

**DESAIN KOMUNIKASI VISUAL LIVERY MASKER
PADA AIRBUS A330-900 NEO
SEBAGAI BENTUK DUKUNGAN TERHADAP KAMPANYE
'AYO PAKAI MASKER'**

oleh

Agus Ngurah Arya Putra

Email: aryaputra@isi-dps.ac.id

Abstrak

PT. Garuda Indonesia telah membuat sebuah gebrakan yang cukup unik dan menarik dimana PT. Garuda Indonesia pada tahun 2020 meluncurkan desain livery yang juga digunakan sebagai sarana kampanye dalam penggunaan masker medis guna mencegah penularan covid 19, dengan menambahkan ilustrasi masker medis pada bagian depan pada pesawat Airbus A330-900 Neo, Seperti yang dikutip dari CNN Indonesia, Direktur Utama Garuda Indonesia Irfan Setiapatra mengatakan peluncuran livery masker pesawat ini merupakan bentuk dukungan terhadap program edukasi pemerintah melalui kampanye 'Ayo Pakai Masker' sehingga diharapkan masyarakat akan lebih peduli dan mau menggunakan masker untuk mencegah penularan covid 19, pada artikel ini desain livery Airbus A330-900 Neo akan dilihat dari keilmuan desain komunikasi visual dengan mengacu kepada aspek semiotika serta konsep postmodern yang ada pada tampilan visual dari Airbus A330-900 Neo tersebut

Kata kunci : PT. Garuda Indonesia, Kampanye 'Ayo Pakai Masker', Airbus A330-900 Neo

Abstract

PT. Garuda Indonesia has made a breakthrough that is quite unique and interesting where PT. Garuda Indonesia in 2020 launched a livery design which is also used as a campaign tool in the use of medical masks to prevent the transmission of covid 19, by adding an illustration of a medical mask on the front of the Airbus A330-900 Neo aircraft, As quoted from CNN Indonesia, Garuda's President Director Indonesia's Irfan Setiapatra said the launch of the aircraft mask livery is a form of support for the government's education program through the 'Let's Wear Mask' campaign so that it is hoped that people will be more concerned and willing to use masks to prevent the transmission of covid 19, in this article the Airbus A330-900 Neo livery design will be seen from the science of visual communication design with reference to aspects of semiotics and postmodern concepts that exist in the visual appearance of the Airbus A330-900 Neo

Keywords: PT. Garuda Indonesia, 'Let's Wear Mask' Campaign, Airbus A330-900 Neo

Pendahuluan

Tahun 2020 merupakan tahun yang sangat berat bagi Indonesia, karena di tahun ini bangsa Indonesia menghadapi wabah yang juga menjangkiti jutaan warga di dunia yaitu virus corona covid 19, dimana pandemi ini telah memberikan dampak yang sangat luas terhadap berbagai sektor di Indonesia, banyak karyawan yang di PHK, investasi menurun, perekonomian turun dan penerbangan internasional sementara harus ditutup, apabila hal ini terus terjadi maka dampaknya makin buruk. Garuda Indonesia (Persero) Tbk sebagai salah satu BUMN yang bergerak dibidang perhubungan melakukan sebuah gerakan yang besar dan cukup fenomenal, dimana PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk meluncurkan livery atau corak khusus yang menampilkan visual masker pada bagian depan pesawat Airbus A330-900 Neo.

Seperti yang dikutip dari CNN Indonesia, Direktur Utama Garuda Indonesia Irfan Setiাপutra mengatakan peluncuran livery masker pesawat ini merupakan bentuk dukungan terhadap program edukasi pemerintah melalui kampanye 'Ayo Pakai Masker'. Bila dilihat dari bidang studi desain komunikasi visual terdapat suatu pesan kuat yang ingin disampaikan oleh PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk, yaitu berupa ajakan penggunaan masker guna mencegah penularan virus covid 19, namun terlihat tidak biasa ketika corak masker seperti ini terdapat pada depan sebuah pesawat, terjadi komunikasi visual dengan konsep postmodern yang terkesan lepas dari unsur kebakuan karena desainer corak ini mengasosiasikan sebuah pesawat juga wajib menggunakan masker karena pandemi ini sudah memberikan dampak yang luar biasa, sehingga sebuah pesawat pun wajib menggunakan masker, untuk memutus mata rantai penularan virus covid 19 yang kini mewabah di Indonesia.

Metode

Metode yang digunakan dalam mengkaji desain komunikasi visual livery masker pada airbus a330-900 neo berdasarkan sebagai bentuk dukungan terhadap kampanye 'Ayo pakai masker' ini ialah dengan melakukan observasi yaitu pengamatan visual livery pada airbus a330-900 neo dan melakukan study kepustakaan berdasarkan refrensi yang sesuai dengan kasus yang akan dikaji.

Desain Komunikasi Visual Livery Masker Pada Airbus A330-900 Neo.

