

PROPOSAL PENELITIAN
ANALISA PERKEMBANGAN DESAIN POSTER EVENT
ELECTRONIK DANCE MUSIC DI JAKARTA



PENELITI :

- 1. Joachim David M, S.Sn.,M.Ds**
- 2. Niken Savitri Anggraeni, S.Sn, M.Ds**
- 3. Agung Kurniawan, S.Pd, M.Ikom**

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS PERSADA INDONESIA Y.A.I
JAKARTA
2020

A. JUDUL PENELITIAN

Analisa Perkembangan Desain Poster Event Elektronik Dance Music di Jakarta.

B. BIDANG ILMU

Desain Komunikasi Visual

C. PENDAHULUAN

Promosi merupakan salah satu aspek terpenting dalam memperkenalkan sebuah produk, *event*, dan film; sebuah kegiatan kampanye pun memerlukan promosi. Bentuk promosi bermacam-macam, seperti poster, iklan, baliho, *flyer*, *email blast*, *t-shirt*, penayangan di media elektronik seperti TV dan radio, penempatan di media cetak seperti koran, majalah dan tabloid dan juga internet. Saat ini, ketika masyarakat marak menggunakan media jejaring sosial melalui Facebook dan Twitter, media ini pun digunakan untuk mempromosikan berbagai produk, *event*, film dan kampanye sosial

Pengaplikasian poster di Indonesia beberapa tahun terakhir ini sangatlah pesat. Penggunaannya diterapkan untuk mempromosikan beberapa hal sebagai berikut: (1) produk, terutama barang konsumsi, (2) pergelaran suatu event, seperti pentas musik, pentas tari, ajang pameran dan acara kompetisi lainnya, (3) promosi perdana tayangan film dan (4) isu kampanye sosial. Hampir setiap hari di berbagai tempat terpampang poster-poster yang menginformasikan adanya produk yang dipromosikan atau *event* yang akan digelar. Poster-poster tersebut mengundang perhatian banyak pihak. Selain menyajikan jenis data yang informatif, tampilannya pun dirancang dengan sangat menarik. Salah satu jenis poster yang hampir setiap hari terpampang di beragam sudut Ibukota adalah poster event ajang pentas musik dan tari, yang kerap disebut dengan istilah poster *event electronic dance music*.

Berdasarkan uraian yang telah peneliti kemukakan di atas, maka dalam penelitian ini peneliti akan mengambil judul **“Analisa Perkembangan Desain Poster Event Elektronik Dance Music di Jakarta.”**

D. Rumusan Masalah dan Pokok Bahasan.

Maraknya ajang pentas musik dan tari yang diselenggarakan oleh berbagai event organizer menjadi salah satu pendorong dirancangnya poster *event electronic dance music*. Terkait dengan keberadaan poster tersebut maka masalah penelitian yang diangkat oleh peneliti yaitu: Bagaimana perkembangan poster *event electronic dance music* di Jakarta.

E. Tujuan Penelitian

Kajian mengenai Perkembangan Desain Poster *Event Electronic Dance Music* Tahun 2009-2010 di Jakarta dilakukan dengan tujuan sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan peranan desain poster pada penyelenggaraan *event electronic dance music* yang digelar di Jakarta pada tahun 2009 – 2010.
2. Menjelaskan fungsi media poster dalam ajang *event electronic dance music* di Jakarta pada tahun 2009 – 2010.
3. Menjelaskan alasan pemilihan warna yang didominasi oleh warna hitam, hijau dan biru pada *event poster electronic dance music*

F. Manfaat Penelitian

Hasil dari kajian yang dilakukan oleh peneliti diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Menambah wawasan bagi peneliti dan para pembaca, khususnya dalam memahami perkembangan poster event.
2. Meenambah khazanah kajian Desain Komunikasi Visual.

3. Bahan perbandingan serta referensi untuk kajian Desain Komunikasi Visual.

G. LANDASAN TEORI

a. Definisi Teori Komunikasi

1. Pengertian Komunikasi

Pengertian Komunikasi Kata komunikasi (*communication*) berasal dari bahasa latin "*communis*" yang berarti "*common*"; umum; bersama.

