

MEDIA KOMUNIKASI DAN BUDAYA VISUAL

Studi Kasus Baliho Gerakan Tolak Reklamasi Teluk Benoa

I Nyoman Jayanegara

STMIK STIKOM Indonesia
1980jayanegara@gmail.com

ABSTRACT

The rejuvenating movement of Benoa Bay reclamation in Bali begins in mid-2013 in the form of massive demonstrations, oral and written statements of attitudes, art attractions, music concerts, and online petitions. Visual communication media in various forms did not escape the dissemination of the movement of such rejection. Giant Banner are one of the most vibrant visual communication media used in voicing the denial movement. Those Giant Banners display the same visual pattern, which presents an illustration of Balinese culture that is considered to represent the movement. These visual patterns are designed without regard to the standard rules in design, seemingly playful, free, and just excite the designers themselves. The visual strategy presented indirectly gives a distinctive feature of the movement so as to produce a new visual culture through the visual communication media used.

Keyword: Visual Culture, Giant Banners, The rejuvenating movement of Benoa Bay reclamation

PENDAHULUAN

Proyek reklamasi di Teluk Benoa Bali sejak 2012 mulai ramai dibicarakan dan telah menjadi kontroversi bagi masyarakat Bali. Semua diawali dengan keluarnya surat keputusan Gubernur Bali Nomor 2138/02-C/HK/2012 tentang Rencana Pemanfaatan dan Pengembangan Kawasan Perairan Teluk Benoa yang memberikan izin reklamasi kepada PT. Tirta Wahana Bali Internasional (PT TWBI) di kawasan perairan Teluk Benoa Kabupaten Badung. Walaupun sempat mengalami revisi, SK tersebut tetap saja memberikan keleluasaan investor (PT TWBI) dalam mengeksplorasi kawasan tersebut dengan dalih pengembangan kawasan pariwisata. Surat keputusan tersebut dikatakan cacat prosedural karena bertentangan dengan aturan di atasnya, yaitu; Perpres No 45 Thn 2011 tentang tata ruang kawasan perkotaan Sarbagita (Denpasar, Badung, Gianyar, dan Tabanan), di mana kawasan teluk benoa termasuk kawasan konservasi; serta Perpres No 122 Thn 2012 tentang Reklamasi di Wilayah Pesisir dan Pulau-Pulau Kecil yang melarang reklamasi dilakukan di kawasan konservasi. Kontroversi berlanjut dimana Gubernur Bali selaku pemegang kuasa mengindahkan rekomendasi dari LPPM Universitas Udayana mengenai ketidaklayakan proyek reklamasi tersebut, serta kontroversi dalam proses penerbitan surat keputusan yang dianggap kurang memenuhi asas transparansi dan partisipasi publik (Suantika (2015: 54).

Pertengahan tahun 2013 mulai timbul penolakan-penolakan dari berbagai kalangan di Bali, baik dari kalangan akademisi, aktivis lingkungan, pemuka adat dan agama, sampai organisasi kepemudaan. Bentuk-bentuk penolakan yang dilakukan sangat bervariasi, dari demonstrasi besar-besaran, pernyataan sikap baik lewat lisan maupun tertulis, atraksi seni, konser musik, sampai menggalang petisi secara *online*. Media komunikasi visual dalam berbagai bentuk pun tidak luput dari penyebaran gerakan penolakan-penolakan tersebut. Baliho merupakan salah satu media komunikasi visual yang paling semarak dimanfaatkan dalam menyuarakan gerakan penolakan tersebut. Hampir setiap sudut jalan di kota

Denpasar, kabupaten Badung, Gianyar, dan Tabanan bertebaran baliho-baliho penolakan reklamasi teluk Benoa dengan berbagai tampilan visual yang menarik.



