

**TUGAS AKHIR**  
**PERANCANGAN INFOGRAFIS BERGERAK**  
**SEBAGAI MEDIA EDUKASI SENI RUPA**  
**POSTMODERNISME DI INDONESIA**



**KARYA DESAIN**

Oleh:

**Maria Antonia Kusuma Wahyuningtyas**

**NIM 1112182024**

**Tugas Akhir Ini Diajukan Kepada Fakultas Seni Rupa**  
**Institut Seni Indonesia Yogyakarta sebagai**  
**salah Satu Syarat Untuk Memperoleh**  
**Gelar Sarjana S-1 dalam Bidang**  
**Desain Komunikasi Visual**  
**2018**

Tugas Akhir Karya Desain berjudul:

**PERANCANGAN INFOGRAFIS BERGERAK SEBAGAI MEDIA EDUKASI SENI RUPA POSTMODERNISME DI INDONESIA**, diajukan oleh Maria Antonia Kusuma Wahyuningtyas, NIM 111 2182 024, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah dipertanggung jawabkan di depan Tim Penguji Tugas Akhir pada tanggal 13 Juli 2018 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

**Pembimbing I/Anggota**




FX. Widyatmoko, M.Sn.  
NIP: 19750710 200501 1001

**Pembimbing II/Anggota**



P. Geger Bangsa, S.Sn., M.Sn.  
NIP: 19700106 200801 1 017

**Cognate/Anggota**



Drs. Baskoro Suryo Barindro, M.Sn.  
NIP. 19650522199203 1 003

**Ketua Program Studi S-1  
Desain Komunikasi Visual/Anggota**



Indiria Maharsi, S.Sn., M.Sn.  
NIP: 19720909 200812 1 001

**Ketua Jurusan Desain**



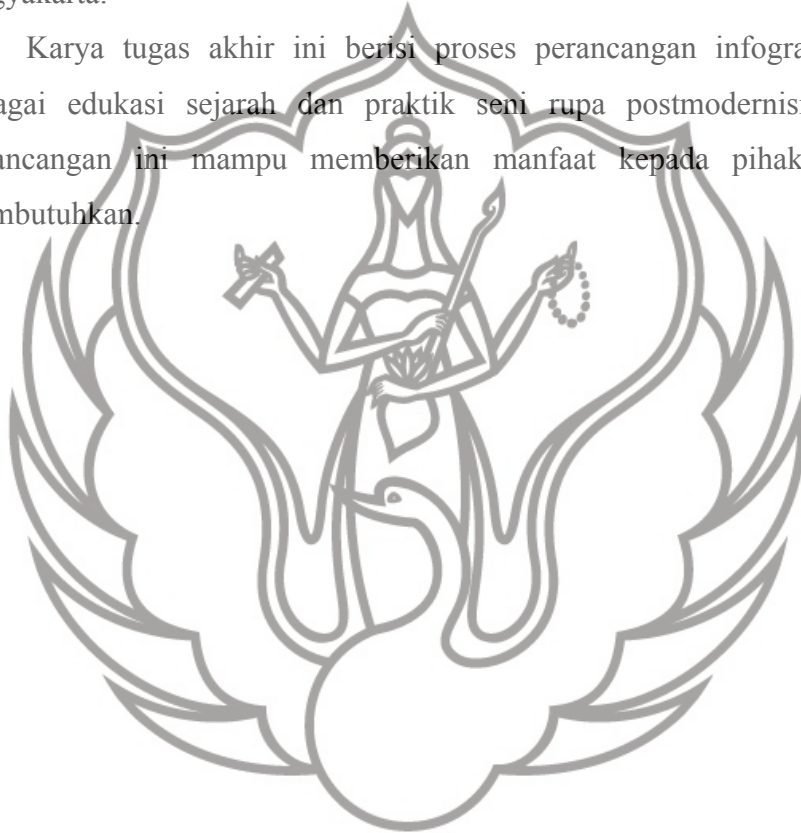
Martino Dwi Nugroho, S.Sn., MA.  
NIP: 19770315 200212 1002



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa sehingga karya tugas akhir ini dapat terselesaikan. Karya tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar sarjana dalam bidang Desain Komunikasi Visual dan menjadi bukti serta hasil dari seluruh mata kuliah yang ditempuh selama memperoleh pendidikan di Program Studi Desain Komunikasi Visual, Institut Seni Indonesia, Yogyakarta.

Karya tugas akhir ini berisi proses perancangan infografis bergerak sebagai edukasi sejarah dan praktik seni rupa postmodernisme. Semoga perancangan ini mampu memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang membutuhkan.



Yogyakarta, 26 Juni 2018

Maria Antonia K W

## UCAPAN TERIMA KASIH

Tugas Akhir Perancangan ini dapat terselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa
2. Bapak Prof. Dr M. Agus Burhan, M.Hum. selaku Rektor Institut Seni Indonesia, Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Suastiwi, M.Des. selaku Dekan Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia, Yogyakarta.
4. Bapak Martino Dwi NUgroho, S.Sn., M.A. selaku Ketua Jurusan Desain.
5. Bapak Indira Maharsi, M.Sn. selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual.
6. Bapak FX. Widyatmoko, M.Sn. selaku Dosen Wali dan pembimbing I, atas bimbingan, bantuan, saran, inspirasi, diskusi dan semangatnya.
7. Bapak P. Gogor Bangsa, S.Sn., M.Sn selaku Dosen pembimbing II, atas masukan-masukan dan kesabarannya.
8. Segenap Dosen dan staf pengajar di Program Studi Desain Komunikasi Visual.
9. Keluarga besar Eyang FX Mukidjo, Eyang Agatha Christiarti, Bapak Michael Tulasmo Suryo Nugroho, Ibu Theresia Ambar dan Johannes Mario Kusuma, Tante, Om, Adik-adik septupu atas kasih sayang dan semangat yang tak terhingga.
10. Narasumber FX Harsono, FX Woto Wibowo, Agan Harahap, Mufti Priyanka, Ika Vantiani, Syaiful Ardianto, Angga Cipta, Cut N Rescue, Sulaiman Said, Kamengski, Hendra Priyadhani, Farid Stevy Asta.
11. Kakak-kakak senior yang penuh kesabaran dan lapang dada Ahmad Oka, Arsita Pinandita, Cangkang Serigala, Irene Agrivine, Gilang Kusuma, Yohanes Catur Nugroho, Lepas Kendali studio, Adji Satria, Arief Rahman, Awigarda, Gendruwo press.

