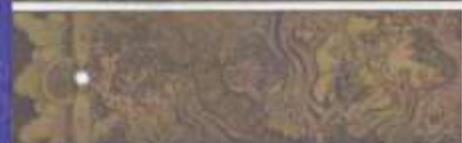
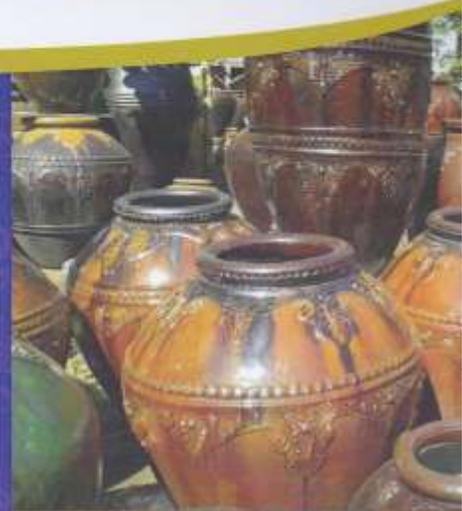
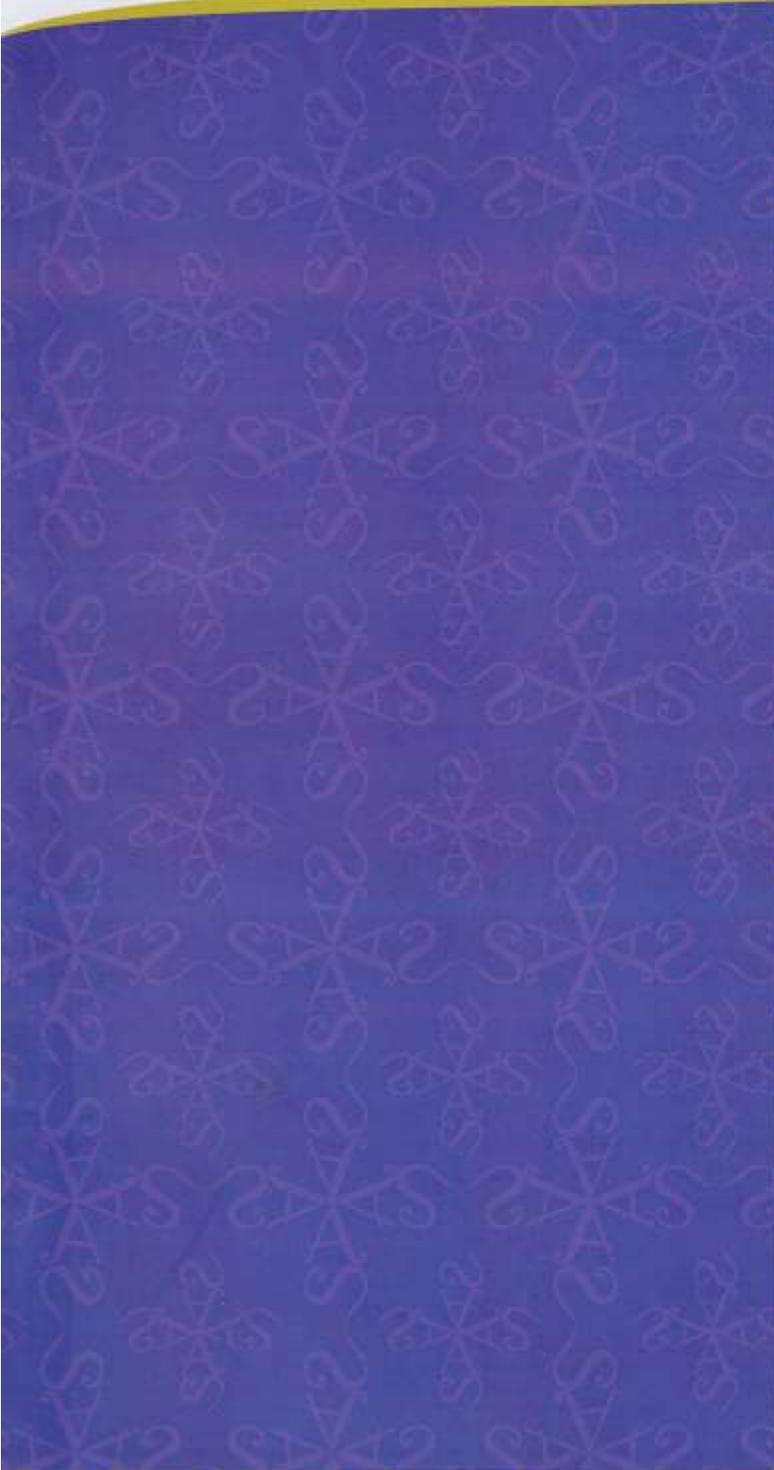
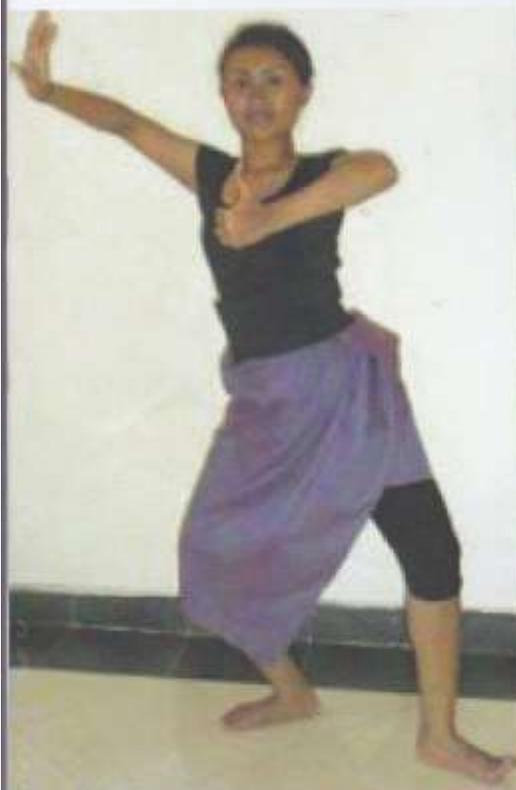




