brave Together*” berwarna putih dan terdapat pula logo Maybelline New York.



#### 4. Tahap Analisis Formal

Pada tahap analisis formal hal yang dilakukan adalah membahas mengenai bagaimana elemen-elemen dasar sebuah karya terjalin menjadi susunan halaman (*layout*) (Feldman, 1967). Tahapan ini menguraikan secara mendalam hal-hal yang telah dilakukan pada tahap deskripsi sekaligus menganalisis bagaimana hubungan antar elemen desain yang ada sehingga membentuk suatu kesatuan dalam karya. Berikut adalah uraian tahap analisis terhadap kedua poster “Brave Together” Maybelline New York:

##### a. Poster Pertama

Poster pertama menggunakan elemen visual dan prinsip *layout* dalam membangun kesatuan *layout* posternya. Prinsip *layout* yang digunakan dalam poster “Brave Together” ini antara lain adalah *rhythm*, *emphasis*, *balance*, *contrast*, dan *unity*. Sedangkan elemen yang digunakan antara lain adalah elemen ilustrasi, tipografi, dan warna.

Elemen ilustrasi yang digunakan pada *layout* poster “Brave Together” antara lain adalah foto dan bidang. Elemen ilustrasi berupa foto ditampilkan lewat gambar kedua remaja, sedangkan elemen ilustrasi berupa bidang ditampilkan lewat semacam coretan tangan dengan garis yang tebal yang tampak di bagian atas *layout* kedua remaja perempuan tersebut.

Bidang coretan berwarna oranye ini menjadi awal mula alur baca (*rhythm*) dari poster. Dalam bidang berwarna oranye terdapat teks “Mentah Health Awareness Month Write-a-thon” yang berfungsi sebagai *Subheadline* dari poster dengan jenis *font Sans-Serif* berwarna putih. Pada bagian “Write-a-thon” teks tampak *bold* bila dibandingkan teks “Mental Health Awareness Month” di bagian atasnya.



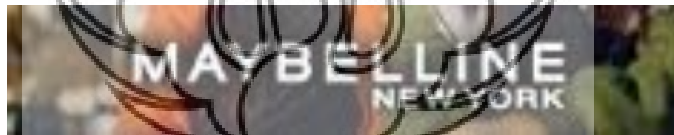
Gambar 4. Poster pertama "Brave Together".  
(Sumber: <https://www.maybelline.com/bravetogether>)

Setelah membaca teks “Mentah Health Awareness Month Write-a-thon”, alur baca berikutnya adalah ilustrasi foto kedua remaja perempuan yang berada di bagian tengah *layout*.



Gambar 5. Poster pertama "Brave Together".  
(Sumber: <https://www.maybelline.com/bravetogether>)

Berikutnya adalah membaca logo Maybelline New York dan teks “Brave Together”. Logo Maybelline New York yang ditampilkan sendiri merupakan jenis *logotype* dengan topologi tanda termasuk dalam *wordmarks*. *Wordmarks* merupakan singkatan atau keseluruhan nama perusahaan yang di desain untuk menjadi atribut *brand* atau *positioning* dari sebuah *brand* (Wheeler, 2009).



Gambar 6. Poster pertama "Brave Together".  
(Sumber: <https://www.maybelline.com/bravetogether>)

Alur baca berikutnya adalah pada teks “Brave Together”. Teks “Brave Together” ini sendiri dipisahkan menjadi dua yaitu kata “Brave” di bagian atas dan “Together” di bagian bawah. Masing-masing *font* dari “Brave” dan “Together” ini menggunakan jenis *font sans-serif* dengan tingkat ketebalan *bold*. Pada kata “Brave” teks menggunakan garis berwarna putih yang mengelilingi bagian luar dari teks “Brave” yang tidak berwarna (*unfill*), sehingga pada bagian dalam kata “Brave” tampak bagian foto dari kedua gadis remaja. Sedangkan pada teks “Together”, teks menggunakan warna putih.