12. House of Fine, Lingga Satya Pradhana, Iwan Suastika, Nasrullah, Widi Utomo Gomboltz, Arjuna Kresna.
13. Teman-teman Akar Pohon yang sudah maupun belum wisuda.
14. Kelompok belajar 345, Mahaputra Vito, Moch Charis Budi, Eno PW, Luinambi Vesiano, Gabriel Ricardo, Eli Sugiarto, Fiera.
15. Survive! Garage, Mas Bayu Widodo, Mbak fitri, dan Survive! Fun Familia.
16. BronzElani dan Alienpang.
17. Gerardus Excel sebagai Soundman.
18. Teman menulis Clara Victoria dan Ivest Ilalang.
19. Teman-teman seperjuangan Tugas Akhir.
20. Dan yang tidak dapat disebutkan satu persatu.



## PERNYATAAN KEASLIAN

Saya bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Maria Antonia Kusuma Wahyuningtyas

NIM : 1112182024

Fakultas : Seni Rupa

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

**PERANCANGAN INFOGRAFIS BERGERAK SEBAGAI MEDIA EDUKASI SENI RUPA POSTMODERNISME DI INDONESIA**, Telah dibuat untuk melengkapi persyaratan menjadi Sarjana Seni pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Sejauh ini bukan merupakan tiruan atau dipublikasikan dari tugas akhir yang sudah dipublikasikan atau yang pernah digunakan untuk mendapatkan gelar sarjana di lingkungan Institut Seni Indonesia Yogyakarta, kecuali yang dicantumkan sumber informasi.

Yogyakarta, 26 Juni 2018

Maria Antonia K W

NIM.

1112182024

## PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Maria Antonia Kusuma Wahyuningtyas;  
NIM : 1112182024;  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual;  
Fakultas : Seni Rupa;  
Jenis : Tugas Akhir Penciptaan;

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyerahkan karya tugas akhir pengkajian berjudul **PERANCANGAN INFOGRAFIS BERGERAK SEBAGAI MEDIA EDUKASI SENI RUPA POSTMODERNISME DI INDONESIA** kepada UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta. Saya menyetujui untuk :

1. Memberikan hak bebas royalti kepada Perpustakaan ISI Yogyakarta.
2. Memberikan hak menyimpan, mengalihmediakan dan mengelola dalam bentuk pangkalan data, mendistribusikan, serta menampilkan karya tugas akhir saya dalam bentuk *soft copy* tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis.
3. Bersedia dan menjamin untuk menanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Perpustakaan ISI Yogyakarta dari bentuk tuntutan hukum.

Demikian pernyataan yang telah saya sampaikan dengan sesungguhnya.

Bantul, 14 Juli 2018

Maria Antonia Kusuma Wahyuningtyas

NIM. 1112182024

## ABSTRAK

### PERANCANGAN INFOGRAFIS BERGERAK SEBAGAI MEDIA EDUKASI SENI RUPA POSTMODERNISME DI INDONESIA

Oleh : Maria Antonia Kusuma Wahyuningtyas

NIM : 111 2182 024

Pokok permasalahan perancangan ini dimulai dari munculnya kegelisahan atas kehidupan manusia sekarang yang ditampilkan melalui pencitraan yang menarik atau bahkan lelucon yang dapat diterima sebagai sebuah realitas. Praktik tersebut disebut-sebut sebagai bagian dari seni rupa postmodernisme. Postmodernisme memiliki daya tarik yang positif sekaligus daya guna bagi analisis budaya populer. Objek-objek seni dalam masyarakat kebudayaan postmodern merupakan bagian dari kebudayaan materi budaya populer. Postmodernisme, konsumerisme dan objek-objek estetis didalam masyarakat konsumen adalah mata rantai yang tidak bisa dipisahkan. Postmodernisme memiliki lima idiom estetis, yaitu *pastiche*, parodi, *kitsch*, *camp* dan skizofrenia. Perancangan ini menggunakan infografis bergerak sebagai media edukasi penyampaian pesan kepada khalayak. Infografis bergerak tentu saja dapat menghidupkan konten infografis perancangan ini. Umumnya, jika ada suara latar belakang, orang dapat menikmati narasi yang disajikan dalam satu sajian yang menarik. Secara umum, infografis ini mempunyai peluang untuk didistribusikan seluas-luasnya secara *online*; masyarakat populer saat ini adalah masyarakat yang membagikan karya dan respon terbaik mereka di ajang *online*.

Kata kunci: postmodern, postmodernisme, *online*, *pastiche*, parodi, *kitsch*, *camp*, skizofrenia, budaya populer, infografis, infografis bergerak



## ABSTRACT

### *DESIGNING MOTION INFOGRAPHIC AS EDUCATION MEDIA OF POSTMODERNISM ART IN INDONESIA*

By : Maria Antonia Kusuma Wahyuningtyas

NIM : 111 2182 024

*The subject matter of this designing problem starts from anxiety over human life today is full of fascinating imagery or even an acceptable joke as reality. The practice is referred to as part of the postmodernism art. Postmodernism has a positive appeal once the utility for the analysis of popular culture. Art objects in postmodern cultural society are part of popular cultural material culture. Postmodernism, Consumerism, and aesthetic objects in consumerism society is link that can not be separated. Postmodernism has five aesthetic idioms, that is pastiche, parody, kitsch, camp, and schizophrenia. This design using motion infographic as education media deliver messages to audiences. Motion Infographic of course can animate the infographic content on this design. Generally, if there is a background voice, audiences can enjoy the narration presented in an interesting look. This motion infographic has chance to distributed as widely as possible online: popular society today is society who share works and their best response online.*

*Keywords: postmodern, postmodernism, online, pastiche, parody, kitsch, camp, schizophrenia, popular culture, infographic, motion infographic.*

## DAFTAR ISI

<b>KARYA DESAIN</b> .....	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang Masalah</b> .....	<b>1</b>
<b>B. Identifikasi Masalah</b> .....	<b>5</b>
<b>C. Rumusan Masalah</b> .....	<b>5</b>
<b>D. Tujuan Perancangan</b> .....	<b>5</b>
<b>E. Manfaat Perancangan</b> .....	<b>6</b>
<b>F. Batasan Perancangan</b> .....	<b>6</b>
<b>G. Metode Perancangan</b> .....	<b>7</b>
1. Mengumpulkan Data .....	<b>7</b>
2. Data Awal (Yang Dibutuhkan) .....	<b>8</b>
3. Metode Pengumpulan Data .....	<b>8</b>
4. Instrumen/Alat.....	<b>8</b>
<b>H. Sistematika Perancangan</b> .....	<b>8</b>
1. PENDAHULUAN .....	<b>8</b>
2. IDENTIFIKASI DAN ANALISIS .....	<b>9</b>
3. KONSEP PERANCANGAN .....	<b>9</b>
4. VISUALISASI.....	<b>10</b>
<b>I. Skematika Perancangan</b> .....	<b>11</b>
<b>BAB II</b> .....	<b>12</b>
<b>IDENTIFIKASI DAN ANALISIS</b> .....	<b>12</b>