# SEGARA WIDYA

JURNAL HASIL - HASIL PENELITIAN INSTITUT SENI INDONESIA DENPASAR





Diterbitkan oleh  
LEMBGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN  
KEPADA MASYARAKAT (LPPM)  
INSTITUT SENI INDONESIA DENPASAR  
Jl. Nusa Indah Denpasar  
T. (0361) 227316, Fax (0361) 236100  
email : lp2misidps@yahoo.com



# **"SEGARA WIDYA"**

---

**JURNAL HASIL-HASIL PENELITIAN  
INSTITUT SENI INDONESIA DENPASAR**

ISSN: 2354-7154,  
Volume 3, Nomor 1,  
November 2015

**LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT  
INSTITUT SENI INDONESIA DENPASAR**

## **JURNAL "SEGARA WIDYA"**

Diterbitkan oleh

**LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT  
INSTITUT SENI INDONESIA DENPASAR**

ISSN: 2354-7154, Volume 3, Nomor 1, November 2015

---

### **Pengarah**

Dr. I Gede Arya Sugiarta, SSKar, M.Hum.  
(Rektor ISI Denpasar)  
Prof. Dr. I Nyoman Artayasa, M.Kes.  
(PR I ISI Denpasar)

### **Penanggungjawab**

Dr. Drs. I Gusti Ngurah Ardana, M.Erg.  
(Ketua LPPM ISI Denpasar)

### **Redaktur**

Drs. I Wayan Mudra, M.Sn.

### **Dewan Redaksi**

Prof. Dr. I Wayan Dibia, S.ST, M.A. (ISI Denpasar)  
Prof. Dr. A.A.I.N. Marheni, M.A. (Undiksha)  
Prof. Dr. Ir. I Ketut Satriawan, M.T. (Unud)  
Dr. I Komang Sudirga, S.Sn, M.Hum. (ISI Denpasar)  
Dr. Drs. I Gede Mugi Raharja, M.Sn. (ISI Denpasar)  
Drs. I Gusti Ngurah Seramasara, M.Hum. (ISI Denpasar)

### **Penyunting Bahasa**

Ni Putu Tisna Andayani, S.S., M.Hum (Bahasa Inggris)  
Ni Ketut Dewi Yulianti, S.S., M.Hum (Bahasa Inggris)  
Ni Kadek Dwiyani, SS, M.Hum (Bahasa Indonesia)

### **Desain Cover**

Ida Bagus Trinawindu, S.Sn, M.Si.  
Ni Luh Desi Indiana Sari, S.Sn, M.Sn.

### **Tata Usaha dan Sirkulasi**

Drs. I Ketut Sudiana.  
I Gusti Ngurah Putu Ardika, S.Sos.  
I Putu Agus Junianto, ST.  
I Wayan Winata Astawa.  
I Made Parwata.

# JURNAL "SEGARA WIDYA"

Diterbitkan oleh

LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT  
INSTITUT SENI INDONESIA DENPASAR

ISSN: 2354-7154, Volume 3, Nomor 1, November 2015

## PETUNJUK PENULISAN ARTIKEL

Jurnal "SEGARA WIDYA" adalah publikasi ilmiah khusus hasil-hasil penelitian dibidang seni pertunjukan, seni rupa dan desain. Naskah yang diterbitkan adalah hasil penelitian yang belum pernah dipublikasikan pada jurnal lain. Naskah yang dikirim harus ditulis mengikuti format berikut:

- 1 Naskah ditulis dalam bahasa Indonesia dengan menggunakan *MS Word* pada kertas A4. Jenis huruf *Times New Roman*, besar huruf 11 kecuali judul 12, keterangan gambar dan tabel 10, jarak spasi 1.
- 2 Margin batas atas 2,5 cm, bawah 2,5 cm, tepi kiri 3 cm dan kanan 2,5 cm
- 3 Naskah yang dikirim maksimal 12 halaman dengan.
- 4 Penyajian naskah memakai sistem 2 kolom kecuali judul dan abstrak (1 kolom).
- 5 Kerangka tulisan ditulis berurutan sebagai berikut:

**JUDUL** (ukuran huruf 12, maksimal 12 kata mencerminkan inti tulisan)

Nama peneliti (tanpa gelar)

Nama Program Studi, fakultas dan institusi.

Email peneliti (ketua). Jika

Jika penulis lebih dari satu orang, nama penulis kedua dan selanjutnya ditulis di belakang nama penulis pertama

**Abstrak** dalam bahasa Indonesia maksimal 200 kata disertai kata kunci maksimal 3-5 kata ditulis miring, abstrak juga ditulis dalam bahasa Inggris yang benar (bukan terjemahan dari *google*) dan dicetak miring. Abstrak berisi uraian tujuan penelitian, metode penelitian dan hasil penelitian.

**PENDAHULUAN** (uraianya berisi latar belakang penelitian, perumusan masalah, teori, hipotesis.

**METODE PENELITIAN** (berisi uraian waktu dan tempat, bahan/cara pengumpulan data, dan metode analisis data).

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**SIMPULAN**

**DAFTAR PUSTAKA**

- 6 Judul pendahuluan, metode penelitian, hasil dan pembahasan, simpulan dan daftar pustaka diketik dengan huruf *capital* tebal (*bold*).
- 7 Jika menggunakan bahasa daerah atau bahasa Inggris, ditulis dengan huruf miring.
- 8 Penulisan Daftar Pustaka memakai "*harvard style*" disusun menurut abjad nama penulis tanpa nomer urut. Sumber dari buku: nama pokok dan inisial pengarang, tahun terbit, judul, jilid, edisi, tempat terbit dan nama penerbit. Pustaka dari internet penulisannya mengikuti pola nama pokok penulis dan inisial, tahun, judul, url web, (tanggal diakses) dan pustaka dari jurnal. Contoh :  
Purand, Michael. 1996. *Cultural Tourism and Touristic Culture*. Singapore: Archipelago Press.  
Putra, Gusti. 2013. Jika Tak Ada Ornamen Bali, Bandara Ngurah Rai Akan Dibongkar.  
<http://popbali.com> (diakses 1 Agustus 2014).  
Ngarah, Anak Agung. 2011. "Desain Produk pada Era Globalisasi". *Jurnal Mudra*. No.2. Vol.26: 171-179.
- 9 Redaktur: editor/penyunting mempunyai kewenangan mengedit dan mengatur pelaksanaan penerbitan sesuai format jurnal "SEGARA WIDYA"
- 10 Naskah yang dikirim tidak sesuai petunjuk penulisan jurnal ini tidak akan dipertimbangkan untuk diterbitkan.
- 11 Naskah dapat dikirim langsung ke LP2M ISI Denpasar Jalan Nusa Indah Denpasar atau dapat menghubungi Redaktur Jurnal "SEGARA WIDYA" I Wayan Mudra pada 082340095766, Email: [wayanmudra@gmail.com](mailto:wayanmudra@gmail.com)