Gambar 7. Poster pertama "Brave Together".  
(Sumber: <https://www.maybelline.com/bravetogether>)

Prinsip *balance* yang digunakan dalam *layout* poster “Brave Together” yang pertama ini adalah keseimbangan simetris. Masing-masing elemen dipusatkan di bagian tengah baik pada ilustrasi bidang berwarna oranye, foto, maupun penempatan teks. Keseimbangan simetris ini tampak dari penataan elemen teks “Mental Health Awareness Month-Write-a-thon” yang diletakkan dengan struktur *centered* (tengah), begitu pula dengan *logotype* Maybelline New York dan teks “Brave Together” yang seluruhnya diletakkan dengan struktur *centered* (tengah).

Prinsip *emphasis* dalam poster “Brave Together” ini ditampilkan lewat bidang coretan berwarna oranye dengan teks “Mental Health Awareness Month Write-a-thon”, ilustrasi foto, *logotype* dan teks “Brave Together”. *Emphasis* dihadirkan dengan menerapkan ukuran *font* yang masing-masing berbeda. Pemberian warna kontras seperti oranye pada bidang serta peletakkan posisi foto sebagai ilustrasi yang strategis.



Gambar 8. Poster pertama "Brave Together".  
(Sumber: <https://www.maybelline.com/bravetogether>)

Elemen warna yang digunakan pada poster pertama “Brave Together” ini menggunakan tingkat saturasi warna cukup, *brightness* yang cukup, dan sedikit *contrast*. Sedangkan *color scheme* didominasi oleh warna primer, sekunder dan tersier seperti warna oranye, biru muda, hijau pupus, putih dan hitam.

Secara strategis bidang coretan berwarna oranye, ilustrasi foto, *logotype* Maybelline New York, dan teks “Brave Together” menjadi *contrast* yang diterapkan dalam *layout* poster pertama ini. Masing-masing elemen yang digunakan tersebut saling berbeda sehingga tidak tampak serupa dan menciptakan kontras dalam *layout* yang seluruhnya mampu menarik perhatian untuk audiens membaca sesuai alur baca (*rhythm*). Lewat penerapan elemen visual serta prinsip desain yang digunakan pada poster “Brave Together” yang pertama ini menciptakan sebuah kesatuan (*unity*) pada *layout* poster. Masing-masing elemen seperti ilustrasi, tipografi, dan warna serta prinsip *rhythm*, *balance*, *emphasis*, *contrast*, dan *unity* yang diterapkan mampu menciptakan harmonisasi *layout* pada poster “Brave Together”.

b. Poster Kedua

Poster kedua menggunakan elemen visual dan prinsip *layout* dalam membangun kesatuan *layout* posternya. Prinsip *layout* yang digunakan dalam poster “Brave Together” kedua ini antara lain adalah *rhythm*, *emphasis*, *balance*, *contrast*, dan *unity*. Sedangkan elemen yang digunakan antara lain adalah elemen ilustrasi, tipografi, dan warna.

Elemen ilustrasi yang digunakan pada *layout* poster “Brave Together” antara lain adalah foto dan bidang. Elemen ilustrasi berupa foto ditampilkan lewat gambar tiga remaja, sedangkan elemen ilustrasi berupa bidang ditampilkan lewat semacam coretan tangan dengan garis yang tebal yang tampak di bagian atas *layout* ketiga remaja tersebut.

Bidang coretan berwarna oranye ini menjadi awal mula alur baca (*rhythm*) dari poster. Dalam bidang berwarna oranye terdapat teks “National Coming Out Day Write-a-thon Enter Now” dengan jenis *font Sans-Serif* berwarna putih. Pada bagian “Write-a-thon” teks tampak *bold* bila dibandingkan teks “National Coming Out Day” di bagian atasnya.



Gambar 9. Poster kedua "Brave Together".  
(Sumber: <https://www.maybelline.com/bravetogether>)

Setelah membaca teks “National Coming Out Day Write-a-thon”, alur baca berikutnya adalah ilustrasi foto ketiga remaja yang berada di bagian tengah *layout*. Berikutnya adalah membaca teks “Let’s Be Brave Together” dan logo Maybelline New York. Logo Maybelline New York yang ditampilkan sendiri merupakan jenis *logotype* dengan topologi tanda termasuk dalam *wordmarks*. *Wordmarks*



merupakan singkatan atau keseluruhan nama perusahaan yang di desain untuk menjadi atribut *brand* atau *positioning* dari sebuah *brand* (Wheeler, 2009).