<b>A. Identifikasi Data .....</b>	<b>12</b>
1. Sejarah Postmodernisme .....	12
2. Kode-kode Estetik Postmodernisme .....	17
3. Pluralisme dan Relativisme .....	30
4. Dekonstruksi .....	31
5. <i>Bricolage</i> .....	32
6. Budaya Populer .....	34
7. Seniman Postmodern dan Budaya Populer .....	37
8. Seni Rupa Postmodern di Indonesia .....	48
9. Internet .....	55
10. Postmodernisme dengan Internet dan Budaya Populer di Indonesia .....	56
11. Komunikasi Propaganda .....	70
12. Infografis .....	72
13. <i>Motion Graphic</i> .....	73
<b>B. Analisis Data .....</b>	<b>74</b>
1. Analisis 5W+1H .....	74
2. Kesimpulan Analisis .....	76
<b>BAB III .....</b>	<b>77</b>
<b>KONSEP PERANCANGAN .....</b>	<b>77</b>
<b>A. Konsep Kreatif .....</b>	<b>77</b>
1. Strategi Kreatif .....	77
2. Judul .....	80
3. Isi .....	80
4. Sinopsis .....	81
5. Pemilihan Media Utama .....	82
6. Konsep Media Utama .....	82
7. Storyline .....	83
8. Pemilihan Media Pendukung .....	111
<b>B. Konsep Media .....</b>	<b>112</b>
1. Seleksi media .....	112
2. Format .....	113
3. Program media .....	114
<b>C. Konsep Visual .....</b>	<b>114</b>
1. Gaya disain .....	114
2. Ilustrasi .....	114
3. Warna .....	115
4. Tipografi .....	115
<b>BAB IV .....</b>	<b>116</b>
<b>VISUALISASI .....</b>	<b>116</b>
<b>A. Data Visual .....</b>	<b>116</b>

1. Opening part .....	116
2. Part 1; tokoh-tokoh postmodern .....	119
3. Part 2; kode-kode estetik postmodernisme .....	123
4. Part 3; praktik postmodernisme .....	127
<b>B. STUDI VISUAL.....</b>	<b>136</b>
1. Studi Tipografi.....	136
2. Sketsa Background Judul dan Pembuka Part .....	138
3. Infografis .....	139
4. Studi Warna .....	141
<b>C. STORYBOARD.....</b>	<b>143</b>
1. Part 1; Postmodern dan Tokoh-Tokohnya .....	143
2. Part 2; Kode-Kode Estetik Postmodernisme .....	146
3. Part 3; Praktik Postmodernisme; Internet dan Budaya Populer .....	149
<b>D. Screenshot Final Karya.....</b>	<b>152</b>
1. Judul dan Sub Judul.....	152
2. Part 1; Postmodern dan Tokoh-Tokohnya .....	153
3. Part 2; Kode-Kode Estetik Postmodernisme.....	160
4. Part 3; Praktik Postmodernisme; Internet dan Budaya Populer .....	167
<b>E. Media Pendukung.....</b>	<b>177</b>
<b>BAB V.....</b>	<b>196</b>
<b>PENUTUP.....</b>	<b>196</b>
<b>A. Kesimpulan .....</b>	<b>196</b>
<b>B. Saran .....</b>	<b>197</b>
1. Bagi Target Audince .....	197
2. Bagi Mahasiswa Desain Komunikasi Visual.....	197
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>198</b>
<b>A. Buku .....</b>	<b>198</b>
<b>B. Webtografi.....</b>	<b>199</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>201</b>

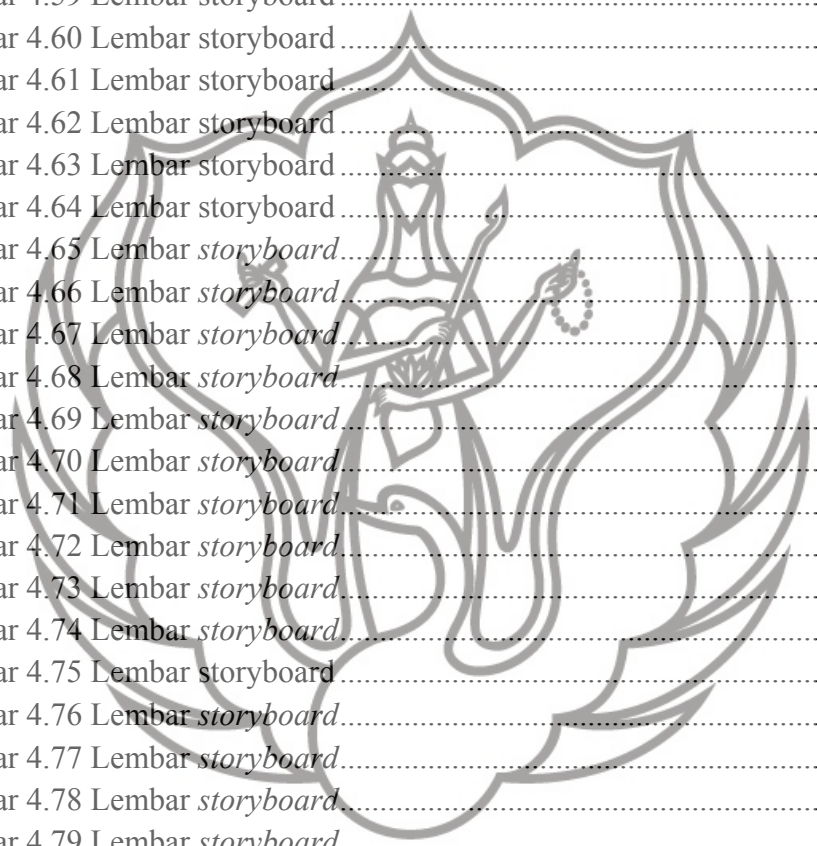
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 The Old Curiosity Shop .....	13
Gambar 2.2 Cowboy Cookout Restaurant, Disneyland .....	18
Gambar 2.3 Interior Cowboy Cookout Restaurant, Disneyland .....	18
Gambar 2.4 Buku Learning From Las Vegas, .....	19
Gambar 2.5 Sahara Hotel, Las Vegas .....	19
Gambar 2.6 Indeterminate facade (1975), .....	21
Gambar 2.7 Indeterminate facade (1975), .....	22
Gambar 2.8 William Morris's <i>cup</i> .....	24
Gambar 2.9 "Swire Coca-Cola" .....	24
Gambar 2.10 Perhiasan imitasi .....	25
Gambar 2.11 Hippie's merch .....	25
Gambar 2.12 Marilyn Monroe .....	26
Gambar 2.13 "The Peacock Skirt" .....	28
Gambar 2.14 "David Bowie Accidentally Taught Me Yoga" .....	29
Gambar 2.15 "Redneck Mansion" .....	34
Gambar 2.16 "Dock" .....	34
Gambar 2.17 Campbell's Soup Cans .....	39
Gambar 2.18 Three Coke Bottles .....	39
Gambar 2.19 Andy Warhol membuat patung box sabun Brillo Pads, 1964 .....	39
Gambar 2.20 Campbell's Soup Cans .....	40
Gambar 2.21 Zine Tripping Corpse 4, 1984 .....	41
Gambar 2.22 Raymond Pettibon, 1983 .....	42
Gambar 2.23 Raymond Pettibon, 1992 .....	42
Gambar 2.24 Poster grup musik Black Flag .....	43
Gambar 2.25 Pertunjukan musik pertama Sex Pistol, 1975 .....	43
Gambar 2.26 God Save The Queen .....	44
Gambar 2.26 Jamie Reid untuk <i>Sex Pistols</i> , 1977 .....	44
Gambar 2.27 Malcolm McLaren & Vivienne Westwood .....	45
Gambar 2.28 Kaos "God Save the Queen" .....	46
Gambar 2.29 "Sex" .....	46
Gambar 2.30 Steve Jones, Alan Jones, Chrissie Hynde, Jordan, Vivienne Westwood di "Sex" shop tahun 1975/1976 .....	47
Gambar 2.31 Grup Musik Sex Pistols .....	47
Gambar 2.32 Lili Cole dan Vivienne Westwood 2013 .....	48
Gambar 2.34 Karangan Bunga Duka Cita .....	50
Gambar 2.35 "Pistol Dalam Plastik" .....	52
Gambar 2.36 "Burung Dalam Sangkar" .....	52

