

PERANCANGAN ILUSTRASI DIGITAL “TOKOH WANITA DALAM MASALAH RASISME DAN SEKSISME” DARI *BRAND* 2MADISON AVENUE

Oleh:

Okki Sugiharto Petrus¹

*Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain dan Seni Kreatif
Universitas Mercu Buana
sugiharto.okkie@gmail.com*

Fachmi Khadam Haeril²

*Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain dan Seni Kreatif
Universitas Mercu Buana
Fachmi.khadam@mercubuana.ac.id*

ABSTRAK

“2madison Avenue” adalah *brand* fashion yang menggunakan ilustrasi digital sebagai strategi media penyampaian pesan dan juga sebagai daya tarik visual untuk mengangkat serta upaya meningkatkan minat masyarakat terhadap perkembangan karya seni dan sejarah dunia, khususnya pada kaum muda. Permasalahan yang sedang terjadi di tengah masyarakat juga sering kali dikemas secara utuh dalam balutan desain fashion. Tujuan utama perancangan ilustrasi digital “Tokoh Wanita dalam Masalah *Rasisme* dan *Seksisme*” ini sebagai media komunikasi dan kampanye yang dikemas dengan cara memvisualisasikan masalah rasisme dan seksisme yang terjadi di tengah masyarakat menjadi sebuah ilustrasi. Diharapkan karya ilustrasi ini dapat sesuai target yang ingin dituju untuk mengangkat minat masyarakat terhadap produk lokal, juga sebagai kampanye untuk memberi kesadaran kepada masyarakat dengan adanya perbedaan. Dan mengingatkan kembali nilai-nilai kemanusiaan yang ada tanpa rasisme.

Kata Kunci: *Ilustrasi, Visual, Fashion, Rasisme, Seksisme*

ABSTRACT

“2madison Avenue” is a fashion brand that uses digital illustrations as a media strategy for delivering messages and also as a visual attraction to lift and increase public interest in the development of art and global history, especially among young people. The problems that are happening in the community are also often packaged in their entirety in fashion designs. The main purpose of designing this digital illustration of “Women's Figures in the Problem of Racism and Sexism” this as a communication and campaign media that is packaged by visualizing the problems of Racism and Sexism that occur in the community into an illustration. It is hoped that this illustrative work can match the intended target to raise public interest in local products, as well as a campaign to raise awareness to the public about differences. And to remind people of existing human values without racism.

Keywords: *Illustration, Visual, Fashion, Racism, Sexism*

Copyright © 2021 Universitas Mercu Buana. All right reserved

Received: September 20th, 2021

Revised: October 7th, 2021

Accepted: November 29th, 2021

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Dunia *clothing* tumbuh dengan pesat, seiring dengan berkembang pesatnya mode

berpakaian pada jaman sekarang, masyarakat terutama kaum muda berusaha untuk tidak ketinggalan jaman dalam hal berpakaian dengan mengikuti mode yang sedang menjadi

trend. Mereka seringkali mencoba untuk menjadi *trend setter*, dengan berpakaian unik dan kreatif. Namun, minat pada produk lokal sangat menurun. Hal ini dikarenakan minat terhadap produk dari luar yang lebih tinggi. Fashion saat ini merupakan salah satu sektor industri kreatif dan berbisnis dunia, termasuk Indonesia dimana fashion memberikan kontribusi besar bagi pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

Dunia *clothing* semakin meramaikan laju perkembangan industri kreatif di Indonesia. Kekuatan utama industri kreatif adalah keunikan tema dan desain produk. Penulis akhirnya memilih *brand* 2Madison Avenue, pemilihan *brand* lokal dimaksudkan untuk mengangkat produk lokal di Indonesia. Adapun beberapa referensi *brand* clothing dunia seperti Uniqlo yang berasal dari Jepang, dan Obey yang berasal dari Amerika, serta ada pula *brand* lokal *Culture Hero* yang mengusung tema ilustrasi budaya lokal dalam koleksinya. 2Madison Avenue dipilih karena *brand* tersebut memiliki keunikan dalam tema desain ilustrasi dalam produknya, serta selalu mengangkat isu-isu untuk lebih mencintai alam, bumi dan kemanusiaan, kepedulian terhadap karya seni dan ilustrasi agar masyarakat lebih membuka penglihatan dan lebih menerima keberadaan akan seni dan ilustrasi. serta kesadaran masyarakat agar lebih mencintai alam. 2Madison Avenue merupakan industri kreatif dan fashion yang memposisikan diri sebagai sebuah *brand*