- a. Komunikasi adalah suatu proses pengiriman dan penerimaan pesan yang terjadi antara dua pihak.
- b. Komunikasi adalah suatu *network*, atau jaringan sistem - sistem pertukaran tanda, isyarat serta lambang yang punya arti, yang terjadi di dalam suatu masyarakat dalam pemasaran, komunikasi sebagai suatu proses yang mana individu - individu sama - sama mengartikan dan membentuk pemikiran secara umum (*commonness*) atau perorangan (*oneness*).
- c. Komunikasi adalah pertukaran informasi, ide, sikap, pikiran atau pendapat.
- d. Komunikasi adalah kegiatan mendorong orang - orang lain untuk menafsirkan suatu ide dengan cara yang diinginkan oleh si pengirim pesan.
- e. Komunikasi sebagai penyampai informasi atau pesan di antara dua orang atau lebih.
- f. Komunikasi adalah suatu proses pertukaran informasi di antara dua orang atau lebih melalui sistem tanda, simbol, isyarat dan perilaku yang sudah lazim.
- g. Komunikasi adalah esensi dan dasar dari hal-hal persuasi, perubahan sikap dan tingkah laku serta sosialisasi melalui transmisi informasi⁹

2. Poster

a. Pengertian Poster

Poster merupakan suatu komponen penting dalam sebuah media promosi. Fungsi sebuah poster dapat menarik perhatian audience karena dapat dimanfaatkan Desainer untuk menyampaikan pesan-pesannya melalui sebuah poster.

Sebuah poster yang baik harus dapat mempersuasi audience sambil memberikan informasi yang mudah dicerna audience dalam hitungan detik. Sebuah poster harus dapat mempengaruhi audience, membangkitkan keinginan untuk membeli melalui pesan-pesan singkat yang padat dan jelas yang terdapat dalam poster tersebut.

Dalam buku *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi* (2010:158), Robin Landa dalam bukunya yang berjudul *Graphic Design Solutions*, mendeskripsikan poster sebagai bentuk publikasi dua dimensional dan satu muka, digunakan untuk menyajikan informasi, data, jadwal, atau penawaran dan untuk mempromosikan orang, acara, tempat, perusahaan, jasa, atau organisasi.

Sedangkan menurut John Gierla, perbedaan poster dengan media cetak lainnya adalah, poster menyampaikan informasi pada pembaca yang sedang bergerak (*on the move*). Sementara iklan majalah, iklan surat kabar, brosur, booklet, catalog, dan leaflet dirancang untuk pembaca yang memiliki waktu yang relatif lama.

Poster yang berhasil menarik perhatian dari audience adalah poster yang umumnya memiliki satu elemen yang dominan dan menarik. Elemen-elemen lain yang kurang penting tidak perlu ditonjolkan, dapat sebagai penyelaras sehingga secara keseluruhan tampak menyatu dan seimbang.

Lori Siebert dan Lisa Ballard dalam buku *Making a Good Layout* menegaskan tugas poster adalah “capturing a moving audience with your message”. Dikatakan, poster harus mampu menyampaikan pesan atau informasi pada audience yang sedang sibuk.

Menurut Rakhmat Supriyono dalam bukunya yang berjudul *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi* (2010:158), karena waktu baca yang singkat dan dalam situasi yang sibuk, maka seorang Desainer harus menentukan salah satu informasi atau pesan untuk dijadikan elemen kunci dalam sebuah poster.

Karena tugas utama sebuah poster adalah mengundang perhatian public dan memberikan informasi atau pesan secepat mungkin karena hanya dibaca sekilas, penyampaian informasi pada poster sebaiknya tidak secara detail dan panjang lebar. Jika terdapat banyak informasi yang harus disampaikan pada audience melalui sebuah poster, seorang desainer harus tetap menyisakan ruang kosong yang tidak diisi gambar ataupun tipografi karena secara visual, bidang kosong dapat memberikan kelegaan pada mata untuk istirahat sekaligus untuk menonjolkan pesan utama dari poster itu.