Gambar 10. Poster kedua "Brave Together".  
(Sumber: <https://www.maybelline.com/bravetogether>)

Teks “Let’s Be Brave Together” ini sendiri dipisahkan menjadi dua yaitu kata “Let’s Be” di bagian atas dari kata “Brave” dan “Together”. Masing-masing *font* dari “Let’s Be Brave Together” ini menggunakan jenis *font sans-serif*. Pada kata “Let’s Be” teks menggunakan warna putih dengan tingkat ketebalan *regular*. Sedangkan pada teks “Brave” tidak berwarna (*unfill*), sehingga pada bagian dalam kata “Brave” sehingga tampak bagian dalam foto dari ketiga remaja tersebut. Sedangkan pada teks “Together”, teks menggunakan warna putih dengan garis luar (*outline*) yang memiliki warna-warni seperti pelangi.



Gambar 11. Poster kedua "Brave Together".  
(Sumber: <https://www.maybelline.com/bravetogether>)



Gambar 12. Poster kedua "Brave Together".  
(Sumber: <https://www.maybelline.com/bravetogether>)

Prinsip *balance* yang digunakan dalam *layout* poster “Brave Together” yang kedua ini adalah keseimbangan simetris. Masing-masing elemen dipusatkan di bagian tengah baik pada ilustrasi bidang berwarna oranye, foto, maupun penempatan teks. Keseimbangan simetris ini tampak dari penataan elemen teks “National Coming Out Day Write-a-thon”, “Enter Now”, dan teks “Let’s Be Brave

ogether” serta logo Maybelline New York yang diletakkan dengan struktur *centered* (tengah).

Prinsip *emphasis* dalam poster “Brave Together” ini ditampilkan lewat bidang coretan berwarna oranye dengan teks “National Coming Out Day Write-a-thon”, ilustrasi foto, *logotype* dan teks “Let’s Brave Together”. *Emphasis* dihadirkan dengan menerapkan ukuran *font* yang masing-masing berbeda. Pemberian warna kontras seperti oranye pada bidang serta peletakkan posisi foto sebagai ilustrasi yang strategis.

Elemen warna yang digunakan pada poster pertama “Brave Together” ini menggunakan tingkat saturasi warna cukup, *brightness* yang cukup, dan sedikit *contrast*. Sedangkan *color scheme* didominasi oleh warna primer, sekunder dan tersier seperti warna oranye, cokelat, putih dan hitam. Secara strategis bidang coretan berwarna oranye, ilustrasi foto, *logotype* Maybelline New York, dan teks “Let’s Be Brave Together” menjadi *contrast* yang diterapkan dalam *layout* poster pertama ini. Masing-masing elemen yang digunakan tersebut saling berbeda sehingga tidak tampak serupa dan menciptakan kontras dalam *layout* yang seluruhnya mampu menarik perhatian untuk audiens membaca sesuai alur baca (*rhythm*). Lewat penerapan elemen visual serta prinsip desain yang digunakan pada poster “Brave Together” yang pertama ini menciptakan sebuah kesatuan (*unity*) pada *layout* poster. Masing-masing elemen seperti ilustrasi, tipografi, dan warna serta prinsip *rhythm*, *balance*, *emphasis*, *contrast*, dan *unity* yang diterapkan mampu menciptakan harmonisasi *layout* pada poster “Brave Together” kedua ini.

### C. Tahap Interpretasi

Pada tahap interpretasi hal yang dilakukan yaitu menafsirkan makna karya. Pemaknaan atau penafsiran terhadap karya dilakukan lewat pemahaman terhadap ekspresi yang dihadirkan lewat elemen-elemen dalam karya serta interpretasi dilakukan secara objektif (Feldman, 1967:75).

Kedua poster “Brave Together” baik pada poster pertama maupun pada poster kedua menggunakan struktur pesan verbal dan nonverbal. Struktur pesan



verbal merupakan petunjuk pesan yang ingin disampaikan dalam iklan (Jafi & Wibisono, 2013:4). Pesan verbal yang digunakan pada poster pertama merujuk pada *headline* sekaligus sebagai slogan yaitu “Brave Together” dengan *subheadline* “Mental Health Awareness Month Write-a-thon”. Sedangkan pesan verbal yang digunakan pada poster kedua merujuk pada *headline* sekaligus sebagai slogan yaitu “Let’s Be Brave Together” dengan *subheadline* “National Coming Out Day Write-a-thon”. Pada kedua poster tersebut struktur pesan verbal lainnya yang digunakan yaitu pencantuman nama identitas perusahaan yaitu “Maybelline New York”.