## JURNAL "SEGARA WIDYA"

Diterbitkan oleh

LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT  
INSTITUT SENI INDONESIA DENPASAR

ISSN: 2354-7154, Volume 3, Nomor 1, November 2015

---

### DAFTAR ISI

1. FENOMENA REPRODUKSI KERAJINAN GERABAH SERANG BANTEN DI BALI. I Wayan Mudra, Ni Made Rai Sunarini
2. IDENTIFIKASI KESENIAN ETNIS SASAK, ETNIS BALI DAN SENI AKULTURASI DI KOTA MATARAM. Ida Ayu Trisnawati, I Gusti Lanang Oka Ardika, I Nyoman Kariasa
3. PELESTARIAN *PRASI* DENGAN TEKNOLOGI DIGITAL. Ida Bagus Kt. Trinawindu, Cok Alit Artawan, I Wayan Agus Eka Cahyadi
4. INDUSTRIALISASI MUSIK POP BALI: IDEOLOGI, KEPENTINGAN, DAN PRAKTIKNYA. Ni Wayan Ardini
5. REVITALISASI TARI JANGER LANSIA DI KELURAHAN TONJA DENPASAR. Ni Made Ruastiti, I Wayan Suharta, Ni Nyoman Manik Suryani
6. REVITALISASI MUSIK TRADISIONAL PROSESI ADAT SASAK SEBAGAI IDENTITAS BUDAYA SASAK. I Gede Yudarta, I Nyoman Pasek
7. APLIKASI PRINSIP-PRINSIP DESAIN PADA TAMPAK DEPAN HOTEL. I Made Jayadi Waisnawa dan Toddy Hendrawan Yupardhi
8. PENGEMBANGAN VCD/DVD DALAM PEMBELAJARAN SENI BUDAYA TARI JARAN TEJI PADA SISWA SMA NEGERI 8 DENPASAR. Ni Wayan Iriani, Ni Wayan Mudiasih
9. DESAIN INTERIOR *MICROTEACHING* BERBASIS ERGONOMI. Ida Ayu Kade Sri Sukmadewi, I Dewa Ayu Sri Suasmini, Ni Luh Desi In Diana Sari
10. GENGONG DALAM KARAWITAN BALI: SEBUAH KAJIAN ETNOMUSIKOLOGI. I Gde Made Indra Sadguna, I Wayan Sutirtha
11. STUDI AKSESIBILITAS FASILITAS PUBLIK HALTE TRANS SARBAGITA TERHADAP PENYANDANG DISABILITAS. Toddy Hendrawan Yupardhi, I Made Jayadi Waisnawa
12. SENI PENERJEMAHAN WAYANG INOVASI BERBAHASA INGGRIS DI SWASTI ECO COTTAGES, UBUD, GIANYAR. Ni Putu Tisna

13.	REPRESENTASI NILAI-NILAI BUDAYA BALI DALAM FILM <i>EAT PRAY LOVE</i> . Alit Kumala Dewi, Arya Pageh Wibawa	467
14.	STUDI STRUKTUR DAN KONSTRUKSI PADA KERAJINAN MEBEL BAMBUS DI DESA BELEGA, GIANYAR, BALI. I Nyoman Adi Tiaga, I Kadek Dwi Noorwatha.	477
15.	KARTUN SEBAGAI ELEMEN VISUAL MEDIA PEMBELAJARAN LAJU LINTAS DITLANTAS POLDA BALI. Cokorda Alit Artawan, Ni Ketut Rini Astuti	485
16.	UNGKAPAN ESTETIS SISTEM KONSTRUKSI PADA INTERIOR BANGUNAN TRADISIONAL BALI. Cok Gd Rai Padmanaba, Made Pande Artadi, Nyoman Adi Tiaga	484
17.	IDENTITAS BUDAYA LOKAL PADA UNSUR VISUAL DESAIN POSTER KELUARGA BERENCANA BKKBN PROVINSI BALI. Ni Ketut Pande Sarjani, Eldiana Tri Narulita	500
18.	MEMBACA BAHASA RUPA ILUSTRASI <i>PALELINTANGAN</i> DI BALE KANGBANG TAMAN GILI KLUNGKUNG. I Wayan Agus Eka Cahyadi, Cok Alit Artawan	509
19.	EKSISTENSI ILUSTRASI KAOS BERTEMA BALI DI KOTA DENPASAR. Eldiana Tri Narulita, Ni Ketut Pande Sarjani	517
20.	TERPURUKNYA SENI KERAJINAN DI KABUPATEN GIANYAR BALI PADA PASAR GLOBAL. I Wayan Suardana, Ni Kadek Karuni, I Ketut Buda	523
21.	DINAMIKA SENI PATUNG ABIANSEMAL BADUNG UTARA SEBAGAI OBYEK WISATA. I Ketut Buda, I Made Radiawan	529
22.	JEJAK KARAWITAN DALAM KAKAWIN ARJUNA WIWAHA: KAITAN BENTUK, FUNGSI, DAN MAKNA. Komang Sudirga, Dyah Kusriyanti, Hendra Santosa	535
23.	PROTOTIPE GAMELAN SISTEM SEPULUH NADA DALAM SATU GEMBYANG. Hendra Santosa, Saptono, I Ketut Sudhana	545
24.	TEKS BAHASA BALI PADA DESAIN <i>T-SHIRT</i> (ANALISIS WACANA) Ida Ayu Dwita Krisna Ari <sup>1</sup> , Cok Istri Puspawati Nindhia <sup>2</sup>	552
25.	STYLE BALI DALAM FOTO <i>PREWEDDING</i> . Cokorda Istri Puspawati Nindhia, Ida Ayu Dwita Krisna Ari	557
26.	INOVASI KERAJINAN PERHIASAN MELALUI PEMANFAATAN LIMBAH KUNINGAN DI DESA CELUK, SUKAWATI, GIANYAR, BALI. I Ketut Sida Arsa, I Nyoman Laba	563

