

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

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

MTV telah memanfaatkan sebaik mungkin bentuk program promosi korporat ini, melalui Channel identity mereka membentuk image dan citra sesuai dengan konsep dasar yang dimiliki. Keberhasilan menakjubkan atas kerja keras yang telah dilakukan oleh MTV, meskipun langkah-langkah penerapan channel ID-nya diwujudkan dengan melewati batas-batas ilmu desain grafis. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan peneliti, jalan ditempuh MTV tidak lepas dari pengaruh perkembangan desain grafis. Seiring waktu berjalan, desain grafis mengikuti perjalanannya dengan seksama, bentuk-bentuk dan gaya tampilan grafis

selalu mengalami perubahan dan perkembangan pesat sesuai dengan tuntutan kreatif imajinasi para desain grafis yang selalu menciptakan generasi-generasi haus akan bentuk-bentuk visual baru, seperti yang pernah terjadi di era '80-'90an munculnya gaya desain alternatif. Para desain grafis yang memiliki kaitan dengan MTV telah menciptakan karya-karya channel ID penuh dengan kebebasan kreatif penuh imajinatif dan inovatif. Meskipun kebebasan ini dimiliki oleh para desain grafis tersebut, namun karya-karya channel ID itu tetap ada batasan yang terkait langsung dengan MTV. Channel ID MTV dihasilkan memiliki makna-makna dan pesan tertentu secara simbolik, tanda-tanda visual yang digunakan juga mempunyai hubungan erat dengan tempat, waktu, kebudayaan dan fenomena sesuai dengan kebutuhan dan konsep MTV, dimana selalu bertindak dan berkreasi ditempat dimana ia berada. Beberapa tindakan tersebut telah diterapkan MTV pada tampilan logonya yang berada di negara-negara penjuru dunia. Penerapan unsur-unsur visual pada logo-logo MTV di beberapa negara seperti: China Rusia, United Kingdom, Jepang dan India memiliki bentuk-bentuk yang berbeda dalam penyajian tampilan grafisnya, diantaranya penggunaan elemen-elemen khas dari negara masing-masing, antara lain unsur kebudayaan, bendera, teks nama negara, dan warna-warna khas dari negara tersebut. Hal ini sesuai dengan tindakan konsep MTV mengangkat tema yang sangat komunikatif dengan budaya lokal.

Channel identity MTV versi "MTV Indonesia" telah cukup efektif dan dengan baik memanfaatkan rasa budaya lokal yang memiliki nilai-nilai suci dan budi luhur nan tinggi. Visualisasi dari ornamen teratai menjadi inspirasi dalam penciptaan karya dan penggunaan karakter sebuah band Indie Indonesia (Utopia)

memiliki pesan komunikatif dan makna simbolik mengandung kekuatan daya tarik dengan sifat keutuhan, kesatuan dalam pembauran dengan budaya lokal, rasa kepedulian yang positif, apresiasi besar terhadap musisi-musisi Indonesia. Pada channel ID MTV versi “Sumo vs Wrestling” berikutnya merupakan bentuk visual dengan memanfaatkan sains-teknologi, penggunaan secara teknis dengan komputer animasi 3D memberikan daya tarik cukup unik dan efektif dalam mempersuasi pemirsa dan memberikan kesan hidup yang riil dalam channel ID ini. Channel ID MTV versi “Sumo vs Wrestling” mengandung makna bahwa MTV merupakan sebuah saluran musik terbaik dari yang terbaik, jaringan televisi musik yang mampu mewakili keinginan setiap pemirsa di segala penjuru dunia termasuk Indonesia dan pilihan tepat serta memberikan gambaran bahwa MTV dapat dimiliki oleh siapapun. Dalam channel ID ini, MTV menampilkan ikon-ikon budaya dari negara-negara besar dunia sebagai elemen-elemen utama dengan makna pesan komunikatif. Unsur-unsur kebudayaan digunakan dapat diamati secara jelas sekali, bagaikan sebuah persimpangan jalan yang terdapat budaya-budaya dari negara-negara besar (Jepang, Italia dan Amerika Serikat) saling melintas, diakhir cerita MTV memegang kendali utuh dalam lintasan budaya tersebut. Kebudayaan sebuah negara atau masyarakat tertentu tidak dapat dipaksakan ke dalam kebudayaan yang lain, baik kita sadari kebudayaan selalu berubah sesuai dengan perubahan waktu dan disebabkan sifat budaya yang tidak statis. Dalam channel ID ini, MTV hadir sebagai penengah yang menyuguhkan sebuah pilihan menarik dan lebih segar, dengan menciptakan kebudayaan mengglobal dengan musik sebagai bahasa dunia universal. Secara simbolik pesan

yang disampaikan mengandung perdamaian, keharmonisan, rasa baru dalam bentuk pilihan sebuah stasiun televisi yakni MTV sebagai saluran musik yang terbaik.