Bila diartikan ke dalam bahasa Indonesia *headline* sekaligus slogan “Brave Together” memiliki arti “Bersama-sama untuk berani”. Sedangkan *subheadline* “Mental Health Awareness Month Write-a-thon” dapat diartikan sebagai “Menulis di Bulan Kesehatan Mental”. *Subheadline* pada poster kedua yakni “National Coming Out Day Write-a-thon” dapat dipahami sebagai “Menulis di Hari Keluar Nasional”. “A-thon” dapat dalam arti bahasa Indonesia dapat diartikan sebagai melakukan sesuatu hal (*to do geeky things, to speak of geeky things*) maupun dapat dipahami sebagai singkatan *marathon*. Kedua arti dari *headline* dan *subheadline* secara bersama-sama dapat diartikan sebagai ajakan untuk menulis segala hal yang ada di pikiran para remaja atau mengeluarkan segala beban yang dirasakan dalam rangka bulan kesehatan mental.

*Subheadline* pun dituliskan pada bidang yang menyerupai coretan kuas berwarna oranye atau jingga dengan ukuran yang besar. Coretan kuas yang menjadi latar dari *subheadline* pada masing-masing poster dapat dimaknai sebagai coretan dimana kontes ini adalah kontes menulis dengan menulis identik atau dapat disimbolkan secara visual dengan coretan.

Warna pun secara komunikatif memiliki makna tertentu yang dikenal dengan istilah psikologi warna. Secara psikologi warna oranye atau warna jingga dianggap mampu merangsang emosi, produktivitas, kehangatan, kenyamanan, keceriaan, bahkan optimisme. Penggunaan warna oranye atau jingga sebagai coretan ini dapat dimaknai sebagai bentuk untuk mewakili remaja yang produktif, ceria, dan optimis di kala Covid-19. Hal ini sesuai dengan maksud dari kampanye “Brave Together” yaitu untuk menghapus stigma kecemasan serta depresi yang identik dengan hal-hal yang negatif, pesimis, dan tidak bahagia.

Struktur pesan berikutnya yaitu pesan nonverbal yang digunakan pada kedua poster “Brave Together” ini meliputi ilustrasi berupa gambar atau potret remaja di masing-masing posternya. Pada poster pertama yaitu kedua remaja perempuan sedangkan di poster kedua yaitu ketiga remaja (dua remaja laki-laki dan satu remaja perempuan).

Kedua struktur pesan yang ada dalam masing-masing poster “Brave Together” dapat diinterpretasikan sesuai dengan maksud dimana kampanye “Brave Together” ini diadakan. Kampanye “Brave Together” diselenggarakan dalam rangka untuk menghapus stigma depresi dan kecemasan (*anxiety*) yang dirasakan oleh kaum muda (remaja) di seluruh dunia selama Covid-19. Maybelline dalam situsny mencatat pada tahun 2020 bahwa penderita gangguan kecemasan di seluruh dunia berjumlah 284 juta orang. Sedangkan penderita depresi berjumlah setidaknya 264 juta orang dan angka ini terus bertambah seiring dengan terjadinya Covid-19 (Maybelline, 2021).

Pada kedua poster “Brave Together” tampak masing-masing poster menggunakan ilustrasi potret remaja. Remaja dapat dimaknai sebagai subjek dari kelompok yang berpotensi untuk menderita gangguan kecemasan serta depresi. Remaja yang digambarkan dalam poster pun tidak hanya remaja perempuan saja, namun pada poster kedua ditampilkan sosok dua remaja laki-laki yang dapat dimaknai bahwa penderita gangguan kecemasan serta depresi tidak hanya menyerang remaja perempuan semata namun berpotensi untuk turut menyerang remaja laki-laki. Tidak hanya sebatas gender semata, remaja yang digunakan dalam ilustrasi pun terdiri dari beragam ras seperti ras negroid (remaja perempuan pada poster pertama), ras mongoloid (remaja perempuan pada poster kedua), ras kaukasoid (remaja perempuan pada poster pertama dan remaja laki-laki pada poster kedua), serta ras australoid (remaja laki-laki pada poster kedua).