dengan tujuan untuk mengakomodasi kebutuhan dan permintaan publik atas produk lokal yang tak kalah menarik. Keunikan ilustrasi produk 2Madison Avenue terletak pada gaya penyajian dan tema yang di angkat, dengan penggunaan tokoh-tokoh baik yang terlibat dalam dunia seni dan desain serta tokoh yang berpengaruh di dunia, dalam motif karya seni yang khas. Dari situ penulis ingin merancang sebuah ilustrasi yang mengangkat tema yang berhubungan dengan masalah “Rasisme Dan Seksisme” yang terjadi dalam masyarakat. Ditambah dengan penerapan unsur- unsur budaya lokal di dalam perancangan ini, sekaligus sebagai kampanye akan kesadaran diri tanpa *rasisme* terhadap perbedaan yang terjadi di dalam kehidupan umat manusia. Perancangan ini juga di buat bertujuan untuk memberi tahu kepada khalayak luas bahwa tak perlu malu dengan perbedaan yang ada, dari data yang ada bahkan dapat kita lihat beberapa tokoh wanita yang benar-benar wanita pertama di dunia yang melakukan profesi yang tidak biasa di lakukan oleh wanita.

2. Pertanyaan Perancangan

Media komunikasi visual dan kampanye yang dikemas dengan cara memvisualisasikan masalah *rasisme* yang terjadi menjadi sebuah ilustrasi. Agar dapat memberi kesadaran kepada masyarakat dengan adanya perbedaan, dan mengingatkan kembali nilai-nilai kemanusiaan yang ada tanpa *rasisme*. Serta suatu gagasan yang bertujuan untuk

meningkatkan minat terhadap produk lokal pada masyarakat, khususnya pada fashion.

3. Orisinilitas

Perancangan ilustrasi digital “Tokoh Wanita Dalam Masalah Rasisme Dan Seksisme” merupakan perancangan karya ilustrasi digital bergaya realis, gaya penyajiannya yang cenderung tidak kaku dan lebih diutamakan kombinasi dengan gaya modern dan bersifat subyektif-imaginatif. Penggunaan objek utama seorang wanita yang sangat identik dengan balutan kostum tradisional dan sangat kental dengan budaya lokal. Sosok wanita digambarkan sebagai simbol kecantikan kelembutan namun penuh keberanian, perbedaan, keindahan dan lebih mengutamakan perasaan ditengah masalah rasisme dan seksisme.

4. Tujuan dan Manfaat

1) Tujuan

Kampanye yang dikemas dengan cara memvisualisasikan masalah *rasisme* yang terjadi menjadi sebuah ilustrasi. Agar dapat memberi kesadaran kepada masyarakat dengan adanya perbedaan, dan mengingatkan kembali nilai-nilai kemanusiaan yang ada tanpa rasisme.

2) Manfaat

Perancangan ini keseluruhan ialah sebagai media informasi yang bertujuan untuk mengangkat kesadaran dimasyarakat mengenai isu yang dibawa dan juga memanfaatkan peran ilmu desain komunikasi

visual untuk memberikan informasi dan edukasi yang positif.

B. KONSEP PERANCANGAN

1. Kajian Sumber Perancangan

Perancangan ilustrasi “Tokoh Wanita dalam Masalah Rasisme dan Seksisme” ini merupakan suatu perancangan ilustrasi yang bertujuan sebagai media komunikasi visual dan kampanye yang dikemas dengan cara memvisualisasikan masalah *rasisme* yang terjadi menjadi sebuah ilustrasi yang dapat di aplikasikan pada media fashion agar dapat memberi kesadaran kepada masyarakat dengan adanya perbedaan, dan mengingatkan kembali nilai-nilai kemanusiaan yang ada tanpa rasisme. Serta suatu gagasan yang bertujuan untuk meningkatkan minat terhadap produk lokal pada masyarakat