Pada Channel identity MTV versi “Tari Saman” mempunyai pesan sosial dengan rasa kepedulian tinggi selain untuk mempromosikan perusahaan. Dalam channel ID tersebut MTV bekerja sama dengan beberapa organisasi dunia yang menangani cara penanggulangan virus HIV/AIDS, badan-badan organisasi tersebut antara lain UNDP, UNAIDS dan Komisi Penanggulangan AIDS Indonesia. Sebuah dukungan atas masalah sosial terhadap penanggulangan HIV/AIDS yang sedang melanda dunia saat ini, menjadikan channel ID ini sebuah bentuk penayangan identitas yang menarik, impresif dan berbeda dengan channel ID MTV pada umumnya. MTV memberikan respon positif untuk fenomena-fenomena yang ada di dunia, salah satunya yaitu kampanye penanggulangan HIV/AIDS. Pendekatan budaya lokal memiliki hubungan langsung dan dekat atas makna yang disampaikan. Pencegahan yang sesuai dengan kondisi lokal merupakan point penting untuk menahan laju penyebaran HIV/AIDS. Unsur budaya lokal cukup efektif, komunikatif dan divisualisasikan dengan baik. Elemen yang menjadi ikon-ikon dalam channel ID ini antara lain tari Saman, Remaja, teks-teks berisikan informasi tentang dampak virus HIV/AIDS. Makna pesan disampaikan diharapkan agar masyarakat Indonesia bahkan dunia, mendapatkan informasi dan pengetahuan mengenai cara penanggulangan virus yang dapat mengakibatkan kematian tersebut, dan secara simbolik channel ID MTV versi

“Tari Saman” memiliki rasa keperdulian, informasi, ilmu pengetahuan, dan rasa persatuan dan kesatuan.

Secara keseluruhan channel ID MTV selalu mengandung nilai dan makna tertentu sebagai langkah mempersuasi pemirsanya. Penampilan visual logo dalam channel ID MTV selalu mengalami perubahan telah menjadi ciri khas yang unik. Dan kekuatan logo MTV yang perkasa, kokoh telah melekat dalam alam bawah sadar pemirsa bahkan masyarakat dunia, image dari huruf M secara reflek dapat membuat kita langsung teringat kepada MTV (Music Television).

B. Saran

Aksi berani dilakukan MTV dalam penerapan tampilan logonya yang senantiasa berubah cukup membuat kita berpikir dua kali untuk melakukan hal yang serupa. MTV mewujudkan promosi brandnya dengan berbagai media cetak dan media elektronik, Channel identity sebagai media elektronik (televisi) yang mencakup kalangan lebih luas telah dimanfaatkan baik oleh MTV. Banyak stasiun-stasiun televisi yang telah memiliki channel ID untuk membedakannya dengan stasiun lain, namun masih banyak juga yang menciptakan channel ID-nya secara tidak profesional. Channel ID yang baik akan memberikan keuntungan besar terhadap masa depan stasiun televisi dan juga dapat menciptakan kerugian lebih besar jika channel ID dibangun dengan pondasi yang tidak kuat dan lemah. Dalam mengatasi masalah ini para pihak stasiun televisi harus dapat memberikan perhatian secara khusus terhadap channel ID-nya, penerapan identitas dalam bentuk visual tersebut telah menjadi salah satu bagian identitas perusahaan dan strategi pemasaran yang menunjang tercapainya tujuan perusahaan. Dan bagi para

desain grafis yang bergabung dengan dunia televisi ataupun untuk yang punya keinginan sama tersebut harus selalu siap untuk menciptakan dan mengkreasikan karya-karya inovatif sesuai harapan dan tuntutan jaman yang semakin cepat dan serba instant ini.



DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Allen Hurlburt. *The Design Concept, A Guide to Effective Graphics Communication* (Library of Congress cataloging in Publication Data)
- Ad. Pirous. *Simposium Desain Grafis*, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, 4 April 1989
- Astrid S. Susanto. *Komunikasi Dalam Teori dan Praktek III* (Bandung: Bina Cipta, 1989)
- Al Ries dan Jack Trout, *Mengatur Posisi*, penterj. Drs. Jaka Wasana, MSM (Jakarta: Erlangga, 1992)
- Drs. Anwar Arifin. *Strategi Komunikasi* (Bandung: Armico, 1984)
- Albert O. Halse. *The Use of Colors in Interior* (New York: Mc. Grain-Hill Book Company, 1968)
- Agus Sachari, *Paradigma Desain Indonesia* (Jakarta: CV.Rajawali, 1996)
- David E. Carter. *How to Improve Your Corporate Identity* (New York: Art Direction Book Company, 1985)
- Douglas Merrit. *Television Graphics ; from pencil to pixel* (London: Trefoil Publirations, 1987)
- D. Dalidjo, Mulyadi, *Pengenalan Ragam Hias Jawa* (Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, Edisi I, 1983)
- Frank Jefkins. *Periklanan* (Jakarta:Erlangga, 1996)
- Goerge Sheder. *Perihal Cetak Mencetak* (Yogyakarta: Yayasan Kanisius, 1978)
- Herschell Garden Lawrs. *Iklan Yang Efektif Dengan Biaya Mini Hasilnya Maxi* (Semarang: Dahara Prze, 1988)
- Harmen Harry. *Animasi* (Yogyakarta, 1991)
- Herman Zapf. *Manuale Typographicum* (London : The Mit Press, 1970)

- I Wayan Dana, *Sejarah Seni Tari* (Diklat Kuliah, Fak. Seni Pertunjukan, Jur. Seni Tari Institut Seni Indonesia Yogyakarta)
- John R. Biggs. *Basic Typography* (London: Faber and Faber Limited, 1968)
- John Murphy and Michael Rowe. *How to Design Rademark and Logos* (Ohio: North Light Book, 1988)
- J.I. Biegeleisen. *The ABC of Lettering* (New York: Hapsper and Row Publisher, 1965)
- John Murphy & Michael Rowe, *How To Design Trademarks and Logos* (Ohio: North Light Books, 1988)
- Kris Budiman, *Semiotika Visual* (Yogyakarta; Penerbit Buku Baik, Yayasan Seni Cemeti, 2004)
- *Kamus Istilah Periklanan Indonesia* (Pt. Gramedia Pustaka Utama, 1996)
- Komisi Periklanan Indonesia, *Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia* (Jakarta, 1996)
- Ketut Ginarsa, *Gambar Lambang* (Denpasar; C.V Kayumas, 1993)
- Melvin De Fleur., *Theories of Mass Communication*, 2nd ed. David Mckay Co. Inc (New York: 1970)
- Michael H Hart, *Seratus Tokoh*, terj. H. Mahbub Djunaidi (Jakarta; Pustaka Jaya)
- Otto Klepner, M.C.S. Prentice Hall. Inc. (New York, 1959)
- Philip Kotler. *Marketing*, penter. Drs. Herujati Purwoko M.A (Jakarta: Erlangga, 1991)
- Patricia Barnez Mintz. *Dictionary of Graphics Arts Term, A communication Tool for People Who Buy Type and Printing* (New York: Van Nonstrand Reinhold Company, 1981)
- Panuti Sudjiman dan Aart Van Zoest, *Serba-serbi Semiotika* (Jakarta; Gramedia Pustaka Utama, 1991)
- Ratna Novianti, *Jalan Tengah Memahami Iklan* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2002)
- Robin Landa. *Graphic Design Solutions* (Delmor Publisher)

- Rakhmat. Jalaluddin. Drs. M.Sc. *Psikologi Komunikasi* (Remaja Karya CV, 1986)
- Sutisno P.C.S, *Pedoman Praktis Penulisan Skenario Televisi Dan Video* (1993)
- Simon and Sluster. *Webste's New Twentieth Century Dictionary Unabridged* (New York: Gulf and Western Corp. 1983)
- Satya Mulyana. *Intensive Advertising Course* (Jakarta: Berita dan PPPI, 1977)
- Sanford B. Weinberg., *Message A Reader in Human Communication*. Robert K. Avery., *Communication and the Media*, Random House (New York: 1998)
- Soedarso S.P.M.A (penterj), Herbert Read. *Pengertian Seni* (Yogyakarta: STSRI ASRI, 1973)
- Sutrisno Hadi, *Metodologi Research* (Yogyakarta; Yayasan Penerbit Fak. Biologi UGM, 1983)
- Teguh Wartono, B.A. *Pengantar Pendidikan Seni Rupa I* (Yogyakarta: Kanisius, 1987)
- T.S.G. Mulia dan K.A.H. Hidding. *Ensiklopedia Indonesia* (Bandung: Penerbit W. Van Hoeve-s, Gravenhage, 1950)
- Thomas B Ataladjar, *Ensiklopedia Nasional Indonesia* (1990)
- Veven Sp Wardhana. *Kapitalisme Televisi dan Strategi Budaya Massa* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1997)
- William H. Bolen. *Advertising*, John Wiley And Sons Inc, (ed) (New York, 1984)
- Wibowo, *Animasi Komputer Grafis dalam Iklan Indonesia*, Kapita Slehta (Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, 2001)
- Williams Wells., *et al. Advertising Principles and Practice*, Prentice Hall. Inc (New Jersey, 1998)
- W.J.S. Poerwadarminta. *Kamus Umum Bahasa Indonesia* (Jakarta: P.N. Balai Pustaka, 1982)