Gambar 2.37 “Kursi Untuk Dosen Seni Rupa” .....	53
Gambar 2.38 “Meja Belajar” .....	53
Gambar 2.39 Contoh website yang menunjang kebutuhan desainer, .....	55
Gambar 2.40 <i>Capture</i> media sosial milik warganet yang .....	57
Gambar 2.41 <i>Capture</i> media sosial milik Agan Harahap .....	57
Gambar 2.42 <i>Capture</i> media <i>online</i> Tribun Batam .....	58
Gambar 2.43 <i>Capture</i> media <i>online</i> Tribun Batam .....	58
(Sumber: <a href="http://batam.tribunnews.com/">http://batam.tribunnews.com/</a> , .....	58
diakses 16 Februari 2018, jam 20:00 WIB) .....	58
Gambar 2.44 <i>Capture</i> media sosial milik Agan Harahap .....	59
Gambar 2.45 <i>Capture</i> BBC news .....	59
Gambar 2.46 <i>Capture</i> BBC news .....	60
Gambar 2.47 <i>Capture</i> artikel <i>Wired.com</i> .....	61
Gambar 2.48 <i>Capture</i> artikel <i>Wired.com</i> .....	62
Gambar 2.49 <i>Capture</i> blog Agan Harahap .....	62
Gambar 2.50 <i>Capture</i> blog Agan Harahap .....	62
Gambar 2.52 <i>Capture</i> media sosial milik Agan Harahap .....	64
Gambar 2.53 <i>Capture</i> media sosial milik Farid Stevy Asta .....	66
Gambar 2.54 <i>Capture</i> media sosial milik Farid Stevy Asta .....	67
Gambar 2.55 <i>Capture</i> media sosial milik Farid Stevy Asta .....	67
Gambar 2.66 Karya Amenkeoy .....	68
Gambar 2.67 Anak punk di Aceh yang sedang digunduli .....	69
Gambar 2.68 <i>Capture</i> instagram sleborz .....	70
Gambar 2.69 <i>Capture</i> instagram sleborz .....	70
Gambar 4.1 <i>Greenham Airfield, England. June, 1944.</i> .....	116
Gambar 4.2 Balada Pengangguran .....	116
Gambar 4.3 Hamil Duluan Gara-Gara Kumpul Kebo .....	117
Gambar 4.4 Whaam! .....	117
Gambar 4.5 <i>Unknown Pleasures,</i> .....	117
Gambar 4.6 Farid Stevy Asta, 2013 .....	118
Gambar 4.7 <i>Campbell’s Soup Cans</i> .....	118
Gambar 4.8 <i>Three Coke Bottles, 1962.</i> .....	118
Gambar 4.9 The Old Curiosity Shop .....	119
Gambar 4.10 Rudolf Panwitz .....	119
Gambar 4.12 Stanley J Grenz .....	120
Gambar 4.13 Frederico de Onis .....	120
Gambar 4.14 Bernard Rosenberd .....	120
Gambar 4.15 C Wright Mills .....	121
Gambar 4.16 Geoffrey Barraclough .....	121
Gambar 4.17 George Steiner .....	121
Gambar 4.18 Charles Jencks .....	122
Gambar 4.19 Jean Baudrilliad .....	122