Dalam buku *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi* karya Rakhmat Supriyono (2010:166), dalam pembuatan desain sebuah poster, seorang Desainer setelah mempelajari design brief atau permintaan-permintaan dari klien, biasanya Desainer menentukan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menentukan tipografi, jenis huruf yang sesuai dengan isi pesan dan mudah dibaca dari jarak yang relatif jauh.
2. Menentukan elemen kunci-teks atau ilustrasi – yang setidaknya informasi dapat ditangkap dengan mudah oleh pembaca dalam waktu singkat.
3. Memilih salah satu elemen yang paling penting (judul, ilustrasi atau logo) untuk ditampilkan paling dominan dengan penonjolan ukuran, warna, kontras value.
4. Memasukkan informasi paling penting, tempat, tanggal, jam, dan sebagainya.

5. Membuat alternative layout yang sederhana sehingga mudah dibaca, dengan urutan yang logis (dari kiri ke kanan atau dari atas ke bawah).

Robin Landa masih dalam buku Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi (2010:166), menyebutkan beberapa kriteria desain poster yang harus dikaitkan dengan tujuan-tujuan poster itu sendiri, yaitu:

- a. Menyampaikan informasi secara jelas dan mudah dipahami.
- b. Menciptakan desain yang seketika dapat dibaca dan dipahami.
- c. Menciptakan desain yang mudah dibaca dari kejauhan.
- d. Menyajikan informasi yang penting yang dibutuhkan pembaca.
- e. Menyusun informasi dengan urutan yang mudah diikuti.
- f. Menyusun elemen visual secara hirarki dan menyatu.
- g. Menyusun elemen-elemen poster berdasarkan prinsip-prinsip desain grafis.
- h. Membuat desain yang sesuai dengan subyek, audience, dan lingkungannya.
- i. Mengekspresikan spirit dari subyek atau pesan yang disampaikan.

b. Teori Perancangan Poster

Dalam merancang sebuah poster, diperlukan beberapa komponen berikut ini agar tampilan sebuah poster terlihat menarik.

1. Komposisi layout

Tampilan lay out menjadi poin penting dalam desain poster. Untuk membuat lay out yang baik, beberapa hal yang harus diperhatikan antara lain:

- a. Keseimbangan

Secara keseluruhan, komponen-komponen desain harus tampil seimbang. Mata manusia akan menangkap keseluruhan layout dalam satu komponen, yang selanjutnya akan dilihat komponen yang lebih kecil.

b. Irama

Irama adalah pengulangan atau variasi dari komponen-komponen desain grafis. Pengulangan tersebut dapat membentuk urutan gerakan, pola tertentu.

c. Skala dan Proporsi

Skala adalah ukuran/size tanpa perubahan perbandingan ukuran panjang lebar atau tinggi. Sedangkan proporsi adalah adanya perubahan perbandingan antara panjang, lebar, atau tinggi sehingga gambar dengan perubahan proporsi sering terlihat distorsi. Oleh karena itu jangan merubah proporsi foto apalagi foto manusia.

d. Kesatuan

Semua bagian dan unsure grafis bersatu padu dan serasi sehingga audience memahaminya sebagai suatu kesatuan. Prinsip kesatuan atau unity adalah hubungan antara elemen-elemen desain yang semula berdiri sendiri-sendiri serta memiliki ciri khas sendiri-sendiri yang disatukan menjadi sesuatu yang baru dan memiliki fungsi baru yang utuh.

2. Tipografi

Tipografi merupakan elemen penting dalam sebuah karya poster karena selain dapat menyampaikan informasi, tipografi dapat digunakan untuk memberi kesan terhadap desain keseluruhan, untuk memperjelas konsep poster serta pesan yang akan disampaikan.

Tampilan tipografi bermacam-macam disesuaikan dengan konsep poster yang akan disampaikan.