2. Landasan Perancangan

Logika dasar perancangan ini berdasar dari target audiens yang dituju, yakni masyarakat kalangan muda yang memiliki ketertarikan kepada ilustrasi dan *fashion* dan *trend* terkini. Gaya penyajian ilustrasi penulis kemas secara modern serta mengikuti *trend fashion* yang ada dengan mengangkat permasalahan yang sedang terjadi yaitu rasisme

3. Ide/Tema/Judul

Judul perancangan ini adalah “Tokoh Wanita dalam Masalah Rasisme dan Seksisme”. Tokoh wanita diadaptasi dari tokoh wanita dunia dengan perbedaan ras, dan wanita pertama yang melakukan profesi yang tidak biasa dilakukan oleh kaum

wanita, serta mengacu pada permasalahan gender dalam masalah seksisme pada masyarakat.

4. Konsep Perwujudan/Penggarapan

Dalam proses perancangan tugas akhir ini, penulis menggunakan beberapa keterampilan, diantaranya:

- a. Keterampilan dalam mengolah dan mempelajari data-data terkait menjadi sebuah ilustrasi.
- b. Keterampilan dalam menjalankan *software* yang digunakan dalam proses perancangan.
- c. Keterampilan mempresentasikan karya.

C. METODE/ PROSES PERANCANGAN

Dalam perancangan ilustrasi ini, penulis melewati beberapa tahapan, diantaranya adalah:

1. Perencanaan

Pada Tahap pertama melewati tahap perencanaan, dimana semua perencanaan akan mulai dipikirkan dan dipersiapkan seperti ide dan masalah yang ingin di buat, dan juga alat dan bahan yang di perlukan untuk perancangan karya.

2. Menentukan Masalah dan Ide

Pada proses ini penulis mencari masalah apa yang harus diselesaikan dengan penerapan prinsip dan ilmu desain komunikasi visual kemudian menentukan ide yang akan dijadikan objek dan akan diangkat dalam perancangan karya.

3. Mencari Data dan Referensi

Setelah menentukan masalah dan ide, penulis melakukan riset terkait data valid yang berhubungan dengan masalah dan ide yang telah ditentukan dalam perancangan karya. Pengumpulan data juga dilakukan dengan melihat beberapa referensi dengan media, tema dan topik terkait dengan perancangan karya Tugas Akhir sehingga dapat dijadikan sebagai data yang dapat mendukung proses perancangan konsep karya Tugas Akhir.

4. Proses Perancangan Karya

Pada tahap ini penulis menentukan konsep keseluruhan karya pada perancangan ini mulai dari pemilihan gaya penyajian yang meliputi teori-teori desain dan teknik perancangan, serta menentukan jadwal dan kebutuhan perancangan dari proses awal perancangan karya hingga pendistribusian pesan. Konsep karya terdiri dari:

- a. Konsep awal pembuatan sketsa ilustrasi
- b. Proses kedua adalah proses pembuatan ilustrasi dengan media digital
- c. Proses berikutnya adalah tahapan pewarnaan dan finishing karya
- d. Yang terakhir adalah proses editing

5. Tahap Pembuatan sketsa

Pada tahapan ini dimulai dengan pembuatan setsa kasar. Pada tahap ini, penulis juga akan mempersiapkan kebutuhan desain ilustrasi yang akan digunakan untuk media pendukung seperti (poster,brosur dll)

6. Tahap Finishing karya

Pada proses finishing dilakukan sesuai dengan perencanaan yang telah ditentukan sebelumnya, pada proses produksi dan sketsa awal. Proses ini akan dilakukan kurang lebih 3 minggu sesuai dengan jadwal dan kebutuhan perancangan. Dengan menerapkan teori dan teknik dasar yang mendukung proses perancangan ilustrasi.

7. Pengujian Karya

Pada tahap uji kelayakan karya ini, penulis melakukan perbaikan berupa (revisi karya) yang sudah diberikan sebagai kritik dan saran dari dosen penguji serta pembimbing terhadap karya ilustrasi yang telah dirancang sebelum melakukan realisasi karya agar sesuai dengan tujuan yang diharapkan pada perancangan karya Tugas Akhir.