Gambar 1. Demonstrasi tolak reklamasi teluk benoa di Desa adat Sumerta-Denpasar
Sumber: <https://nasional.tempo.co>

Baliho atau disebut *Giant Banner* merupakan *banner* raksasa yang dipasang di jalan protokol dan lokasi strategis, memuat informasi sebuah acara ataupun produk (Hardiman,2006:46). Hardiman (2006:16) lebih lanjut memaparkan, baliho dapat diartikan sebagai materi promosi berupa lembaran desain untuk menarik perhatian publik dimana setiap kegiatan periklanan membutuhkan media ini sebagai pendukung publisitas yang ditempatkan di sekitar lokasi kegiatan maupun pusat kota. Selain sebagai media promosi, baliho sudah cukup lama digunakan sebagai media propaganda maupun media penyampaian protes. Pemanfaatan baliho sebagai media protes merupakan salah satu bentuk paradigma berpikir desain postmoderen. Postmoderen berangkat dari kekecewaan terhadap rasionalitas yang tidak mampu menyelesaikan berbagai permasalahan. Rasionalitas sendiri dianggap sebagai dasar dari paradigma modern (Adityawan,2010:167).

Poynor (dalam Adityawan,2010:173) memaparkan beberapa pendekatan paradigma postmoderen dalam desain grafis, yaitu; *New Wave*, *Deconstruction* (dekonstruksi), *Appropriation* (kesesuaian), *Techno*, *Authorship*, dan *Opposition* (oposisi). Pendekatan-pendekatan tersebut lebih banyak menitik beratkan pada eksplorasi dari bentuk-bentuk lama pada desain modern sehingga menghasilkan desain-desain baru, pemilihan tema-tema desain yang lebih dekat pada masalah-masalah sosial, pemanfaatan teknologi sebagai perangkat baru dalam proses desain, serta bagaimana fungsi desain grafis itu sendiri di masyarakat.

Baliho sebagai salah satu bentuk dari perkembangan budaya visual seharusnya dipandang sebagai budaya bermakna, dimana budaya visual merupakan tautan wujud kebudayaan konsep (nilai) dan kebudayaan materi (benda) yang dapat ditangkap oleh indera visual (mata), dan dapat dipahami sebagai model pikiran manusia untuk meningkatkan kualitas hidupnya (Sachari,2007:1). Lebih lanjut Sachari (Sachari,2007:2), memaparkan budaya visual bukanlah sekadar baju dari sebuah peradaban material, melainkan sebuah hakikat dari struktur budaya pembentuknya. Dari sisi manfaat desain dapat dipandang sebagai ungkapan budaya visual yang paling fungsional dan telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari. Dalam kehidupan budaya visual yang dinamis tersebut, artifak desain dapat dipahami sebagai salah satu aktivitas budaya yang memiliki muatan-nilai, serta amat terpengaruh oleh situasi sosial di zamannya.

Jenks (dalam Rio,2017:196) menjelaskan bahwa dalam dunia akademis, istilah budaya visual adalah istilah yang secara konvensional dipergunakan untuk merujuk kepada lukisan, patung, pahatan, desain, dan arsitektur. Istilah budaya visual dapat dipergunakan untuk merujuk semua artefak kebudayaan yang menempatkan penampilan visual sebagai fitur utama yang ikut menentukan

keberadaan atau tujuan dari artefak kebudayaan itu sendiri. Berbeda dengan Jenks, Patrick Fuery dan Kelli Fuery (dalam Rio,2017:197) menjelaskan budaya visual dengan memberi penekanan kepada hubungan antara gambar atau imaji (*image*), budaya, dan penonton (*spectators*) yang mereka sebut sebagai elemen-elemen budaya visual