Peran aktif dari PT. Garuda Indonesia dalam mengkampanyekan gerakan 'Ayo Pakai Masker' sangat genjar, karena penggunaan masker merupakan salah satu cara yang sangat efektif dalam mencegah penularan covid19. Salah satu cara yang dilakukan oleh PT. Garuda Indonesia yaitu dengan menggunakan desain livery yang sangat unik pada lima maskapainya, seperti yang kita ketahui pada tahun 2020 wabah covid 19 sangat luar biasa, bukan hanya di Indonesia bahkan diseluruh dunia menerima dampak yang besar terhadap wabah ini, maka dari itu PT. Garuda Indonesia ikut berperan aktif untuk turut dalam pencegahan wabah tersebut dengan merancang livery khusus pada Airbus A330-900 Neo, dimana pada bagian depan pesawat terdapat visual masker sebagai bentuk ajakan 'Ayo Pakai Masker' sehingga untuk maskapai ini akan terlihat sangat unik.



Gambar 1. Livery Airbus a330-900 neo PT. Garuda Indonesia

Bila dilihat dari segi sasarannya, desain unik livery maskapai ini memiliki sifat komunikasi massa, yaitu komunikasi yang ditujukan kepada massa. Massa disini adalah kumpulan orang-orang yang hubungan antara sosialnya tidak jelas dan tidak mempunyai struktur tertentu (Nurhadi, 2017: 98) komunikasi massa ini sangat efisien karena mampu menjangkau masyarakat secara luas dan mampu menjangkau daerah yang luas serta tak terbatas. Ketika pesawat ini baru lepas landas dan akan mendarat maka masyarakat akan mampu melihat desain visual livery Airbus A330-900 Neo

dengan sangat jelas, sehingga mampu membentuk sebuah *Majority opinion* yang berarti pendapat bagian terbesar dari publik atau masyarakat. Inilah yang harus disampaikan dalam suatu kampanye, berhasil atau tidaknya mencapai suatu mayoritas dalam kampanye (Nurhadi,2017:100). Seperti yang kita ketahui bersama kampanye tentang penggunaan masker untuk mencegah penularan covid 19 sejak awal tahun 2020 hingga akhir tahun 2021 masih sangat masif dan dilakukan oleh segala lini yang ada di masyarakat, dari tataran pemerintahan hingga kepada masyarakat lapisan bawah, sehingga hal ini yang membuat PT. Garuda Indonesia ikut aktif dalam kampanye penggunaan masker tersebut. Merujuk pada teori peirce tanda dalam gambar/ ilustrasi dapat dibedakan menjadi tiga, yaitu ikon, indeks dan simbol (Noth,1995:45), bila berdasarkan segi ikon terlihat jelas dari ilustrasi masker pada bagian depan pesawat yang mewakili situasi yang tidak sehat atau sedang terkena penyakit/wabah tertentu. Kemudian dari segi indeks terdapat sebab akibat tanda-tanda dari sebuah ilustrasi atau gambar yang divisualkan, masker merupakan bentuk pencegahan penularan wabah covid 19, karena dengan penggunaan masker mampu meredam droplet sehingga tidak dapat hinggap di kulit dan permukaan benda lainnya, bahkan sebuah pesawat pun ikut terkena dampak dari wabah yang kini terjadi, kemudian dari segi simbol visual masker medis pada livery Airbus A330-900 Neo memiliki simbol tidak dalam kondisi sehat dan ini diperkuat lalu dalam wajah postmodernisme yang merupakan karya visual dengan ciri khas memiliki makna ganda baik sebagai masker yang dikenakan oleh manusia itu sendiri maupun pada livery Airbus A330-900 Neo, sehingga disini PT. Garuda Indonesia sebagai maskapai nasional ingin memberikan simbol bahwa PT. Garuda Indonesia turut serta dalam mengkampanyekan penggunaan masker guna mencegah penularan covid 19.

Dengan kampanye yang begitu gencar tentu ini akan memiliki dampak yang cukup kuat kepada masyarakat bahwa wabah pandemi ini memang berbahaya dan dengan menggunakan masker akan mampu mencegah tertularnya wabah covid 19 ini.



Gambar 2. Tampak samping livery Airbus A330-900 Neo PT. Garuda Indonesia

Simpulan

PT. Garuda Indonesia telah ikut secara aktif mengkampanyekan penggunaan masker guna pencegahan penularan wabah covid 19 dengan merancang suatu visual livery yang unik pada Airbuss A330-900 Neo dengan menambahkan visual masker medis pada bagian depan pesawat. Di era postmodern media komunikasi visual sungguh sangat penuh dengan inovasi dan kreatifitas yang dan tidak terbatas, segala cara dapat ditempuh oleh seorang desainer grafis dalam menyampaikan pesan yang ingin disampaikan, seperti yang dilakukan oleh PT. Garuda Indonesia dengan menambahkan visual masker pada bagian depan pesawat.

Daftar Rujukan

- Berger, Asa Arthur. 2010. *Pengantar Semiotika Tanda – Tanda Dalam Kebudayaan Kontemporer*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Nurhadi, Zikri Fachrul. 2017. *Teori Komunikasi Kontemporer*. Depok: Kencana
- Dharsono, Sony, Kartika. 2008. *Estetika*. Bandung: REKAYASA SAINS Bandung.
- Irawan, Bambang & Tamara Priscilla Tamara. 2013. *Dasar – Dasar Desain*. Jakarta: Griya Kreasi (Penebar Swadaya Grup).
- Supriyono, Rakhmat. 2010. *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tinarbuko, Sumbo. 2017. *Membaca Tanda dan Makna Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: ISI Yogyakarta