Ukuran dari ilustrasi remaja inipun memenuhi setidaknya 50% ruang pada *layout* secara keseluruhan. Sehingga foto dari remaja ini seolah menjadi poin utama yang ditujukan pada poster, yakni kesadaran bahwa remaja dari seluruh gender dan ras berpotensi untuk terserang gangguan kecemasan dan depresi.

Ekspresi dari masing-masing remaja pada setiap poster pun digambarkan sebagai remaja yang bahagia. Hal ini tampak dari senyuman yang ditampakkan oleh

masing-masing remaja pada masing-masing poster. Senyuman ini mengekspresikan sekaligus memperkuat kampanye “Brave Together” yaitu untuk menghapus stigma kecemasan serta depresi. Kecemasan serta depresi seringkali digambarkan lewat ekspresi raut wajah ketakutan dan sedih. Sehingga untuk menghapus stigma tersebut masing-masing remaja digambarkan dengan ekspresi tersenyum untuk menyiratkan kebahagiaan masing-masing remaja tersebut.

Pada masing-masing poster, remaja tersebut tampak berada di luar ruangan (*outdoor*). Hal ini dapat dimaknai sebagai kondisi dimana banyak remaja sebelum Covid-19 menjadi pandemi dapat melakukan beragam aktivitasnya di luar ruangan. Namun setelah pandemi Covid-19 dengan adanya *social distancing*, aktivitas di luar ruangan maupun bertemu dengan rekannya pun menjadi sesuatu hal yang sulit untuk dilakukan. Sebagian besar permasalahan kecemasan dan depresi yang dirasakan oleh remaja selama Covid-19 adalah karena adanya *social distancing* yang membatasi ruang gerak remaja di luar ruangan. Hal inilah yang kemudian dapat dimaknai sebagai kebahagiaan remaja lewat ekspresi masing-masing remaja.

“Brave Together” menjadi kampanye untuk menghapus stigma kecemasan dan depresi, sehingga ilustrasi foto pun menggunakan beragam materi visual yang menggambarkan kebahagiaan khususnya remaja. Remaja yang tersenyum bahagia di luar ruang ruangan bersama dengan rekannya yang lain. Sehingga penggunaan latar belakang luar ruangan pada masing-masing foto dari ilustrasi dapat dipahami sebagai materi visual yang memperkuat ekspresi remaja pada foto ilustrasi yang digunakan.

Secara interpretatif kedua poster “Brave Together” ini dapat dimaknai sebagai penekanan terhadap maksud diadakannya kontes menulis serta kampanye “Brave Together”, yaitu untuk menghapus stigma kecemasan serta depresi yang terjadi pada remaja selama Covid-19. Pemilihan elemen visual seperti foto remaja yang tersenyum bahagia di luar ruangan sebagai ilustrasi dan bidang menyerupai coretan kuas berwarna oranye atau jingga digunakan untuk memperkuat maksud dari kampanye “Brave Together” yang dihadirkan lewat teks pada *headline* dan *subheadline* dalam masing-masing poster.

#### D. Tahap Evaluasi

Pada tahap evaluasi hal yang dilakukan adalah melakukan evaluasi dengan membandingkan dengan karya terdahulu maupun melihat peran karya tersebut pada lingkungan sosial di jamannya (Feldman, 1967:112). Tahap ini sekaligus tahap untuk menyelaraskan karya dengan lingkungan yang ada pada suatu masa tertentu sehingga tahap evaluasi ini merupakan tahap untuk menyampaikan relevansi karya terhadap situasi dan kondisi dimana karya tersebut hadir.

Poster “Brave Together” dirilis pada masa pandemi Covid-19 yaitu pada bulan Mei 2021. Poster ini menjadi media komunikasi visual utama pada kampanye yang diluncurkan oleh Maybelline untuk menghapuskan stigma kecemasan dan depresi yang dialami oleh remaja selama Covid-19 oleh karena keterbatasan ruang gerak yang biasanya dimiliki. Poster ini sekaligus menjadi media komunikasi visual utama untuk kegiatan kontes menulis “Brave Together” yang diluncurkan di *platform* Wattpad.