PEMBAHASAN

Puluhan baliho gerakan tolak reklamasi bertebaran di beberapa lokasi di daerah sarbagita (Denpasar, Badung, Gianyar, dan Tabanan), daerah yang dianggap sangat dekat dengan dampak negatif dari reklamasi teluk Benoa. Puluhan baliho tersebut menampilkan berbagai suguhan visual dari representasi gerakan tolak reklamasi Teluk Benoa. Secara deskriptif, objek pengamatan diambil secara acak dan dijabarkan satu persatu dimulai dari baliho dari Forum Pemuda Batubulan pada gambar 2, yang menampilkan ilustrasi kepala Barong yang sedang mengigit tungkai eskavator, logo Forum Pemuda Batubulan dan ForBALI. Penggunaan teks “Tolak Reklamasi Teluk Benoa” dan “Batalkan Perpres No 51 Thn 2014” secara gamblang menggunakan *typefaceBlock* (berdasarkan kemiripan anatomi) dengan jenis *uppercase* (kapital untuk semua huruf), kemudian teks “Batubulan” sebagai judul ditampilkan dengan jenis Gothic (Serif) dan kapital hanya pada huruf awal. Warnaputih digunakan sebagai latar yang sangat dominan pada baliho. Baliho pada gambar 3 yang dinisiasi oleh Anak Kerobokan (Anker), menampilkan ilustrasi Randa yang seakan-akan menyerang mesin eskavator dengan latar belakang seseorang yang sedang *trance* dan sembahyang. Teks “ANKER”, “Anak Kerobokan”, dan “Batalkan Perpres No 51 Thn 2014” menggunakan *typefaceBlock* (berdasarkan kemiripan anatomi) yang ditampilkan dengan *uppercase*. Teks “Anker Tolak Reklamasi” ditampilkan dengan *uppercase* dengan menggunakan *typeface Graphic*. Ucapan “selamat hari raya Galungan dan Kuningan” menggunakan *typeface Sans Serif* serta “hari raya Nyepi caka 1937” menggunakan *typeface Clarendon*, kedua teks ditampilkan dengan Kapital pada setiap awalan huruf. Warna merah dan putih digunakan untuk merepresentasikan Indonesia dan *Chroma* (warna yang intensitasnya diredupkan) sangat mendominasi dalam pemilihan warna pada baliho



Gambar 2. Baliho Forum Pemuda Batubulan
Sumber: <http://batubulan-forbali.com>



Gambar 3. Baliho Anak Kerobokan
Sumber: <http://metroballi.com>



Gambar 4. Baliho STT Belaluan Sadmerta Denpasar
Sumber: Dokumentasi penulis



Gambar 5. Baliho Semeton Sanur
Sumber: <http://bp.blogspot.com>

Baliho dari STT.Belaluan Sadmerta Denpasar(gambar 4), menampilkan beberapa ilustrasi seperti; seorang penari Legong yang diberikan efek *stroke*(garis pinggir) sebagai bentuk penegasan, logo dari STT Belaluan Sadmerta dan ForBALI. Teks “STT Belaluan Sadmerta, Br.Belaluan Sadmerta, Desa Pekraman Denpasar”, “Tolak Reklamasi Berkedok Revitalisasi Teluk Benoa”, dan “Batalkan Perpres No 51 Thn 2014”, ditampilkan dengan *typefaceBlock*dengan jenis *uppercase* (kapital untuk semua huruf). Namun tampilan huruf pada dua teks terakhir tampak tidak proposional karena mengalami pemanjangan ketinggian huruf yang tidak normal. Penggunaan warna gradasi biru dengan gaya“*flat design*”serta *Chroma* untuk ilustrasi penari Legong.Pada gambar 5, baliho dari semeton Sanur, menampilkan ilustrasi penari Baris yang seakan-akan menginjak beberapa *crane*atau alat yang biasanya digunakan dalam proyek skala besar. Teks “semeton SanurTolak Reklamasi Berkedok Revitalisasi Teluk Benoa” dan “Batalkan Perpres No 51 Thn 2014”, ditampilkan dengan *typefaceBlock*dengan jenis *uppercase* (kapital untuk semua huruf)dan sedangkan teks tanda pagar “kami tidak takut” ditampilkan dengan jenis kapital hanya pada huruf awal teks. Warna hitam digunakan sebagai latar belakang baliho dan warna merah, kuning, dan putih pada teks.

Jika melihat dari elemen visual yang digunakan, tampilan visual pada media baliho gerakan tolak reklamasi (gambar 2,3,4,dan5) menampilkan pola yang sama. Pola ini dapat dilihat pada pemilihan ilustrasi yang merepresentasikan budaya Bali seperti; *Barong Ket*, *Rangda*, tari *Baris*, dan tari *Legong*. Ilustrasi *Barong Ket* dan *Rangda*merupakanrepresentasi dewata dalam kepercayaan Hindu di Bali, kemudian tari Baris dan Legong merupakan tari *Wali yang* merupakan tari-tari suci yang biasa dipersembahkan dalam rangkaian upacara *Pitra Yadnya* (Titib,2001:158). Ilustrasi *Crane* dan eskavator merupakan alat-alat dalam proses pembangunan dalam skala besar.Pemaknaan yang terjadi dari pemilihan ilustrasi tersebut adalah adanya benturan antara masyarakat Bali dengan segala bentuk kesuciannya dengan pihak-pihak yang akan melakukan reklamasi (investor). Hal ini kemudian dipertegas dengan pemilihan teks yang menekankan pada kata “*Tolak Reklamasi Teluk Benoa*” dan “*Batalan Perpres No.51 tahun 2014*” dengan warna-warna yang mencolok.