Gambar 4.19 “Redneck Mansion” .....	126
Gambar 4.20 Campbell’s Soup Cans, .....	127
Gambar 4.20 Cowboy Cookout Restaurant, Disneyland .....	123
Gambar 4.21 Three Coke Bottles, 1962 .....	127
Gambar 4.21 Interior Cowboy Cookout Restaurant, Disneyland .....	123
Gambar 4.22 Zine Tripping Corpse 4, 1984 .....	128
Gambar 4.22 Indeterminate facade (1975), .....	123
Gambar 4.23 Raymond Pettibon, 1983 .....	128
Gambar 4.23 Indeterminate facade (1975), .....	124
Gambar 4.24 Raymond Pettibon, 1992 .....	129
Gambar 4.24 William Morris’s cup .....	124
Gambar 4.25 Poster grup musik Black Flag .....	129
Gambar 4.25 “Swire Coca-Cola” .....	124
Gambar 4.26 Perhiasan imitasi .....	125
Gambar 4.26 Pertunjukan musik pertama Sex Pistol, 1975 .....	130
Gambar 4.27 Grup Musik Sex Pistols .....	130
Gambar 4.27 Hippie’s merch .....	125
Gambar 4.28 Marilyn Monroe .....	125
Gambar 4.29 Supreme Marilyn Monroe .....	126
Gambar 4.28 God Save The Queen .....	131
Gambar 4.29 Jamie Reid untuk Sex Pistols, 1977 .....	131
Gambar 4.30 Malcolm McLaren & Vivienne Westwood .....	131
Gambar 4.31 Kaos "God Save the Queen" .....	132
Gambar 4.32 Karangan Bunga Duka Cita .....	132
Gambar 4.33 “Pistol Dalam Plastik” .....	133
Gambar 4.34 “Kursi Untuk Dosen Seni Rupa” .....	133
Gambar 4.35 Capture media sosial milik warganet yang .....	134
Gambar 4.36 Capture media sosial milik Agan Harahap .....	134
Gambar 4.37 Capture BBC news .....	134
Gambar 4.38 Capture artikel Wired.com .....	135
Gambar 4.39 Capture media sosial milik Farid Stevy Asta .....	135
Gambar 4.39 Capture media sosial .....	135
Gambar 4.40 Karya Amenkcoy .....	136
Gambar 4.41 Anak punk di Aceh yang sedang digunduli .....	136
Gambar 4.42 Tipografi terpilih untuk judul .....	137
Gambar 4.43 Tipografi terpilih untuk body text .....	137
Gambar 4.44 Tipografi terpilih untuk caption text .....	138
Gambar 4.45 Sketsa pola kolase background judul .....	138
Gambar 4.46 Studi layout .....	139
Gambar 4.47 Sobekan kertas sebagai penekanan terhadap konten .....	139
Gambar 4.48 Garis konten .....	140
Gambar 4.49 Konten Infografis Bergerak .....	140

Gambar 4.50 Koding part 1 .....	141
Gambar 4.51 Koding part 2 .....	141
Gambar 4.52 Koding part 3 .....	142
Gambar 4.53 Lembar storyboard .....	143
Gambar 4.54 Lembar storyboard .....	143
Gambar 4.55 Lembar <i>storyboard</i> .....	143
Gambar 4.56 Lembar <i>storyboard</i> .....	143
Gambar 4.57 Lembar <i>storyboard</i> .....	144
Gambar 4.58 Lembar <i>storyboard</i> .....	144
Gambar 4.59 Lembar storyboard .....	144
Gambar 4.60 Lembar storyboard .....	144
Gambar 4.61 Lembar storyboard .....	145
Gambar 4.62 Lembar storyboard .....	145
Gambar 4.63 Lembar storyboard .....	145
Gambar 4.64 Lembar storyboard .....	145
Gambar 4.65 Lembar <i>storyboard</i> .....	146
Gambar 4.66 Lembar <i>storyboard</i> .....	146
Gambar 4.67 Lembar <i>storyboard</i> .....	146
Gambar 4.68 Lembar <i>storyboard</i> .....	146
Gambar 4.69 Lembar <i>storyboard</i> .....	147
Gambar 4.70 Lembar <i>storyboard</i> .....	147
Gambar 4.71 Lembar <i>storyboard</i> .....	147
Gambar 4.72 Lembar <i>storyboard</i> .....	147
Gambar 4.73 Lembar <i>storyboard</i> .....	148
Gambar 4.74 Lembar <i>storyboard</i> .....	149
Gambar 4.75 Lembar storyboard .....	149
Gambar 4.76 Lembar <i>storyboard</i> .....	149
Gambar 4.77 Lembar <i>storyboard</i> .....	149
Gambar 4.78 Lembar <i>storyboard</i> .....	150
Gambar 4.79 Lembar <i>storyboard</i> .....	150
Gambar 4.80 Lembar <i>storyboard</i> .....	150
Gambar 4.81 Lembar <i>storyboard</i> .....	148
Gambar 4.82 Lembar <i>storyboard</i> .....	151
Gambar 4.83 Lembar <i>storyboard</i> .....	151





# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Kehidupan manusia sekarang tidak jauh dengan yang disebut sebagai internet. Tidak bisa dipungkiri semakin hari internet berubah dengan cepat. Cara orang terhubung dengan internet berubah dengan sangat cepat. Teknologi hari ini membuat semua orang berkomunikasi tanpa bertatap muka. Orang dapat membuat komunitas, mengadakan rapat, transaksi jual beli, berbagi ilmu, mengujar kebencian, menghujat orang, membuat berita palsu, dan lain sebagainya tanpa bertatap muka secara langsung. Mulai dari pengguna internet yang positif hingga negatif semua dapat ditemui dalam satu portal. Franklin (1989) mengatakan pendapatnya mengenai teknologi sebagai suatu cara praktis yang menjelaskan mengenai cara kita semua sebagai manusia membuat segala sesuatu yang berada di sekitar sini.

Perancangan ini berawal dari pembahasan bahwa ketika kita mengunggah sesuatu sama dengan ketika mengunduh di internet. *Netizen* adalah salah satu contoh konkrit ketika internet sangat digunakan oleh manusia di bumi. *Netizen* sendiri adalah pengguna internet, atau juga disebut-sebut sebagai penghuni yang terlibat dalam komunitas online di internet. Aktivitas yang ditimbulkan *netizen* bisa bermacam-macam jenisnya, dari yang sekedar berkumpul sampai aktivisme yang menurut perubahan dunia maya maupun nyata.

Sebagai pengguna internet aktif, masyarakat seharusnya berhati-hati dalam menggunakan media ini. Tetapi pada kenyataannya, banyak pengguna internet yang terkadang kurang berhati-hati bagaimana internet menyebar dengan cepat dan tanpa batas. Terkadang *netizen* mengunggah apapun ke dalam media sosial yang ia inginkan seolah-olah yang mengangkses akunnya hanyalah orang-orang yang ia kenal. Tingkah laku *netizen* tersebut membuat kericuhan yang cukup mempengaruhi masyarakat yang tidak menggunakan internet. Wacana-wacana yang dibuat *netizen* terkadang tidak sesuai dengan kenyataan. Kemudahan internet membuat konten disalin dengan mudah, mentah, maupun penyaringan tertentu.

Begitu pula yang terjadi di Indonesia, terkadang orang mengunggah sesuatu di internet untuk menjadi sesuatu lelucon ataupun sindiran yang lucu, tetapi *netizen* terkadang menanggapinya dengan serius bahkan terkadang terjadi kesalahpahaman yang menggelikan.

Media sosial misalnya, kini dengan mudah siapapun dapat berkomunikasi, berbagi informasi tanpa harus bertatap muka. Bahkan seniman dapat mencari ide-ide dan referensi mereka melalui media sosial. Seniman dapat mengunduh kemudian mengolah kembali hasil pencariannya menjadi karya baru. Semudah itulah jaman internet telah membuka mata kita lebar-lebar bahwa dunia ada di genggaman kita semua.

