

## V. PENUTUP

### A. Kesimpulan

Ilusi optis adalah sesuatu yang berhubungan dengan mata. Ilusi optis bisa dikenali melalui tanda-tanda visual yang khusus, tanda-tanda yang membingungkan dan mengacaukan. Selain memberi efek fisiologi juga efek psikologi bagi penonton. Pengolahan ilusi secara visual dalam karya desain komunikasi visual ini, bertujuan untuk menciptakan komunikasi yang efektif dalam ruang rehabilitasi narkoba. Sebagaimana kita ketahui bahwa pasien narkoba tidak memerlukan penguraian informasi secara verbal atau konseptual, tetapi dia butuh sensasi yang dapat merangsang pikiran untuk berhalusinasi.

Akhirnya atas kebutuhan tersebut, aspek-aspek estetik diskomvis yang diutamakan untuk penerimaan informasi dalam ruang rehabilitasi narkoba adalah sensasi ilusi. Ilusi optis yang bersumber dari karya seni *Op Art*, diharapkan melahirkan berbagai sensasi agar menjadi impuls-impuls saraf bagi pasien narkoba. Kesan gerak yang ditimbulkan oleh garis dan warna diharapkan mendorong proses ambang sadar (*preconscious level*) menjadi angan-angan baru yang pada gilirannya menjadi suatu sikap positif.

Hasil perancangan ini melahirkan berbagai media komunikasi untuk ruang rehabilitasi narkoba, yaitu: enam buah poster dan empat dekorasi interior. Unsur ilusi dalam karya tersebut dapat memberikan

alat pengindraan yang menghubungkan organisasi dan lingkungannya. Sehingga komunikasi yang lahir atas estetik komunikasi visual tidak hanya berperan sebagai hiasan atau dekorasi semata, tetapi akan menjadi perpanjangan tangan dari para ahli sebagai penyembuhan. Unsur ilusionisme dan ilusi optik antara bentuk garis dan pemandangan yang indah membentuk konsep ekspresi perpaduan antara ketenangan dan dinamika.

## **B. Saran**

Penciptaan karya seni ini, sangat banyak membantu penulis dalam upaya meningkatkan kompetensi dasar yang dimiliki. Agar lebih terstruktur dan tidak banyak melakukan pengulangan dalam perancangan, terlebih dahulu banyak melakukan eksplorasi. Semua temuan diharapkan dapat menjadi catatan penting bagi penulis.

Bagi pembaca temuan ini barangkali dapat dijadikan bacaan yang sederhana untuk perancangan karya desain komunikasi visual ke depan, karena tema-tema sosial dalam konteks kekinian sangat banyak. Kejenuhan akan bahasa verbal membuat orang akan lari pada teks visual. Sehingga, kemampuan dari estetik ilusi yang dilahirkan perlu diujikan lebih lanjut guna pembaruan dalam dunia rehabilitasi.

## KEPUSTAKAAN

- Berger, Arthur Asa. *Signs in Contemporary Culture, An Introduction to Semiotics* atau *Tanda-tanda dalam Kebudayaan Kontempores Suatu Pengantar Semiotika*, terjemahan M. Dwi Marianto dan Sunarto, (2005), Tiara Wacana Yogya, Yogyakarta.
- Bastomi, Suwaji. *Wawasan Seni*, IKIP Semarang Press, Semarang, 2000.
- Corey, Gerald. *Theory and Practice of Counseling and Psychotherapy* atau *Konseling Psikoterapi* terjemahan E. Koeswara, (2005), Refika Aditama, Bandung.
- Dinas Pendidikan DIY. (2004), *Narkoba dan Permasalahannya*, Dinas Pendidikan DIY. Yogyakarta
- Djelantik, A.A.M. (2004), *Estetika Sebuah Pengantar*, Masyarakat Seni Pertunjukan Indonesia, Bandung.
- Djohan, (2006), *Terapi Musik Teori dan Aplikasi*, Galangpress, Yogyakarta.
- Feldman, Edmund Burke, (1967), *Art As Image and Idea*, Prentice-Hall, Inc., Englewood Cliffs, New Jersey.
- Hawari, D. (2000), *Terapi Detoksifikasi dan Rehabilitasi Mutakhir Pasien NAZA*, edisi ke-3, UI Press, Jakarta.
- Husin A.B. (2000), "Gawat Darurat Narkoba", Simposium Berkala Gawat Darurat Rumah Sakit, RSPAD Gatot Soebroto, Jakarta.
- Lee, Monle & Johnson, Carla, (1999), *Principles of Advertising: A Global Perspective* atau *Prinsip-prinsip Pokok Periklanan dalam Perspektif Global*, terjemahan Perpustakaan Nasional (2004), Prenada Media, Jakarta.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (1991), Balai Pustaka, Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, Jakarta.
- Marianto, M. Dwi (2001), *Surrealisme Yogyakarta*, Rumah Penerbit Merapi, Yogyakarta.
- \_\_\_\_\_, (2004), *Teori Quantum untuk Mengkaji Fenomena Seni*, Lembaga ISI Yogyakarta, Yogyakarta.

Olson, Ken, (1975), *Can You Wait Till Friday? The Psychology of Hope* atau *Psikologi Harapan Bangkit dari Keputusan Meraih Kesuksesan* terjemahan Suparyakir (2005), Pustaka Pelajar. Yogyakarta.

Piliang, Yasraf Amir (2003), *Hipersemiotika*, Jalasutra, Yogyakarta.

Rakhmat, Jalaluddin. (2004) *Psikologi Komunikasi*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung.

Read, Herbert. (1959), *The Meaning of Art* atau *Seni Rupa Arti dan Problematikanya*, terjemahan Soedarso, Sp. (2000) Duta Wacana University Press, Yogyakarta.

Sachari, Agus. (2002), *Sosiologi Desain*, Penerbit ITB, Bandung.

Sachari, Agus. & Sunarya, Yan Yan. (2002) *Sejarah dan Perkembangan Desain*, Penerbit ITB, Bandung.

Soedarso Sp., (2003), "Seni Sebagai Komunikasi dan Ekspresi Emosi", Program Pascasarjana, ISI Yogyakarta, Yogyakarta.

\_\_\_\_\_, (2006), *Trilogi Seni Penciptaan Eksistensi dan Kegunaan Seni*, BP ISI Yogyakarta.

\_\_\_\_\_, (1987), *Tinjauan Seni Sebuah Pengantar untuk Apresiasi Seni*, Suku Dayar Sana Yogyakarta, Yogyakarta.

Sobur, Alex. (2003), *Semiotika Komunikasi*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung.

Sudiana, Dendi. (1986) *Komunikasi Periklanan Cetak*, Remadja Karya CV Bandung, Bandung.

Sumardjo, Jakob. (2000), *Filsafat Seni*, Penerbit ITB, Bandung.

Susanto, Mikke. (2003), *Membongkar Seni Rupa*, Buku Baik dan Jendela, Yogyakarta,.

[http://www. Artcyclopedia.antley.com](http://www.Artcyclopedia.antley.com)

[http:// www.bnn.org.com.](http://www.bnn.org.com)

Microsoft ® Encarta ® Reference Library 2004. © 1993-2003 Microsoft Corporation. All rights reserved.