Pada komposisi visual, tampilan baliho terkesan tidak beraturan dimana teks dan ilustrasi yang digunakan saling berebut pandangan, saling tumpang tindih, sehingga tidak terlihat adanya prinsip dominasi yang jelas. Desainer dengan segala kreatiitasnya selaku pencipta terlihat bebas dalam menuangkan ekspresinya, melakukan berbagai komposisi visual dengan menggabungkan

beberapa gaya visual dalam baliho. Desainer tersebut juga tidak memperhatikan hierarki visual pada media dan melanggar aturan-aturan dasar desain dalam melakukan proses komunikasi.

KESIMPULAN

Baliho sebagai media komunikasi pengantar pesan menolak reklamasi teluk Benoa oleh masyarakat Bali, jika dilihat dari pendekatan Poyner, memiliki kecenderungan dekonstruksi dan oposisi (kontra). Dekonstruksi dilihat dari tema-tema yang peduli dengan permasalahan lingkungan sedangkan oposisi dimaksud bukan pada permasalahan bentuk dan gaya visual, namun lebih kepada fungsi media tersebut. Dekonstruksi dan oposisi merupakan salah satu paradigma berpikir postmoderen.

Pemilihan elemen-elemen visual baliho menolak reklamasi yang dikomposisikan dengan berbagai gaya visual menghasilkan ketidakberaturan komposisi dan pengabaian aturan-aturan dasar desain. Desainer selaku pencipta hanya memperdulikan ekspresi dan kreatifitasnya dalam menyampaikan pesan sehingga menghasilkan pemaknaan ganda, ambigu, dan cenderung imajinatif. Desainer terlihat sedang bersenang-senang dalam menghasilkan karya desain, hal yang sangat ditabukan dalam masa modern yang cenderung statis dan rasional. Penggunaan struktur visual yang tidak beraturan dengan kecenderungan penggunaan ilustrasi yang menggambarkan oposisi biner secara tidak langsung menjadi ciri khas gerakan menolak reklamasi sehingga mampu membentuk sebuah budaya visual baru dalam penyampaian pesan menolak reklamasi.

REFERENSI

- Adityawan, S, Arief. 2010. *Tinjauan desain Grafis*. PT. Concept Media. Jakarta
- Darmawan, Ferry. 2006. "Posmodernisme Kode Visual Dalam Iklan Komersial". *MediaTor*. Jurnal Komunikasi. No.1. Volume 7. 103-113. <https://www.researchgate.net/publication/>
- Hidayat, Mochammad Junaidi.dkk. 2014. Ekspresi Budaya Visual UKM Melalui Desain Kemasan. *Jurnal IPTEK*. No.2. Volume 18. 145-154 <https://www.researchgate.net/publication/>
- Kusrianto, Adi. 2010. *Tipografi Komputer untuk Desainer Grafis*, Penerbit Andi. Jakarta
- Rio, Adde Oriza. 2017. Kajian Budaya Visual Dalam Ilmu Komunikasi: Posisi Dan Metode Penelitian. [online]. <http://www.ejournal.uki.ac.id/index.php/sp/article/view/471/359>. Diakses tanggal 15 Desember 2017
- Sachari, Agus. 2007. *Budaya Visual Indonesia, Membaca Makna Perkembangan Gaya Visual Karya Desain di Indonesia*. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Soedjono, Soeprpto. 2009. *Fotografi Dalam Konstlelasi Budaya Visual Indonesia*. [online]. Diakses tanggal 15 Desember 2017
- Titib, I Made. 2001. *Teologi dan Simbol-Simbol Dalam Agama Hindu*. Paramita. Surabaya.