**IDENTITAS BUDAYA LOKAL PADA UNSUR VISUAL DESAIN  
POSTER KELUARGA BERENCANA  
BKKBN PROVINSI BALI**



**OLEH:**

**Ketua : Ni Ketut Pande Sarjani**

**NIDN: 0012078003**

**pandesarjani@gmail.com**

**Anggota : Eldiana Tri Narulita, S.Sn, M.Sn**

**NIDN: 0014098401**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN  
INSTITUT SENI INDONESIA (ISI) DENPASAR**

2015

## RINGKASAN

Sebagai wujud pelestarian budaya, penggunaan identitas budaya Bali dilakukan di berbagai sektor, mulai dari arsitektur, tempat-tempat wisata, sampai pada media iklan. Salah satu media kampanye yang menerapkan identitas budaya lokal adalah poster Keluarga Berencana dan Keluarga Sejahtera BKKBN Provinsi Bali. Poster adalah media kampanye yang dipilih BKKBN untuk mensosialisasikan semua program-programnya. Namun poster yang dibuat tidak menerapkan kriteria desain dan prinsip-prinsip desain, tentu saja hal ini dapat mempengaruhi keefektifan kegiatan kampanye. Untuk itu menarik sekali jika dibahas mengenai identitas budaya lokal beserta penerapan prinsip-prinsip desain dan kriteria desain pada desain poster Keluarga Berencana dan Keluarga Sejahtera BKKBN Provinsi Bali. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan identitas budaya lokal, prinsip-prinsip desain dan kriteria desain pada poster KB pada BKKBN Provinsi Bali

Untuk mencapai tujuan penelitian ini, maka digunakan teori semiotika untuk mencari tanda-tanda budaya yang ditampilkan poster, teori estetika untuk mencari nilai estetis yang diterapkan dari poster ini dan teori desain komunikasi visual untuk membedah penerapan kriteria desainnya. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif.

Pada desain poster yang dibuat BKKBN, identitas budaya lokal diterapkan pada ilustrasi dan teksnya. Prinsip-prinsip desain yang semestinya diterapkan agar poster memiliki nilai estetis diabaikan, begitu juga kriteria desain yang semestinya diterapkan untuk efektifitas jalannya kampanye juga diabaikan, hanya 2 kriteria desain saja yang terpenuhi dari 10 kriteria desain yang ada yaitu *surprise* dan kreatif.

**Kata kunci** : *Identitas Budaya Lokal, Unsur-unsur Visual, Poster Keluarga Berencana, BKKBN Provinsi Bali*

## PENDAHULUAN

Bali merupakan daerah yang memiliki keindahan alam dan budaya yang unik. Keunikan budaya ini dapat dilihat dari berbagai upacara, adat-istiadat, tari-tarian, dan sebagainya. Dari keunikan-keunikan ini kemudian tercipta beberapa ikon Bali yang akhirnya digunakan sebagai identitas Bali, seperti penjor, bunga *jepun*, kain poleng, pakaian adat, terasering, *sunset*, meru, ukir-ukiran, dan beberapa objek wisata seperti Tanah Lot dan Uluwatu. Sebagai wujud pelestarian budaya, identitas budaya lokal ini digunakan di berbagai sektor, dari arsitektur bangunan rumah tinggal, tempat-tempat wisata, Bandar udara, sampai pada media iklan. Selain sebagai wujud pelestarian budaya, penggunaan Identitas Budaya Lokal pada media iklan juga kini banyak digunakan sebagai elemen estetis sehingga dapat memberikan daya tarik pada iklan tersebut. Belakangan ini penggunaan identitas budaya lokal juga telah digalakkan pemerintah pada media-media iklan yang sifatnya kampanye atau sosial untuk memberikan ciri khas suatu daerah.

Secara umum Iklan merupakan media yang digunakan untuk membujuk dan memotivasi seseorang agar membeli suatu produk maupun jasa, iklan sendiri dapat membantu membentuk citra perusahaan di masyarakat. Perkembangan iklan pun kini sangat marak dimasyarakat, maka dari itu iklan hadir dalam berbagai bentuk media, baik itu media lini atas maupun media lini bawah. Menurut Dunn dan Barban (1978) dalam Widyatama (2007: 15) , iklan adalah Bentuk

kegiatan komunikasi non personal yang disampaikan lewat media dengan membayar ruang yang dipakainya untuk menyampaikan pesan yang bersifat membujuk (persuasif) kepada konsumen oleh perusahaan, lembaga non-komersial, maupun pribadi yang berkepentingan.

Iklan yang bersifat komersial merupakan iklan yang mengkomunikasikan hal yang bersifat perdagangan yang sering disebut iklan komersial. Iklan yang bersifat non komersial adalah iklan yang mengkomunikasikan tentang hal-hal yang bersifat sosial yang sering disebut dengan iklan layanan masyarakat. Iklan layanan masyarakat merupakan bagian dari kampanye *social marketing* yang bertujuan “menjual” gagasan atau ide untuk kepentingan layanan masyarakat (Pujiyanto, 2013: 4). Menurutnya pula iklan layanan masyarakat (ILM) merupakan ajakan atau imbauan kepada masyarakat untuk melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan demi kepentingan umum melalui perubahan kebiasaan atau perilaku masyarakat yang tidak/kurang baik menjadi yang lebih baik. Iklan layanan masyarakat sifatnya sosial, bukan semata-mata mencari keuntungan (bisnis). Salah satu contoh dari ILM ini adalah poster Keluarga Berencana dan Sejahtera.

Keluarga Berencana yang disingkat dengan KB adalah salah satu program yang dicanangkan Badan Kesejahteraan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN). BKKBN sendiri merupakan lembaga pemerintah Non Departemen Indonesia yang bertugas melaksanakan tugas pemerintah di bidang keluarga berencana dan sejahtera. Dengan pertambahan jumlah penduduk yang meningkat tiap tahunnya sehingga sulit untuk dikendalikan maka BKKBN provinsi Bali membuat berbagai bentuk media kampanye seperti poster, brosur, folder, gravity, iklan TV dan mobil iklan. Dalam media poster yang dibuat, sebageian besar unsur visualnya menerapkan identitas budaya local Bali, seperti penggunaan busana adat Bali pada ilustrasi utama, penggunaan bunga *jepun* sebagai pemanis iklan, penggunaan ornamen-ornamen Bali, dan penggunaan foto Tugu Pahlawan Bajra Sandhi sebagai *background*. Namun penempatan identitas budaya local pada beberapa poster tidak menggunakan konsep yang baik, tidak menerapkan kriteria desain dan prinsip-prinsip desain sehingga identitas budaya lokal yang diterapkan tidak ada korelasi dengan aspek-aspek desain, akibatnya media kampanye yang dibuat kurang efektif dan tujuan kampanye pun tidak tercapai.