3. Ilustrasi

Ilustrasi menurut definisinya adalah seni gambar yang dimanfaatkan untuk member penjelasan atas suatu maksud atau tujuan secara visual. Dalam perkembangannya, ilustrasi secara lebih lanjut ternyata tidak ahnya berguna sebagai sarana pendukung cerita tetapi juga menghiasi ruang kosong, misalnya dalam bentuk majalah, koran, tabloid, dan lain-lain. Ilustrasi dapat berbentuk macam-macam seperti karya seni sketsa, lukis grafis, karikatural dan akhir-akhir ini banyak dipakai image bitmap hingga karya foto. (Kusrianto, 2007:140)

Ada beberapa criteria yang dapat dijadikan patokan untuk membuat ilustrasi. Ilustrasi yang efektif umumnya memiliki kriteria sebagai berikut:

1. Komunikatif
2. Informatif
3. Ide baru, orisinil, bukan merupakan plagiat
4. Memiliki daya pukai yang kuat
5. Foto atau gambar memiliki kualitas yang baik (teknik pembuatan dan nilai seni).

Ilustrasi dalam Desain Komunikasi Visual tidak selalu berupa gambar (hand writing) tetapi juga dapat berupa foto, warna, garis, tekstur, huruf, dan sembarang elemen visual yang mendukung tujuan komunikasi dan estetika. Dalam sebuah desain poster ilustrasi digunakan untuk memperjelas dan mempermudah pembaca dalam memahami informasi dan bahkan dalam perkembangannya saat ini, ilustrasi digunakan untuk menarik perhatian orang.

4. Warna

Warna menjadi elemen penting dalam sebuah desain poster karena dapat memberi nuansa tertentu dalam membangun suasana dan kesan sebuah poster.

Setiap warna mempunyai karakteristik tersendiri. Dengan warna, seorang Desainer dapat mengkomunikasikan desainnya kepada audience secara efektif. Warna juga merupakan unsure yang mampu menyentuh kepekaan penglihatan sehingga mampu membangkitkan rasa dan emosi pengamatnya.

H. Metodologi Penelitian

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam kajian Perkembangan Desain Poster *Event Electronic Dance Music* Tahun 2009-2010 di Jakarta sebagai berikut:

1. Studi Pustaka

Metode ini dipakai guna penelusuran referensi terkait dengan konsep dan teori komunikasi dan desain komunikasi visual.

2. Observasi

Metode observasi dilakukan peneliti dengan cara mengamati berbagai poster *event electronic dance music* yang digelar di Jakarta pada tahun 2009 – 2010.

Pengamatan juga dilakukan oleh peneliti dengan cara mengamati langsung sejumlah *event electronic dance music* yang berlangsung di Jakarta pada tahun 2009 – 2010 dengan tujuan agar peneliti memperoleh pemahaman mengenai gelaran *event electronic dance music*.

3. Wawancara

Kegiatan wawancara dilakukan terhadap beberapa informan kunci dengan tujuan agar peneliti memperoleh pemahaman mengenai *event electronic dance music* sebagaimana *event* tersebut dimaknai oleh pelaku. Informan kunci dalam kajian ini antara lain pihak promotor, panitia penyelenggara, peserta dan penonton *event electronic dance music*.

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian adalah suatu strategi yang dipilih oleh peneliti untuk mengamati suatu fenomena. Mengumpulkan informasi dan menyajikan hasil

penelitian. Pendekatan penelitian menurut Becker adalah “Seperangkat gagasan yang melukiskan karakter situasi yang memungkinkan pengambilan tindakan, (Mulyana.2001:5).¹

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Kualitatif menurut Bogdan dan Taylor (1975) adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (dalam Pawito, 2008:84)².

Pendekatan kualitatif bertujuan menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya. Pendekatan ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau *sampling*,

bahkan populasi atau samplingnya yang sangat terbatas. Sehingga jika data yang terkumpul sudah mendalam dan bisa menjelaskan fenomena yang diteliti,

maka tidak perlu mencari sampling lainnya. Disini yang lebih ditekankan adalah persoalan kedalaman (kualitas) data bukan banyaknya (kuantitas) data. (Kriyantono, 2006:58)³

¹ Mulyana, Deddy.2001. *Metodologi Penelitian Komunikasi*. Cetakan 1 Bandung : Remaja Rosdakarya

² Pawito. 2008. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Cetakan ke dua. Yogyakarta : PT. LKIS Pelangi Aksara Yogyakarta.