Beberapa waktu yang lalu, tepatnya pada bulan Maret 2017, kedatangan Raja Salman ke Indonesia sukses menjadi perbincangan masyarakat. Agan Harahap, seorang seniman fotografi sempat membuat foto lelucon yang memperlihatkan Raja Salman turun dari pesawat Lion Air ditemani Habib Rizieq. Rupanya, ada juga *netizen* yang menganggap pertemuan kedua tokoh ini adalah sungguhan. Fenomena ini adalah contoh kecil bagaimana fenomena potong dan tempel atau yang lebih populer dengan *cut and paste* dapat menjadi sebuah perbincangan yang menarik karena mengunduh dan mengunggah adalah sebuah kebiasaan manusia hari ini yang tidak bisa dipungkiri.

Berangkat dari kegemaran mendengarkan musik dan pengamatan pada sampul album grup musik yang memiliki kemiripan visual membuat bukti awal adanya kedekatan estetika postmodernisme dalam kehidupan sehari-hari masyarakat populer. Mufti Priyanka atau yang biasa dipanggil Amenkcoy, seorang disainer dan ilustrator asal Bandung ini diduga melakukan praktik peniruan pada gaya ilustrasinya. Ilustrasinya yang diduga mirip dengan ilustrator Raymond Pettibon, seorang ilustrator asal Amerika yang karya-karyanya banyak digunakan oleh grup musik internasional ber-*genre* punk. Belakangan ini karya-karya asli Amenkcoy juga banyak diproduksi ulang oleh khalayak umum. Fenomena ini menjadi menarik karena ketika peniruan terus terjadi berulang-ulang secara tidak langsung pemilik karya asli mendapat sebuah “*self publishing*”.

Media mengambil bahan baku dari pengalaman dan mengemasnya dalam bentuk cerita; ia menceritakan kembali cerita itu kepada kita, dan kita menyebutnya realitas (Harper Collins, 1990: 127).

Melalui beberapa penelitian, perancangan ini mencari-cari di mana sumber keterlibatan seniman dengan era *cut & paste* ini. Bahwasannya sebelum internet ada, para seniman telah melakukan praktik peniruan, *mengcopy*, mengulang, dan *meremix*nya menjadi karya baru. Menurut Francois Burkhardt (1988: 149), para konsumen kini mencari sesuatu yang personal, bermain dan menyenangkan pada obyek-obyek yang mereka beli. Akibatnya, obyek harus dimuati kualitas sensual: selain dapat dimengerti, ia juga harus dapat dirasakan. Ketika internet menguasai dunia, segalanya menjadi mudah. Media massa terus-menerus menciptakan pasar baru yang menyerap teknologi tinggi. "Semua rahasia, ruang, dan tayangan luluh ke dalam informasi berdimensi tunggal" (Baudrillard, 1985: 130).

Pembahasan di atas adalah salah satu contoh fakta dari munculnya kegelisahan atas kehidupan manusia sekarang yang penuh dengan sebuah kepalsuan tetapi ditampilkan melalui pencitraan yang menarik, juga sebuah kepalsuan atau bahkan lelucon dapat diterima sebagai sebuah realitas.

Apa yang telah disinggung pada paragraf di atas disebut-sebut sebagai bagian dari seni postmodernisme. Postmodernisme sendiri adalah sebuah kecenderungan seni, sastra, arsitektur, media dan budaya pada umumnya, yang merupakan sebuah ruang tempat tumbuh subur serta membiaknya dengan tanpa batas (Piliang, 2003:60).

Postmodernisme merupakan kegiatan memuaskan keinginan yang pada akhirnya menimbulkan *needs vs wants*. Memudahkan manusia untuk memiliki identitasnya sendiri-sendiri, segala macam pemikiran yang dirasa benar menjadi relatif. Jika *cut and paste* ada dan fakta-faktanya ramai diperbincangkan, maka perlu adanya edukasi kepada audience tentang adanya praktik seni postmodernisme yang dimana adalah cikal bakal praktik-praktik reproduksi karya dalam kebudayaan manusia hari ini.

Pembahasan ini dimulai dari perdebatan terkini tentang postmodernisme yang memiliki daya tarik positif sekaligus daya guna bagi analisis budaya

populer. Dari segi prespektif filosofis, postmodern dilihat sebagai sebuah aliran berpikir. Filsafat postmodern (postmodernisme) muncul sebagai gagasan mendasar sekaligus kritik atas filsafat modern (modernisme).

Yang menjadi menarik pada pembahasan bab ini adalah tidak dapat disangkal lagi bahwa dalam interpretasi, setiap orang mempunyai sudut pandang dan perspektif sendiri-sendiri (berbeda-beda). Sehingga mengajak *audience* untuk memahami dasar-dasar seni postmodernisme dengan cara membawa beberapa fakta yang sedang hangat diperbincangkan bahkan menjadi panutan.

Objek-objek seni dalam kebudayaan postmodern merupakan bagian dari kebudayaan materi masyarakat global mutakhir. Sekali objek-objek tersebut diproduksi dan dikonsumsi, ia akan menjadi produk sosial dan masyarakat tersebut, yaitu produk yang digunakan untuk mengkomunikasikan, menyampaikan makna-makna, dan kepentingan-kepentingan sosial yang ada di belakangnya (Yasraf Amir Piliang, 2003:63).

Yang menjadi hal terpenting pada bab ini, praktik-praktik seni yang dilakukan dengan cara kerja budaya postmodern adalah perkembangan yang dibuat oleh target *audience* dalam perancangan ini. Perkembangan ini telah mempengaruhi hubungan antara manusia dan objek-objek seni, dan bagaimana objek tersebut diciptakan.

Perancangan ini menggunakan infografis sebagai media edukasi. Perancangan ini menggunakan infografis editorial dengan teknik grafis bergerak atau yang biasa disebut grafis animasi. Menurut Jason Lankow, Josh Ritchie dan Ross Crooks dalam bukunya *Infografis Kedasyatan Cara Bercerita Visual*, infografis editorial adalah infografis yang menggunakan pendekatan naratif. Secara umum, infografis editorial mempunyai peluang untuk didistribusikan seluas-luasnya; orang sering membagikan karya terbaik mereka di ajang *online*, jadi mendatangkan *traffic*, tautan, sekaligus menyikap merek. Sedangkan mengenai grafis bergerak, tentu saja dapat menghidupkan konten infografis perancangan ini. Utamanya, jika ada suara latar belakang, orang dapat duduk untuk menikmati narasi yang disajikan kepada mereka dalam bentuk linier.