Dalam desain, konsep adalah dasar pemikiran strategis yang akan digunakan sebagai landasan pengambilan keputusan. Iklan difungsikan sebagai sarana untuk mengubah sebuah kondisi menjadi lebih baik dari kondisi sebelumnya. Selanjutnya, nilai desain yang baik dapat ditelusuri pada kriteria-kriteria yang diterapkan berdasarkan tujuan tersebut. Desain dapat dikatakan baik jika tercapainya tujuan desain tersebut dengan baik, dan pengukuran tercapainya tujuan desain tersebut adalah dipenuhinya kriteria-kriteria desain.

Menurut Djumaha dalam Pujiyanto (2013: 10) bahwa keberhasilan desain komunikasi khususnya Iklan Layanan Masyarakat (ILM) perlu didukung oleh hasil pengamatan atau penelitian dari berbagai sumber seperti penelitian tentang audiens, media, segmentasi dan sebagainya. Menurut Pujiyanto pula (2013: 9) bahwa agar Iklan Layanan Masyarakat (ILM) dapat diterima baik oleh masyarakat tentunya perlu konsep yang baik dan diperlukan pengetahuan yang luas, yaitu kemampuan mengkaji dan memilih data tentang audens dan tema yang hangat di masyarakat, serta ilmu yang berhubungan dengan kemanusiaan (antropologi, sosiologi, psikologi), ilmu komunikasi, pengetahuan bahasa (verbal dan visual), kemampuan merancang, dan mengatur elemen-elemen desain dalam karya ILM. Beranjak dari hal tersebut maka menarik sekali untuk di bahas mengenai “Identitas Budaya Lokal pada Unsur Visual Desain Poster Keluarga Berencana dan Keluarga Sejahtera BKKBN Provinsi Bali.

## RUMUSAN MASALAH

Dari latar belakang diatas maka permasalahan pokok yang menarik untuk dibahas adalah :

- a. Identitas budaya lokal apa saja yang terdapat pada unsur visual desain poster Keluarga Berencana dan Keluarga Sejahtera BKKBN Provinsi Bali ?
- b. Prinsip desain apa saja yang diterapkan pada unsur-unsur visual poster Keluarga Berencana dan Keluarga Sejahtera BKKBN Provinsi Bali ?
- c. Kriteria desain apa saja yang diterapkan pada poster Keluarga Berencana dan Keluarga Sejahtera BKKBN provinsi Bali.

## TEORI

### A. Teori Semiotika

Menurut Piliang (1998: 262) dalam Tinarbuko (2009: 11) semiotika berasal dari kata Yunani yaitu *semeion*, yang artinya tanda. Dalam pandangan Piliang, penjelajahan semiotika sebagai metode kajian dalam pelbagai cabang keilmuan ini dimungkinkan karena ada kecendrungan untuk memandang pelbagai wacana sosial sebagai fenomena bahasa. Dengan kata lain bahasa dijadikan model dalam pelbagai wacana sosial. Berdasarkan pandangan semiotika, bila seluruh praktik sosial dapat dianggap sebagai fenomena bahasa, semuanya dapat juga dipandang se sebagai tanda. Hal ini dimungkinkan karena luasnya pengertian tanda itu sendiri.

Penggunaan Teori Semiotika sebagai metode analisis tanda dalam penelitian ini bertujuan untuk mengkaji tanda verbal (teks) dan tanda visual (logo, ilustrasi, tipografi, warna dan layout) yang terdapat pada desain poster Keluarga Berencana BKKBN Provinsi Bali.

### B. Teori Estetika

Estetika sendiri merupakan suatu ilmu yang mempelajari segala sesuatu yang berkaitan dengan keindahan, mempelajari semua aspek dari apa yang disebut dengan indah (Djelantik, 1999: 9). Menurut Sadjiman (2010; 84) suatu karya dapat dikatakan memiliki nilai estetis apabila mengandung prinsip-prinsip dasar seni dan desain, seperti : irama, kesatuan (*unity*), dominasi (pusat perhatian), keseimbangan, proporsi, kesederhanaan, dan kejelasan.

Teori Estetika dibutuhkan untuk mengkaji prinsip-prinsip desain yang diterapkan poster Keluarga Berencana dan Sejahtera BKKBN Provinsi Bali.

### C. Teori Desain Komunikasi Visual

Teori Desain komunikasi Visual digunakan untuk membedah bagaimana desain poster yang baik berdasarkan kriteria desain.

## METODE PENELITIAN

### A. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama setahun dari bulan Januari hingga bulan Desember 2015. Lokasi penelitian di Kantor BKKBN Provinsi Bali dan di seluruh Rumah Sakit dan Puskesmas Denpasar.

### B. Pengumpulan Data

Data-data dikumpulkan dengan beberapa cara untuk memenuhi jenis data yang dibutuhkan. Terdapat beberapa metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini, antara lain:

#### **a. Observasi**

Merupakan metode pengumpulan data dengan jalan mengadakan pengamatan langsung di tempat penelitian secara sistematis. Observasi dalam penelitian ini dilakukan pada kantor Badan Koordinasi Keluarga Berencana Nasional Provinsi Bali di Jln. Raya Puputan Renon Denpasar dan seluruh Puskesmas dan Rumah Sakit yang ada di Denpasar.

#### **b. Wawancara**

Merupakan cara pengumpulan data dengan tanya jawab dan mengajukan pertanyaan secara langsung, sehingga hasil yang didapat berguna sebagai keterangan yang akan menyempurnakan hasil pengumpulan data. Dalam penelitian ini wawancara dilakukan pada Bapak I Made Arnawa sebagai Ka. Sub Bid Advokasi dan Komunikasi Informasi dan Edukatif BKKBN Provinsai Bali.