8. Realisasi Karya Ilustrasi

Setelah karya melewati tahap uji kelayakan, penulis kemudian melakukan realisasi karya ilustrasi, yang merupakan tahap akhir dari proses perancangan karya sebelum didistribusikan melalui platform digital yang ditentukan sebelumnya.

9. Display Pameran Karya Ilustrasi

Setelah realisasi karya dilakukan, selanjutnya penulis melakukan distribusi karya melalui platform digital seperti Instagram, Whatsapp, Facebook dan platform digital lainnya untuk menyebarkan informasi kepada target audiens dengan melakukan promosi yang menarik, serta mengajak audiens untuk membagikan dan menyebarkan informasi

tersebut melalui media sosial pribadi. Selain itu akan dilakukan Pameran virtual sekaligus diskusi daring bersama, agar bisa secara langsung berinteraksi dan mendapatkan kesan serta tanggapan dari target audiens terkait perancangan yang sudah dipamerkan secara virtual.

D. ULASAN KARYA DESAIN

Perancangan ilustrasi “Tokoh Wanita dalam Masalah Rasisme dan Seksisme” ini merupakan suatu perancangan ilustrasi yang bertujuan sebagai media komunikasi visual dan kampanye yang dikemas dengan cara memvisualisasikan masalah rasisme yang terjadi menjadi sebuah ilustrasi yang dapat di aplikasikan pada media fashion agar dapat memberi kesadaran kepada masyarakat dengan adanya perbedaan, dan mengingatkan kembali nilai-nilai kemanusiaan yang ada tanpa rasisme. Serta suatu gagasan yang bertujuan untuk meningkatkan minat terhadap produk lokal pada masyarakat.

E. KESIMPULAN

1. Kesimpulan

Cara kerja pada ilustrasi digital ini adalah media komunikasi visual yang dapat diaplikasikan pada media fashion. Yang nantinya dapat di aplikasikan ke berbagai jenis fashion yang ada, cara kerja ini untuk mempermudah penyampaian pesan yang terkandung didalamnya, melalui media fashion.

Ilustrasi ini nantinya akan dipromosikan melalui *website* dan juga media sosial

seperti instagram, twitter, facebook, dan grup Whatsapp agar semakin dekat dengan dunia digital yang saat ini biasa digunakan oleh kalangan muda berusia 18-35 tahun untuk bersosialisasi dengan masyarakat sekitar.



Visual ilustrasi yang digunakan dan diimplementasikan pada media fashion sebagai media komunikasi penyampaian pesan untuk kesadaran pada masyarakat akan nilai-nilai kemanusiaan, dengan penggambaran tiap tokoh wanita yang memiliki perbedaan satu sama lain. Tokoh wanita diadaptasi dari tokoh wanita dunia dengan perbedaan ras, dan wanita pertama yang melakukan profesi yang tidak biasa dilakukan oleh kaum wanita, serta mengacu pada permasalahan gender dalam masalah seksisme pada masyarakat. Tokoh dunia di pilih dalam perancangan ini karena masalah rasisme dan seksisme yang meluas mencakup semua wilayah di seluruh dunia, pengenalan tokoh dan juga untuk menggabungkan unsur sejarah dunia dan budaya lokal menjadi satu konsep ilustrasi yang utuh. Sentuhan unsur budaya lokal terletak pada kostum yang dikenakan oleh tokoh wanita dalam ilustrasi. Pakaian adat yang berasal dari Papua, Dayak,

dan Padang mewakili penerapan- penerapan unsur budaya dalam ilustrasi ini. Sentuhan suasana alam diposisikan sebagai tempat yang sama dari ketiga ilustrasi yang sedang mencari ketenangan dari suasana perkotaan, ketika sore hari menjelang petang yang menggambarkan suasana tenang dan damai. Penggunaan warna hijau yang memiliki arti segar, muda, hidup, subur dan alami. Warna merah yang memiliki arti gairah, berani dan enerjik. Abu-Abu yang memiliki arti ketenangan dan keragu-raguan. Kuning yang memiliki arti kegembiraan, kemenangan dan hangat. Coklat yang memiliki arti kebijaksanaan, kehormatan, arif dan sopan. Penggunaan Tipografi sebagai *Headline*/judul pada ilustrasi, sedangkan penggunaan aksesoris tumbuhan di bagian kepala diartikan sebagai mahkota dan merupakan ciri khas dan identitas dari ilustrasi ini.