³ Kriyantono, Rackmat. 2006. *Riset Komunikasi Teknik Praktis*. Jakarta: Prenada Media Group

Peneliti dalam hal ini adalah bagian integral dari data, artinya peneliti ikut aktif dalam menentukan jenis data yang diinginkan. Dengan demikian, peneliti menjadi instrument riset yang harus terjun langsung dilapangan. Karena itu penelitian ini bersifat subjektif dan hasilnya lebih kasuistik dan bukan untuk digeneralisasikan.

Maka dapat diketahui secara umum penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Intensif, partisipasi periset dalam waktu lama pada seting lapangan, periset adalah komponen pokok riset.
2. Perekaman yang sangat hati-hati terhadap apa yang terjadi dengan catatan-catatan di lapangan dan tipe-tipe lain dari bukti-bukti dokumenter.
3. Analisis data lapangan.
4. Melaporkan hasil termasuk deskripsi detail, *quotes* (kutipan-kutipan) dan komentar-komentar.
5. Tidak ada realitas yang tunggal, setiap peneliti menkreasi realitas sebagai bagian dari proses penelitiannya. Realitas dipandang sebagai dinamis dan produk konstruksi sosial.
6. Subjektif dan berada hanya dalam referensi peneliti. Periset sebagai sarana penggalian interpretasi data.
7. Realitas adalah historik dan tidak dapat dipilah-pilah.
8. Periset memproduksi penjelasan unik tentang situasi yang terjadi dan individu-individunya.
9. Lebih pada kedalaman (*depth*) dari pada keluasan (*breadth*)
10. Prosedur riset : empiris-rasional dan tidak berstruktur.
11. Hubungan antara teori, konsep dan data : data memunculkan atau membentuk teori baru. (Kriyantono, 2006:59)⁴

Berdasarkan ciri-ciri di atas, penelitian kualitatif adalah penelitian dimana

⁴ *Ibid Hal :59*

periset meneliti secara lebih mendalam mengenai objek yang sedang ditelitinya dengan mengumpulkan data melalui study pustaka dan catatan lapangan,

melakukan analisis terhadap data lapangan dengan teori yang diadopsinya kemudian menginterpretasinya sesuai dengan teori dan data yang didapatnya dari lapangan.

2.. Sifat Penelitian

Berdasarkan tujuannya, penelitian ini merupakan Penelitian yang bersifat deskriptif, yaitu :

“Penelitian yang hanya memaparkan peristiwa atau situasi dan tidak mencari ataupun menjelaskan hubungan, serta tidak menguji hipotesis, atau membuat prediksi. Dan penelitian yang mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, tata cara yang berlaku di dalam masyarakat, dan situasi-situasi tertentu.” (Jahja dan Irvan, 2006:12)⁵.

Dari penjelasan di atas, peneliti pahami bahwa penelitian deskriptif adalah penelitian yang menceritakan atau memaparkan tentang suatu peristiwa, kegiatan, kejadian, objek yang menjadi penelitian dan lain-lain tanpa menguji hipotesis/variabel tertentu.

Penelitian deskriptif “mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, serta tatacara yang berlaku di masyarakat, situasi-situasi tertentu termaksud tentang hubungan, kegiatan-kegiatan, sikap-sikap, pandangan-pandangan, serta proses-proses yang sedang berlangsung dan pengaruh dari suatu fenomena.(Koentjaningrat.1996:29)⁶

Berdasarkan pendapat di atas, penelitian deskriptif adalah penelitian yang dirancang untuk melukiskan sebuah gambaran atau

⁵ Jahja, Rusfaida dan Muhammad Irvan. 2006. *Menilai Tanggung Jawab Sosial Televisi*. Depok: Piramedia

⁶ Koentjaningrat.1996. *Metode-metode penelitian masyarakat*. Jakarta: Gramedia Pusaka Utama.

karakteristik suatu proses, situasi, kegiatan, sikap, pandangan atau fenomena tertentu. Gambaran ini menceritakan kepada kita apa yang terjadi atau tentang sesuatu atau karakteristik tentang seseorang. Fokus dari penelitian ini adalah perilaku yang sedang terjadi (*what exist at the moment*).