Dipahami bahwa iklan setidaknya mengandung unsur AIDCA atau *attention, desire, conviction, dan action* (Jefkins, 1997:48). Unsur AIDCA ini akan digunakan sebagai unsur dalam mengevaluasi poster “Brave Together”. Pada unsur *attention* pada suatu iklan dapat dilakukan lewat *headline*, ilustrasi, huruf, maupun elemen visual lainnya yang bersama-sama menjadi suatu kesatuan dalam *layout* secara keseluruhan. Pada poster “Brave Together”, *attention* dilakukan lewat ukuran ilustrasi foto yang mendominasi. Ukuran foto sebagai ilustrasi serta coretan kuas berwarna jingga menjadi poin *attention* utama karena ukuran serta warnanya saat audiens pertama kali melihat poster. Sehingga dari elemen inilah kemudian mampu menangkap perhatian (*attention*) audiens.

Pada unsur *interest* tidak terdapat pakem tertentu, namun dapat dimunculkan lewat perangkat kreatif seperti *headline* dan *subheadline*. Pada poster “Brave Together” perhatian audiens dari foto dan coretan kuas berwarna oranye atau jingga kemudian beralih kepada teks pada *headline* dan *subheadline* yang menjadi unsur untuk menarik *interest* audiens. Jenis huruf *sans-serif* yang digunakan pada *headline* dan *subheadline* memiliki tingkat keterbacaan yang jelas sehingga memudahkan audiens untuk menangkap informasi yang ditampilkan. Selain itu teks pun terdiri atas kalimat yang pendek sehingga audiens tidak memerlukan upaya

lebih untuk mencerna pesan dari poster ini. Kemudahan ini yang kemudian turut berperan dalam menghadirkan rasa *interest* audiens.

Pada unsur *desire* rasa tertarik atau *interest* semata bukanlah hasil akhir yang ingin dicapai. *Desire* atau keinginan audiens untuk mencari informasi lebih lanjut dari poster “Brave Together” adalah hal lanjutan yang diharapkan mampu dilakukan oleh audiens lewat kedua poster “Brave Together”. *Desire* adalah penawaran keuntungan yang ditawarkan lewat iklan. Pada poster “Brave Together” hal yang ditawarkan adalah kesempatan untuk memenangkan sejumlah materi dalam kontes menulis di Wattpad. Meskipun nominal materi hanya dapat diketahui setelah audiens mengakses informasi di Wattpad, namun *headline* serta *subheadline* pada poster “Brave Together” telah menyiratkan perihal kontes menulis yang diselenggarakan. Hal ini ditunjukkan pada *subheadline* “Write-a-thon”.

Pada unsur *conviction* atau keyakinan adalah tahap dimana iklan mampu menciptakan keinginan untuk melakukan hal seperti yang diiklankan. Pada poster “Brave Together” hal ini diwakili lewat *headline* “Brave Together” serta ilustrasi foto pada *layout*. Selain termotivasi untuk memenangkan kontes, hal lain yang diinginkan audiens adalah dapat menyampaikan segala hal yang membebani untuk dapat bahagia di tengah Covid-19 terutama bagi remaja.

Pada unsur *action* merupakan hasil akhir dari tujuan bagi poster “Brave Together” yaitu audiens mau untuk turut serta bergabung dalam kampanye “Brave Together” lewat kontes menulis di Wattpad. Hal ini ditunjukkan lewat 3.588 tulisan dari 10 negara yang telah terunggah pada laman Wattpad.

Berdasarkan unsur AICDA tersebut evaluasi terhadap poster “Brave Together” pun dilakukan. Hasil evaluasi terhadap kedua poster “Brave Together” dimulai dari tahap deskripsi, analisis formal, hingga interpretasi menemukan bahwa terdapat keterkaitan antara elemen visual yang digunakan dengan tujuan diselenggarakannya kampanye “Brave Together” ini yang kemudian terwujud dalam poster sebagai media komunikasi visual utamanya.