2. Saran

Masalah rasisme dan seksisme yang meluas ditengah masyarakat yang merupakan diskriminasi rasial sebuah masalah yang besar di dunia dan juga di Indonesia. Penulis berharap masyarakat agar dapat terbuka kesadarannya dengan adanya perbedaan ras dan gender, dan mengingatkan kembali kepada sesama akan nilai-nilai kemanusiaan yang ada tanpa rasisme, serta mendukung, memajukan dan menghargai karya ilustrasi dan juga produk lokal, khususnya *fashion*.

F. DAFTAR PUSTAKA

Artgrindcore_666. (2011, November 25). "Perspektif Dalam Dunia Seni Rupa".

- Diambil dari:
<http://alixbumiartyou.blogspot.com/2011/11/perspektif-dalam-dunia-seni-rupa.html>
- Bahankain. (2019). "Sejarah Perkembangan Fashion Di Dunia". Dalam BahanKain.com, 13 Februari 2019. Yogyakarta. Diperoleh dari:
<https://www.bahankain.com/2019/02/14/sejarah-perkembangan-fashion-di-dunia-6664>
- Dameria, A. (2007). *Color Basic Panduan Dasar Warna untuk Desainer dan Industri Grafika*. Indonesia: Link and Match Graphic.
- Hico. (2016). "10 Arti Warna dalam Psikologi Warna, Terpopuler Menurut para Ahli". Dalam Goodminds.id, 10 November 2016. Diambil dari:
<https://goodminds.id/arti-warna/>
- Lunch, C. (2017). "Membuat Fashion Lebih Hidup: 4 Fashion Illustrator Yang Perlu Kamu Tahu". Dalam Moselo, 10 November 2017. Diperoleh dari:
<https://journal.moselo.com/membuat-fashion-lebih-hidup-4-fashion-illustrator-yang-perlu-tahu-7faacc7bdc3>
- Meilani, M. (2013). Teori Warna: Penerapan Lingkaran Warna dalam Berbusana. *Humaniora*, 4(1), 326-338.
DOI:<https://doi.org/10.21512/humaniora.v4i1.3443>
- Muntoha. (2015). *Dasar-Dasar Menggambar Ilustrasi*. Surabaya: Jepe Press Media Utama
- Nugroho, E. (2008). *Pengenalan Teori Warna*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Que, S. R. (2010). Black Feminist Spirit Against Racism And Sexism As Reflected In Sula. *Prosodi*, 4 (1).
DOI:<https://doi.org/10.21107/prosodi.v4i1.88>
- Rustan, S. (2008). *Layout Dasar & Penerapannya*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sanyoto, S. E. (2009). *Nirmana Elemen-elemen Seni dan Desain*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Sihombing, Y. P. (2016). Isu Seksisme Komunikasi Visual Dalam Bingkai Semiotika (Studi Kasus Pada Iklan United Nation Woman). *Jurnal Inovasi*, 10 (1). 45-58.
- Susanto, M. (2002). *Diksi Rupa Kumpulan Istilah Seni Rupa*. Yogyakarta: Kanisius.
- Witabora, J. (2012). Peran dan Perkembangan Ilustrasi. *Humaniora*, 3 (2), 659-667.
DOI:<https://doi.org/10.21512/humaniora.v3i2.3410>

G. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih saya sampaikan kepada semua orang yang membantu saya dalam mengerjakan Tugas Akhir ini. Ibu Rika Hindraruminggar, S.Sn., M.Sn., selaku Koordinator. Kepada Bapak. Fachmi Khadam Haeril, S.Pd, M.Pd selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir. Keluarga saya, terutama orangtua saya yang senantiasa dan selalu memberi dukungan dalam doa di setiap perkuliahan yang saya jalani. Menyemangati dan menemani saya dalam proses pengerjaan Tugas Akhir. Rekan – rekan di jurusan DKV Universitas Mercu Buana Jakarta angkatan 2017 yang telah banyak membantu dan menemani dalam pengerjaan laporan riset ini.