#### **c. Kepustakaan**

Merupakan dengan mempelajari buku-buku, majalah dan media massa lainnya yang erat kaitannya dengan obyek permasalahan, yang dalam hal ini berkaitan dengan iklan. Buku-buku yang digunakan sebagai refrensi adalah buku mengenai iklan Layanan masyarakat, semiotika, Desain Komunikasi Visual, estetika dan lain lain.

#### **d. Dokumentasi**

Merupakan metode mengumpulkan data dengan mencari data-data dari obyek permasalahan atau dokumen baik berupa gambar, foto, video dan sebagainya sebagai data fakta dan sebagai bukti untuk dipertanggung-jawabkan. Dalam hal ini yang menjadi obyek dalam pengambilan gambar adalah beberapa poster yang digunakan sebagai sampel penelitian.

#### **C. Metode Analisa Data**

Analisis data dilakukan secara diskriptif-kualitatif untuk mendapatkan sebuah hasil. Data yang dikumpulkan selanjutnya direduksi, diklasifikasikan, didisplay dan ditafsirkan kemudian disimpulkan (Kailan, 2005: 71). Hal ini dilakukan untuk dapat memberikan gambaran tentang kecendrungan data tersebut. Data yang diperoleh dilapangan, perpustakaan dianalisa secara terus menerus dan berkesinambungan sejak pengumpulan data dimulai sampai memasuki tahapan penulisan laporan (Sudikan, 2001: 106). Analisis tafsir yang lebih banyak akan dilakukan dengan pendekatan ilmu seni, dan semiotika untuk menentukan identitas budaya lokal yang diterapkan poster

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Sebelum menjawab permasalahan dari penelitian ini maka sebagai langkah awal, akan di bahas mengenai profil dari BKKBN, yaitu:

#### **A. Profil BKKBN**

BKKBN adalah singkatan dari Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional. Lembaga ini merupakan Lembaga Pemerintah Non Departemen Indonesia yang bertugas melaksanakan tugas pemerintahan di bidang keluarga berencana dan keluarga sejahtera. BKKBN pernah sukses dengan slogan dua anak cukup, laki-laki perempuan sama saja. Namun, untuk menghormati hak asasi manusia, BKKBN memiliki slogan dua anak lebih baik. Saat ini, BKKBN kembali dengan slogan dua anak cukup.

## B. Desain Poster Keluarga Berencana dan Sejahtera BKKBN Provinsi Bali



Gambar 4. Poster 2 menampilkan identitas budaya lokal pada ilustrasinya (Dokumen: Ni Ketut Pande Sarjani)

Poster ini merupakan poster yang ditujukan bagi pasangan yang baru menikah dengan tujuan untuk membentuk keluarga bahagia dan sejahtera dengan merencanakan kehamilan dan mengatur jarak kelahiran anak. Penggunaan identitas Budaya lokal pada poster ini juga terlihat dari ilustrasi dan teksnya, namun tidak semua unsur visual poster menampilkan identitas budaya lokal, berikut akan dibahas masing-masing unsur visual poster.

### 1. Unsur-unsur Visual Poster

#### - Ilustrasi

Penggunaan identitas budaya local pada poster ini jelas terlihat pada ilustrasinya, dimana ilustrasi ini menggambarkan sepasang penganten Bali yang sedang duduk di pelaminan. Penggunaan *udeng* pada mempelai laki-laki dan penggunaan bunga mas pada mempelai putri merupakan ciri khas dari penganten Bali. Pada mempelai putri terlihat menggunakan kain gringsing Tenganan sebagai kembennya dan kain prada bermotif ornament Bali digunakan sebagai kamen kedua mempelai. Dengan cirri-ciri tersebut dapat menguatkan identitas budaya Bali pada poster ini.

#### - Teks dan Tipografi

Teks pada poster ini menggunakan bahasa Indonesia sehingga mudah dipahami semua lapisan masyarakat. Pada *headline* poster teksnya berbunyi “Keluarga Kecil Bahagia Sejahtera merupakan Pilar Persatuan Bangsa”, teks ini menggunakan jenis tipografi dekoratif. Jenis

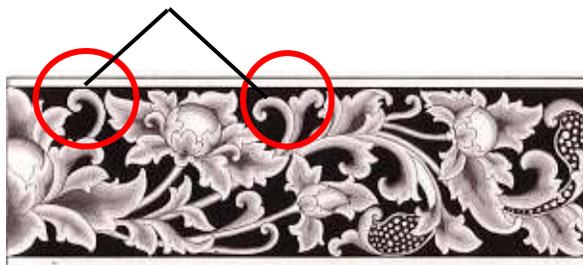
tipografi yang dibuat merupakan adopsi dari motif ornamen Bali. Berikut akan dijelaskan dengan gambar:

Pada ujung-ujung huruf  
mengadopsi motif ornamen Bali



Gambar 6. *Headline* poster yang merupakan adopsi dari motif ornamen Bali (lihat bagian ujung huruf).

Motif ornamen Bali yang diadopsi  
untuk bagian ujung-ujung huruf



Gambar 7. Motif ornamen Bali “Patra Cina” yang digunakan sebagai acuan dalam pembuatan jenis typography

Pada bagian ujung huruf di *headline* poster ini mengambil motif dari ragam hias ornamen Bali yang kemudian distilasi dan disederhanakan sehingga teks poster masih tetap bisa terbaca dari jarak tertentu. Pada *subheadline* berbunyi “Rencanakan Kapan Anda Punya Anak, dan Atur Jarak Kelahirannya Demi Masa Depan Keluarga” menggunakan jenis huruf Brush Script MT dan Andalus. Kemudian ditutup dengan *closing awords* “Ayoo ikut KB, 2 Anak Lebih Baik”.

#### - **Warna**

Penggunaan warna jingga dan biru terlihat mendominasi poster ini, dimana warna jingga memiliki karakter memberi dorongan, merdeka, anugrah, bahaya (Sadjiman, 2005: 38), dengan demikian penggunaan warna jingga pada poster ini dapat memberikan dorongan positif bagi generasi muda untuk merencanakan kehamilan dengan mengatur jarak kelahiran anak untuk mencapai keluarga sejahtera. Penggunaan warna biru pada poster ini merupakan penerepan warna identitas dari BKKBN itu sendiri, dimana warna tersebut memiliki makna lembaga yang terpercaya, berwibawa, satu kesatuan utuh, dan lembaga yang tulus melakukan tugasnya. Selain warna biru dan jingga terdapat warna merah pada *headline* poster, warna kuning pada *subheadline*, dan putih pada *clissing aword*. Jika dilihat konotasi dari masing-masing warna yang ditampilkan poster ini, maka identitas budaya lokal tidak diterapkan pada unsur visual warna poster.