Jika dilihat dari cara infografis editorial bekerja, tentu saja sangat relevan pada konten-konten yang akan disajikan dalam perancangan ini. Pada

pembahasan awal jika manusia sekarang hidup pada budaya yang mengacu pada internet, tentu saja infografis editorial akan sangat membantu menyajikan konten edukasi yang baik. Media-media publikasi gambar gerak yang berbasis online seperti Youtube atau Vimeo akan menjadi media publikasi perancangan ini. Youtube misalnya, semua orang saat ini bahkan mendengarkan lagu yang tidak ada visualnya pada media ini.

## **B. Identifikasi Masalah**

Beberapa hal yang menjadi latar belakang masalah sehingga diperlukannya perancangan komunikasi visual postmodernisme:

1. Kurangnya edukasi pengenalan praktik seni rupa postmodernisme.
2. Kurangnya edukasi praktik seni rupa postmodernisme dengan media infografis.
3. Kesalahpahaman yang terjadi pada praktik seni Postmodernisme yang dialami oleh *audience*.

## **C. Rumusan Masalah**

Bagaimana merancang infografis gerak sebagai edukasi tentang praktik seni rupa postmodernisme yang mudah dipahami dan bermanfaat bagi *audience* di tengah arus informasi yang juga cepat?

## **D. Tujuan Perancangan**

Perancangan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada penggiat seni postmodernisme, *netizen* awal yang mulai mengulik tentang seni kontemporer, *netizen* dan media-media online yang merespon karya-karya seniman dengan pemahaman masing-masing tanpa melihat deskripsi yang tertera pada karya seniman, para apresiasi seni khususnya seni rupa, lembaga-lembaga pengarsipan, komunitas-komunitas seni, seniman-seniman kontemporer yang terlibat dalam perancangan ini, dan seniman yang sadar maupun tidak terlibat dengan postmodernisme tentang cara kerja postmodernisme di era seni rupa kontemporer.

## **E. Manfaat Perancangan**

### 1. Bagi target *audience*:

Menyajikan media informasi untuk mengenalkan dan memberi pemahaman dengan pola edukasi postmodernisme.

### 2. Bagi masyarakat umum:

Menyajikan media informasi untuk mengenalkan dan memberi wawasan mengenai postmodernisme di era seni rupa saat ini.

### 3. Bagi desain komunikasi visual:

Menghasilkan media komunikasi visual yang nantinya dapat dijadikan acuan dan referensi bagi *audience* yang membutuhkan.

## **F. Batasan Perancangan**

Pembatasan ruang lingkup dalam perancangan infografis bergerak sebagai media edukasi seni rupa postmodernisme adalah

1. Media yang digunakan akan dibagi menjadi media utama dan media pendukung yang saling terintegrasi satu sama lain. Media yang digunakan adalah media digital sebagai media utama dan media cetak sebagai media pendukung.

2. Objek penelitian mencakup pada bentuk visual, kode kode estetik postmodernisme, batasan cara kerja postmodernisme dari beberapa narasumber /praktisi postmodernisme, dan informasi sejarah perkembangan seni rupa dan disain postmodernisme.

3. Internet dan media sosial milik narasumber atau praktisi seperti Google, Instagram, Facebook, Twitter, dll menjadi acuan penelitian bentuk maupun kode kode visual seni rupa dan disain postmodernisme. Dalam hal ini narasumber merupakan ikon atau idola yang mempunyai banyak pengikut dan pengikut di sini secara langsung atau tidak langsung akan menularkan atau menyampaikan pada pengikut masing masing dengan tata cara seperti yang dilakukan oleh idolanya.

## G. Metode Perancangan

Perancangan ini akan menggunakan metode dan beberapa tahapan sebagai berikut:

### 1. Mengumpulkan Data

#### a. *Data Verbal*

Data verbal yang dibutuhkan dalam proses perancangan ini adalah data yang berbentuk tulisan. Data ini berisi tentang data tulisan yang diperoleh dari jurnal, buku dan artikel yang berhubungan dari tema perancangan, menelusuri internet atau media sosial dan dari observasi. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan, yaitu mencari data pustaka, menelusuri internet, dan observasi.

##### 1) Mencari Data Pustaka

Data pustaka merupakan tulisan-tulisan mengenai sejarah perkembangan seni postmodernisme. Data-data tersebut dapat diperoleh dari buku, majalah dan jurnal.

##### 2) Menelusuri Internet dan Media Sosial

Menelusuri internet merupakan cara lain yang dapat dilakukan untuk melengkapi dari data pustaka, tetapi internet dan media sosial adalah cara utama mencari seniman yang menjadi narasumber untuk perancangan ini. Internet dan media sosial dapat menyortir kepopuleran seniman sehingga dapat melihat proses berkaryanya.

##### 3) Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data yang dilakukan secara langsung. Observasi ini nantinya akan dilakukan dengan mengamati dan mengumpulkan data-data yang dibutuhkan dalam proses perancangan ini.

#### b. *Data Visual*

Data visual adalah data yang dibutuhkan dalam proses perancangan yang berbentuk data visual seperti bentuk unduhan gambar dari internet tentang beberapa rekaman sejarah seni rupa postmodernisme, *screencapture* media sosial milik narasumber dan beberapa rekam dokumentasi karya narasumber.

## 2. Data Awal (Yang Dibutuhkan)

Data awal yang dibutuhkan dalam perancangan ini berupa data verbal yang bisa didapatkan dari wawancara narasumber, literatur yang ada ataupun internet, media sosial yang berhubungan dengan narasumber dan seni rupa postmodernisme. Dan data visual sebagai penunjang data verbal yang didapat melalui proses perekaman dalam bentuk foto maupun video. Gambar yang diambil merupakan dokumentasi sejarah perkembangan postmodernisme dan proses berkarya seniman berkaitan dengan tema perancangan.

## 3. Metode Pengumpulan Data

Sebagai langkah awal dalam perancangan ini nantinya dengan mengumpulkan data secukupnya melalui pengamatan media sosial, beberapa *review* tentang narasumber di internet, dan wawancara pada narasumber yang berkaitan seni rupa postmodernisme untuk merumuskan pesan yang akan disampaikan. Juga melalui studi pustaka tentang postmodernisme.