- Winarno Surachmad, *Dasar dan teknik research* (Bandung; Penerbit Tarsito, 1978)
- Yongky Safanayong, *Good Design=Good Ethics* (Majalah Concept, vol I, edisi 3, 2005)

Internet dan Website :

- David Johnson. Psychology of Color, Do Different Colors Affect Your Mood?, [Http://www. Infoplease.com/spot/color1.html](http://www.infoplease.com/spot/color1.html)
- Gary Burns. [Http:// www. Museum.tv/archives/etv/](http://www.Museum.tv/archives/etv/)
- James Pittman, [www. Transdiffusion.org/ident/e4 emperor.html](http://www.Transdiffusion.org/ident/e4_emperor.html)
- Lydia Boyd, [Http:// www. Scriptorium.Lib.duke.edu/adaccess/tv-history.html](http://www.Scriptorium.Lib.duke.edu/adaccess/tv-history.html)/ Brief History of Television Industry.
- Mike Mashon., [Http:// www/loc.gov/loc/lcib/0101/ Television Advertising, Abreif History](http://www.loc.gov/loc/lcib/0101/TelevisionAdvertisingAbreifHistory)
- Richard Ellen, [Http://www.Transdifusion.org/ident/contemporary/index.htm](http://www.Transdifusion.org/ident/contemporary/index.htm).
- [www. Lloyd web.org/Graphics design on television articles.html](http://www.Lloydweb.org/Graphicsdesignontelelevisionarticles.html)
- www.verve.co.uk/branding.htm
- [www. Geocities. Com/kino-log/eng. Html](http://www.Geocities.Com/kino-log/eng.Html)
- [www. Transdifusion. org](http://www.Transdifusion.org)
- [www. Lloyd web.org/Graphics design on television articles/the growth of branding.html](http://www.Lloydweb.org/Graphicsdesignontelelevisionarticles/thegrowthofbranding.html)
- [www. Wikipedia.org/wiki/Jepang. Html](http://www.Wikipedia.org/wiki/Jepang.Html)
- [www. Sinar Harapan.co.id/feature/cafe.resto/2002/03/3/caf 01. html](http://www.SinarHarapan.co.id/feature/cafe.resto/2002/03/3/caf01.html)
- [www. BKKBN.go.id/hgweb/ceria/artikel populer/ Program 'Speak Your Mind' Kampanye Penanggulangan HIV/AIDS Remaja. Html](http://www.BKKBN.go.id/hgweb/ceria/artikelpopuler/Program'SpeakYourMind'KampanyePenanggulanganHIV/AIDSRemaja.Html)
- [www. Tempointeraktif.com/hg/Daftar Istilah Narkoba dan HIV-AIDS. Html](http://www.Tempointeraktif.com/hg/DaftarIstilahNarkobaandHIV-AIDS.Html)
- [www. BKKBN.go.id/hgweb/ceria/Rubrik. html](http://www.BKKBN.go.id/hgweb/ceria/Rubrik.html)
- [www. BKKBN.go.id/hgweb/ceria/artikel populer/Sepertiga Penderita AIDS Kaum Remaja. Html](http://www.BKKBN.go.id/hgweb/ceria/artikelpopuler/SepertigaPenderitaAIDSKaumRemaja.Html)

- [www. UNDP.org/HIV. html](http://www.UNDP.org/HIV.html)
- www. UNAIDS.org/partnership/index. Html
- www. Menkokesra.go.id/component/option, com-front page/interned. 1/
- www. Verve.co.uk/branding.html
- www. Answer.com/topic/mtv