## 2. Prinsip-prinsip Desain

Prinsip-prinsip desain yang diterapkan pada poster ini adalah sebagai berikut:

### - Keseimbangan

Penempatan *headline* pada bagian sisi atas poster, dan penempatan *clissing aword* pada sisi bawah poster merupakan usaha perancang dalam menerapkan prinsip keseimbangan. Selain itu penempatan ilustrasi pada bagian tengah poster juga dapat memberikan kesan seimbang, namun penempatan *subheadline* poster yang cukup banyak pada bagian kanan poster mengakibatkan poster ini menjadi lebih berat pada sebelah kanan, akibatnya teks berjejal pada bagian kanan poster. Dengan demikian penerapan prinsip keseimbangan yang ditampilkan poster pun kurang berhasil, sehingga mengakibatkan pembaca merasa berat sebelah.

### - Dominasi

Pada poster ini ilustrasi yang bertindak sebagai dominasi dibuat dengan ukuran yang lebih besar dibandingkan unsur-unsur visual lain. Namun penempatan *subheadline* yang menutupi sebagian dari ilustrasi mengakibatkan ilustrasi ini kurang dapat mendominasi karena harus bersaing berebut perhatian dengan *subheadline*, apalagi warna dari *subheadline* ini lebih mencolok dibandingkan dengan warna yang ditampilkan ilustrasi. Sehingga dengan demikian ilustrasi yang seharusnya bertindak sebagai dominasi kurang mampu menjadi dominasi poster.

### - Irama

Menurut Supriyono (2010: 94), irama adalah pola *layout* yang dibuat dengan cara menyusun elemen-elemen visual secara berulang-ulang. Irama visual dalam desain grafis dapat berupa repetisi maupun variasi. Repetisi adalah irama yang dibuat dengan penyusunan elemen berulang kali secara konsisten. Sementara itu, variasi adalah perulangan elemen visual disertai perubahan bentuk, ukuran, atau posisi. Jika dilihat dari pengertian irama diatas, maka dapat disimpulkan poster ini belum menerapkan prinsip irama, karena pada unsur visual yang ditampilkan tidak ada pengulangan secara konsisten.

### - Kesatuan

Adanya kesamaan konsep pada masing-masing unsur visual mengakibatkan poster ini telah menerapkan prinsip kesatuan. Di antaranya adalah sama-sama menerapkan identitas lokal pada masing-masing ilustrasi dan teks poster.

## 3. Kriteria Desain Pada Poster

No	Poster	Kriteria Desain	Analisa
1.	<b>Poster 2</b>	-Fungsional  - Komunikatif	-Untuk sebuah poster, media ini belum bisa berfungsi secara optimal, karena pesan yang ditampilkan kurang singkat, jelas dan padat. Poster yang baik adalah poster yang memiliki pesan singkat, padat, jelas dan tidak bertele-tele sehingga secara cepat dapat dipahami pembaca.  - Ilustrasi yang ditampilkan poster sudah komunikatif karena ilustrasi tersebut telah sesuai dengan tujuan dari kampanye yaitu untuk menghimbau pasangan yang baru menikah untuk merencanakan kehamilan dan jarak kehamilan.  - Selain itu informasi pada teks juga mudah dipahami audiens karena menggunakan bahasa yang ringan sehingga mudah dipahami.

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Informatif</li> <li>- Etis</li> <li>- Estetis</li> <li>- <i>Unity</i></li> <li>- <i>Simplicity</i></li> <li>- Kreatif</li> <li>- <i>Surprise</i></li> <li>- Ergonomis</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Poster ini telah memberikan informasi yang jelas tentang anjuran rencana kehamilan dan pengaturan jarak kelahiran bagi pasangan yang baru menikah sesuai dengan tujuan dari kampanye itu sendiri.</li> <li>- Pada poster ini, tidak melanggar kode etik periklanan, tidak melanggar norma-norma yang ada, dan tidak menyinggung ras.</li> <li>- Dari empat prinsip desain yang ada, poster ini hanya menerapkan satu prinsip saja yaitu prinsip kesatuan, tiga prinsip yang lain diabaikan. Karena 75 % dari prinsip desain diabaikan maka prinsip ini tidak menerapkan kriteria desain estetis.</li> <li>- Kriteria kesatuan telah diterapkan pada poster ini, yaitu adanya kesatuan antara konsep desain dengan ilustrasi dan tipografi yang ditampilkan dimana sama-sama menonjolkan identitas budaya lokal.</li> <li>- Penggunaan teks yang banyak dan ditempatkan tidak secara beraturan mengakibatkan poster ini terlihat berantakan.</li> <li>- Penggunaan berbagai jenis warna pada poster ini juga mengakibatkan poster ini kurang simpel.</li> <li>- Penggunaan berbagai jenis tipografi juga mengakibatkan poster terlihat ramai dan kurang simpel.</li> <li>- Desain poster yang baik merupakan desain yang original dan bukan hasil jiplakan desain lain, poster ini merupakan poster yang original sehingga menerapkan kriteria kreatif.</li> <li>- Penggunaan jenis tipografi yang mengambil bentuk dari ornament-ornamen Bali membuat poster ini memiliki nilai kejutan.</li> <li>- Penempatan <i>subheadline</i> yang menumpuk pada ilustrasi mengakibatkan teks tidak dapat terbaca dengan mudah, apalagi jika sasaran dari poster ini adalah orang yang sedang berlalu lalang. Untuk dapat membaca isi teks pun dibutuhkan waktu yang lama agar dapat terbaca itupun harus benar-benar mencermatinya sehingga mau tidak mau mata dipaksa berkontraksi dan akhirnya timbul ketidaknyamanan.</li> </ul>
--	--	---	---

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Dari hasil pembahasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa:

- a. Pada media poster Keluarga Berencana dan Keluarga Sejahtera BKKBN Provinsi Bali ini, identitas budaya lokal diterapkan pada unsur visual ilustrasi dan teks poster. Penerapan identitas budaya lokal pada ilustrasi ini adalah dengan menampilkan ilustrasi manusia yang berbusana penganten Bali. Penerapan identitas budaya lokal juga terlihat pada teks poster, yaitu penggunaan jenis huruf dekoratif yang mengadopsi bentuk ragam hias ornament Bali.
- b. Prinsip-prinsip desain yang semestinya diterapkan untuk menciptakan nilai estetis pada poster diabaikan. Dari empat prinsip desain yang ada, poster ini hanya menerapkan satu prinsip desain, yaitu prinsip kesatuan. Prinsip kesatuan diterapkan dengan adanya kesamaan konsep penggunaan identitas budaya lokal pada masing-masing unsur visual poster.
- c. Pada desain poster ini, kriteria desain yang diterapkan hanya dua saja, sementara ada sepuluh kriteria desain yang semestinya bisa dipenuhi untuk keefektifan jalannya kampanye. Adapun kriteria desain yang dipenuhi adalah kriteria *surprise* dan kreatif.