### **C. Kesimpulan**

Masyarakat global mengalami Pandemi Covid-19 sejak tahun 2020. Pandemi Covid-19 ini berdampak pada kesehatan mental remaja yang kemudian

mendorong Maybelline mengkampanyekan “Brave Together”. “Brave Together” sebagai sebuah gerakan yang dilakukan untuk menghapus stigma kecemasan dan depresi pada remaja selama Covid-19. Cara yang dilakukan adalah lewat kontes menulis pada *platform* Wattpad. Penelitian ini dilakukan untuk meninjau secara visual poster “Brave Together” dengan pendekatan E.B Feldman. Hal ini dikarenakan poster menjadi media komunikasi utama dalam “Brave Together”.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Sedangkan pendekatan E.B Feldman yang digunakan meliputi deskripsi, analisis formal, interpretasi dan evaluasi. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi seluruh poster “Brave Together” sejumlah dua poster. Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk menginterpretasi visual poster “Brave Together” tersebut.

Hasil yang ditemukan adalah bahwa dimulai dari tahap deskripsi, analisis formal, hingga interpretasi ditemukan bahwa terdapat keterkaitan antara elemen visual yang digunakan dengan tujuan diselenggarakannya kampanye “Brave Together” ini yang kemudian terwujud dalam poster sebagai media komunikasi visual utamanya. Elemen-elemen visual tersebut seperti warna, ilustrasi foto, bidang, teks (tipografif) yang kemudian diterapkan dengan prinsip-prinsip desain dan struktur pesan sehingga menyatu menjadi sebuah *layout* dalam poster “Brave Together”.


Secara interpretatif kedua poster “Brave Together” ini dapat dimaknai sebagai penekanan terhadap maksud diadakannya kontes menulis serta kampanye “Brave Together”, yaitu untuk menghapus stigma kecemasan serta depresi yang terjadi pada remaja selama Covid-19. Pemilihan elemen visual seperti foto remaja yang tersenyum bahagia di luar ruangan sebagai ilustrasi dan bidang menyerupai coretan kuas berwarna oranye atau jingga digunakan untuk memperkuat maksud dari kampanye “Brave Together” yang dihadirkan lewat teks pada *headline* dan *subheadline* dalam masing-masing poster.

Sedangkan secara ekspresi, masing-masing remaja pada kedua poster “Brave Together” ini divisualisasikan saling berdekatan. Seolah tidak ada “jarak” yang selama ini diterapkan sejak pandemi Covid-19. Hal ini dapat diinterpretasi sebagai bentuk rasa rindu akan kondisi sebelum pandemi. Sebelum pandemi para remaja

dapat berkumpul dengan rekan sebayanya tanpa adanya *social distancing*. Wajah yang tersenyum memperkuat hal ini. Sebelum pandemi para remaja dapat berkumpul dan melakukan aktivitasnya dengan bebas dan bahagia. Pakaian yang dikenakan pun adalah pakaian kasual yang biasa digunakan pada saat mereka berkumpul.

Secara konsisten kedua poster “Brave Together” ini pun digunakan baik di laman situs Maybelline maupun laman Wattpad. Selain itu berdasarkan hasil interpretasi penggunaan figur remaja sebagai foto pada ilustrasi representatif digunakan bagi audiens remaja yang menjadi target utama dari kampanye “Brave Together”.

## DAFTAR PUSTAKA

- 
- Adityawan, A. (1999). *Tinjauan Desain: Dari Revolusi Industri Hingga Posmoderen*. UPT Penerbitan Universitas Tarumanegara.
- Feldman, E. B. (1967). *Art as Image and Idea*. Prentice-Hall.
- Jafi, D. Al, & Wibisono, A. B. (2013). Iklan Layanan Masyarakat Tentang Cyberbullying Untuk Membentuk Awareness Masyarakat. *Jurnal Desain Komunikasi Visual UPN Veteran Jatim*, 2, 13–19.
- Jefkins, F. (1997). *Periklanan*. Erlangga.
- Maybelline. (2020). *About Maybelline*. Maybelline.Com.
- Maybelline. (2021). *Brave Together*. Maybelline.Com.
- Nugasin. (2021). *MENURUNNYA KESEHATAN MENTAL REMAJA DI MASA PANDEMIC COVID-19*. Nugasin.Com.
- Rizky. (2021). *Sejarah Panjang Maybelline New York Jadi Produk Kosmetik Mendunia*. Website.
- Wheeler, A. (2009). *Designing Brand Identity*. John Wiley & Sons, Inc.