## 4. Instrumen/Alat

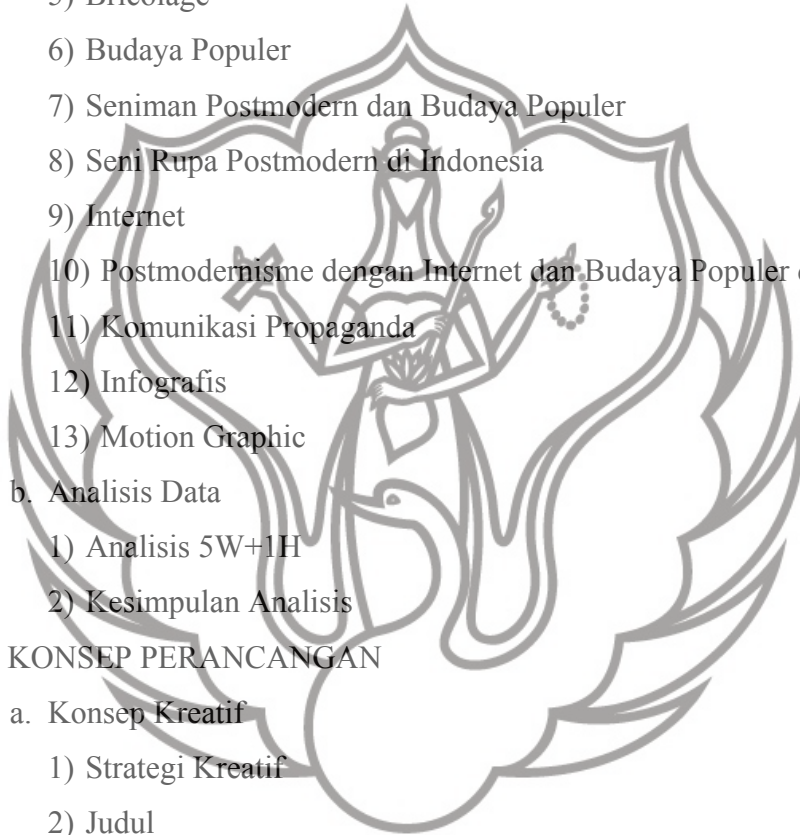
Alat yang digunakan dalam perancangan ini adalah alat fotografi, alat videografi dan unit komputer sebagai satu lini utama pembuatan perancangan ini.

## H. Sistematika Perancangan

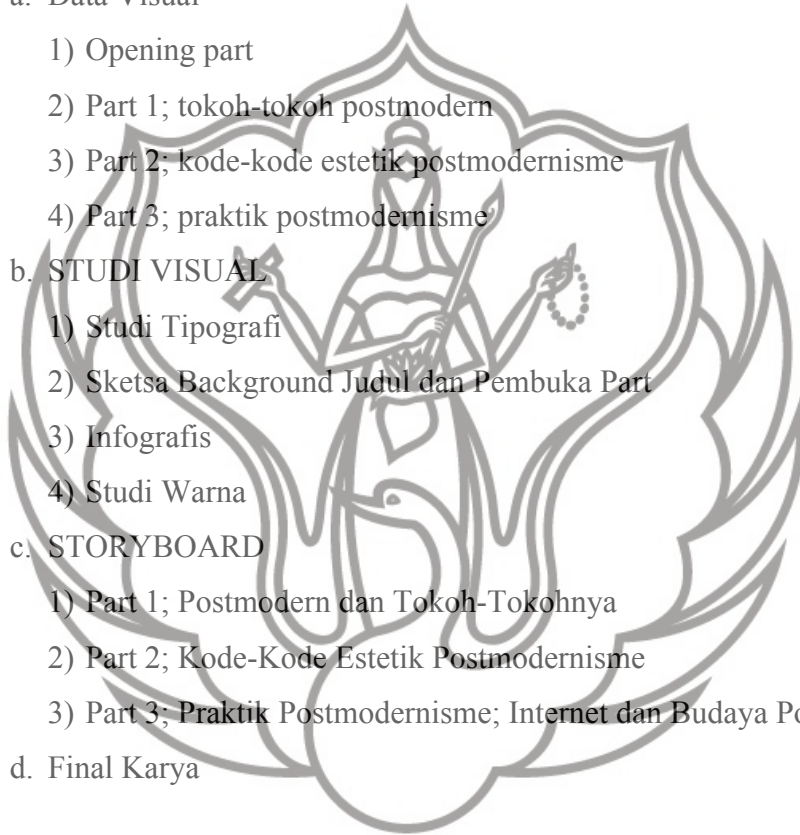
1. PENDAHULUAN
  - a. Latar Belakang Masalah
  - b. Identifikasi Masalah
  - c. Rumusan Masalah
  - d. Tujuan Perancangan
  - e. Manfaat Perancangan
  - f. Metode Perancangan
    - 1) Mengumpulkan Data
    - 2) 2. Data Awal (Yang Dibutuhkan)
    - 3) 3. Metode Pengumpulan Data



- 4) 4. Instrumen/Alat
2. IDENTIFIKASI DAN ANALISIS
  - a. Identifikasi Data
    - 1) Sejarah Postmodernisme
    - 2) Kode-kode Estetik Postmodernisme
    - 3) Pluralisme dan Relativisme
    - 4) Dekonstruksi
    - 5) Bricolage
    - 6) Budaya Populer
    - 7) Seniman Postmodern dan Budaya Populer
    - 8) Seni Rupa Postmodern di Indonesia
    - 9) Internet
    - 10) Postmodernisme dengan Internet dan Budaya Populer di Indonesia
    - 11) Komunikasi Propaganda
    - 12) Infografis
    - 13) Motion Graphic
  - b. Analisis Data
    - 1) Analisis 5W+1H
    - 2) Kesimpulan Analisis
3. KONSEP PERANCANGAN
  - a. Konsep Kreatif
    - 1) Strategi Kreatif
    - 2) Judul
    - 3) Isi
    - 4) Sinopsis
  - b. Pemilihan Media Utama
  - c. Konsep Media Utama
  - d. Storyline
  - e. Pemilihan Media Pendukung
  - f. Konsep Media
    - 1) Seleksi media
    - 2) Format



- 3) Program media
- g. Konsep Visual
  - 1) Gaya disain
  - 2) Ilustrasi
  - 3) Warna
  - 4) Tipografi
- 4. VISUALISASI
  - a. Data Visual
    - 1) Opening part
    - 2) Part 1; tokoh-tokoh postmodern
    - 3) Part 2; kode-kode estetik postmodernisme
    - 4) Part 3; praktik postmodernisme
  - b. STUDI VISUAL
    - 1) Studi Tipografi
    - 2) Sketsa Background Judul dan Pembuka Part
    - 3) Infografis
    - 4) Studi Warna
  - c. STORYBOARD
    - 1) Part 1; Postmodern dan Tokoh-Tokohnya
    - 2) Part 2; Kode-Kode Estetik Postmodernisme
    - 3) Part 3; Praktik Postmodernisme; Internet dan Budaya Populer
  - d. Final Karya



## I. Skematika Perancangan