### **Saran**

Adapun saran yang dapat disampaikan adalah :

- a. Untuk tetap menjaga kelestarian budaya Bali ditengah melesatnya arus globalisasi, maka diharapkan desainer-desainer Bali tetap mengunggulkan identitas budaya lokal sebagai ciri khas desainer Bali.
- b. Agar jalannya kampanye dapat berjalan sukses, maka desainer harus mempertimbangkan penerapan prinsip-prinsip desain dan kriteria desain, sehingga tujuan awal kampanye dapat tercapai.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Alwi, Hasan. 1999. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.

Ananda Maya.1978. *Seluk Beluk Reklame dalam Dunia Perdagangan*. Jakarta: Mutiara.

Burhan Bungin,2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Raja Grafindo Perkasa. Jakarta: Mutiara.

Berger, Arthur Asa. 2000. *Tanda-tanda dalam kebudayaan Kontemporer*. Yogyakarta: PT. Tiara Wacana.

Cholid Narboko dan H. Abu Achmad,2010. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Danton, Sihombing. 2001.*Tipografi Dalam Desain Grafis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Djelantik. A.A.M. 2008. *Estetika Sebuah Pengantar*. Masyarakat Seni Pertunjukan Indonesia. Jakarta: MSPI.

Dharsono, Sony. 2007. *Estetika.Rekayasa Sains*. Bandung: Rekayasa.

Dameria, Anne. 2007. *Color Basic*. Jakarta: Link dan Math Graphic.

Danesi, Marcel. 2012. *Pesan, Makna, dan Tanda*. Yogyakarta: Jalasutra.

Hafidzoh, Muyassaroh. 2012. *Sifat-sifat Perempuan Yang Membuat Pasangannya Jadi Orang Sukses*. Yogyakarta: Diva Press.

- Hendratman, Hendi. 2009. *Graphics Desain*. Bandung: Informatika.
- Kathy Myers. 1986. *Menbongkar Sensasi dan Godaan Iklan*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Kaelan. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif Redy Filsafat*. Yogyakarta: Paradigma.
- Kusrianto, Adi. 2005. *Pengantar Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi.
- Moleong, Lexy. J. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Negara, I Nengah Sudika. 2009. *Bahan Ajar Ilustrasi I*. Denpasar: Institut Seni Indonesia Denpasar.
- Nugroho, Eko. 2008. *Pengenalan Teori Warna*. Yogyakarta: ANDI.
- Noviani, Ratna. 2002. *Jalan Tengah Memahami Iklan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Piliang, Yasraf Amir. 1999. *Hiper-Realitas Kebudayaan*. Yogyakarta: Lkis.
- Piliang, Yasraf Amir. 2011. *Dunia Yang Dilipat. Tamasya Melampaui Batas-Batas Kebudayaan*. Bandung: Matahari.
- \_\_\_\_\_. 2012. *Semiotika dan Hipersemiotika*. Bandung: Matahari.
- Pujirianto. 2005. *Desain Grafis Komputer*. Yogyakarta: Andi.
- Sachari, Agus. 2002. *Estetika Makna, Simbol dan Daya*. Bandung: ITB.
- Sadjiman Ebdy Sanyoto. 2005. *Dasar-dasar Tata Rupa dan Desain*. Yogyakarta: CV. Arti Bumi Intaran.
- \_\_\_\_\_. 2009. *Nirmana. Elemen-Elemen Seni dan Desain*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Sarwono, Jhonatan & Lubis, Hary. 2007. *Metode Riset Untuk Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sanyoto, Ebdy. 2005. *Dasar-dasar Tata Rupa Dan Desain*. Yogyakarta: CV. Arti Bumi.
- Spradly, James, P. 1997. *Metode Etnografi. Penerjemah Misbah Zulfa Elisabeth*. Yogyakarta: PT. Tiara Wacana.
- Suriyanto Rustan. 2008. *Lay Out Dasar dan Penerapannya*. Jakarta: PT. Gramedia Utama.
- \_\_\_\_\_. 2010. *Huruf Font Tipografi*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Supriyono, Rakmat. 2010. *Desain Komunikasi Visual, Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tinarbuko, Sumbo. 2009. *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.

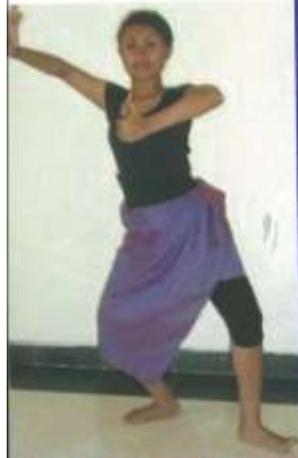
\_\_\_\_\_. 2009. *Iklan Politik Dalam Realitas Media*. Yogyakarta: Jalasutra.

## SUMBER INTERNET

<http://jurnalbidandiah.blogspot.com/2012/07/program-kb-di-indonesia.htm>, diakses tgl 20 juli 2015, jam 23.00 Wita.

[http://C:/Users/user/Downloads/Logo%20Baru%20BKKBN%20\(Program\).pdf](http://C:/Users/user/Downloads/Logo%20Baru%20BKKBN%20(Program).pdf), diakses tgl 20 juli 2015, jam 23.10 Wita





Dibertanggungjawabkan oleh  
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN  
KEPADA MASYARAKAT (LPPM)  
INSTITUTE SENI INDONESIA (ISI) PASAR  
Jember sudah Disetujui  
T. 036611-227314; Fax (0361) 236100  
email | iq2imilidps@yahoo.com