Sifat penelitian deskriptif, digunakan untuk menggambarkan (mendeskripsikan) subjek yang sedang diteliti. Oleh karena itu fokus dari penelitian ini adalah menggambarkan mengenai suatu kegiatan yang sedang terjadi, yaitu menggambarkan tentang Perancangan media kampanye sosial.

Data yang dikumpulkan pada penelitian yang bersifat deskriptif berupa kata-kata dan gambar. Dengan demikian penelitian ini akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberikan gambaran pada penyajian penelitian ini. Data tersebut berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, catatan atau memo, dan dokumen-dokumen resmi lainnya.

3. Fokus Penelitian

Fokus penelitian yang akan diteliti oleh peneliti adalah mencari tahu tentang bagaimana analisa perkembangan desain poster event elektronik dance music tahun 2009 – 2010 di Jakarta.

4. Waktu dan Tempat Penelitian

a. Waktu Penelitian

Penelitian ini memakan waktu kurang lebih dua bulan dan secara garis besar dibagi menjadi 4 (empat) tahapan, yaitu: *pertama* persiapan, *kedua* tahap pengumpulan data, *ketiga* tahap pengolahan data, *keempat* tahap penelitian karya ilmiah.

b. Tempat Penelitian

pembuatan konsep kreatif serta desain upaya analisa perkembangan desain poster event elektronik dance music tahun 2009 – 2010 di Jakarta, yang sebagian besar penduduknya di Jakarta.

5. Unit Observasi Data

Dalam penelitian ini, yang menjadi unit observasi peneliti adalah pada analisa perkembangan desain poster event elektronik dance music tahun 2009 – 2010 di Jakarta, yang mempunyai banyak manfaat sebagai penambah wawasan bagi pembacanya, pada konteks penelitian ini peneliti menggunakan analisis data kualitatif yang bersifat induktif yaitu suatu analisis berdasarkan data-data yang diperoleh, lalu diolah dan dikembangkan menjadi suatu hipotesis. Oleh karena itu peneliti mengumpulkan data-data seperti studi kepustakaan, catatan hasil observasi dan wawancara yang akan menjadi bahan dalam penelitiannya.

6. Unit Analisis Data

Yang menjadi objek penelitian ini analisa perkembangan desain poster event elektronik dance music tahun 2009 – 2010 di Jakarta. Penentuan pengambilan objek ini, berdasarkan keingintahuan peneliti terhadap upaya tersebut.

7. Teknik Pemilihan Key-Informan dan Informan

Dalam penelitian ini, key informan dan informan berfungsi sebagai salah satu sumber informasi yang utama. Menurut Ruslan key informan adalah : “orang utama yang merupakan kunci yang diharapkan menjadi narasumber informasi atau informan kunci dalam suatu penelitian”. (Rosady Ruslan,2003:245)⁷

Menurut pendapat di atas, key informan, adalah seseorang yang menjadi kunci utama mengenai sesuatu hal yang sedang diteliti, sedangkan Informan “informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian” (Moleong, 2004:132).⁸

Peneliti menyimpulkan bahwa informan merupakan orang yang memberikan informasi lebih lanjut mengenai penelitian, selain key informan.

Untuk memberikan data dan informasi yang relevan dengan fokus penelitian, maka peneliti harus dapat menentukan kriteria yang dibutuhkan untuk memilih informan yang sesuai dengan penelitian yang sedang

⁷ Ruslan, Rosady.2003. *Public Relations dan komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

⁸ Moleong, Lexy. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya

dilakukan. Oleh sebab itu peneliti menggunakan teknik sampling purposive (*purposive sampling*), teknik ini mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria tertentu yang dibuat oleh peneliti berdasarkan tujuan penelitian (Kriyantono, 2006:154-155).ⁱ

Adapun kriteria yang diberikan oleh peneliti untuk dapat menentukan informan adalah masyarakat khususnya wilayah Jakarta untuk mengetahui peran pentingnya poster sebagai sarana penyampaian pesan di Jakarta.

8. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dari penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data sebagai salah satu pendukung utama dalam sebuah penelitian. Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, sumber, dan cara. (Sugiyono, 2006:224)

Dalam memperoleh data-data yang diperlukan sesuai dengan pokok permasalahan penelitian karya ilmiah ini, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, sehingga dihasilkan data-data yang dapat menunjang penelitian karya ilmiah ini. Adapun teknik pengumpulan data tersebut terbagi didalam dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Adapun yang termasuk jenis data primer dan data sekunder adalah sebagai berikut :

1. Data Primer

Data primer adalah data yang didapatkan melalui informasi langsung dari hasil pengamatan, wawancara, observasi, dan lain-lain, yaitu berupa informasi yang didapat peneliti langsung dari sumbernya, data primer peneliti adalah sebagai berikut :

a. Wawancara

Wawancara adalah percakapan antara periset, seseorang yang berharap

mendapatkan informasi penting tentang suatu objek.

(Berger.2000:111).⁹ Wawancara merupakan metode pengumpulan data

yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya

(Kriyantono, 2006:96).¹⁰ Jenis wawancara yang digunakan peneliti

untuk memperoleh data dari subjek

penelitian yaitu *key informan* dan informan adalah wawancara semistruktur.

Pada wawancara semistruktur, pewawancara biasanya mempunyai daftar pertanyaan tertulis tapi memungkinkan untuk menanyakan pertanyaan-pertanyaan secara bebas, yang terkait dengan permasalahan.(Kriyantono,2006:97-98)¹¹

Berdasarkan hal tersebut maka dalam penelitiannya peneliti menyiapkan pertanyaan-pertanyaan wawancara secara bebas, namun tetap pada jalur pokok permasalahan yang akan ditanyakan kepada sumber berkaitan dengan manfaatnya pada masyarakat di Jakarta.

⁹ Kriyantono, Rackmat.2006.*Riset Komunikasi Teknik Praktis*. Jakarta: Prenada Media Group

¹⁰ *Ibid* hal.96

¹¹ *Ibid*. hal.97-98

b. Observasi

Observasi yang dilakukan peneliti dalam mengumpulkan data-data sebagai penunjang penelitiannya adalah menggunakan **observasi instrument analisis dokumen**, yaitu dimana peneliti menggunakan beberapa dokumen sebagai sumber informasi dalam menginterpretasikan data (Kriyantono.2006:113-114)¹².

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang membantu peneliti dalam mendapatkan data-data untuk melengkapi penelitian karya ilmiah ini yang mencakup aspek dari judul yang peneliti angkat. Data-data ini di dapat tidak langsung dari sumbernya melainkan melalui laporan-laporan dalam bentuk buku-buku acuan dan lain-lain. Dan data-data sekunder di dapat peneliti melalui berbagai sumber :

- a). Study Pustaka
- b) Internet

9. Keabsahan Data

Penilaian keabsahan penelitian kualitatif terjadi pada waktu proses pengumpulan data dan analisis interpretasi data. Dan untuk menentukan keabsahan data diperlukan teknik pemeriksaan. Pelaksanaan teknik pemeriksaan didasarkan atas sejumlah kriteria tertentu, dan dalam memeriksa

¹² *Ibid, Hal 113-114*

keabsahan data yang diperoleh maka peneliti menggunakan **metode kompetensi subjek riset**, artinya subjek riset harus kredibel.

I. JADUAL PELAKSANAAN

No.	Uraian	Juni	Juli
1.	Tahap Persiapan	√	
2.	Penelitian Lapangan	√	
3.	Pengolahan Data	√	
4.	Persiapan Laporan		√
5.	Pelaporan		√

J. PERSONALIAN PENELITIAN

1. Ketua Peneliti : Joachim David M, S.Sn.,M.Ds
2. Anggota Peneliti : Niken Savitri A, S.Sn, M.Ds
Agung Kurniawan, S.Pd
3. Tehnisi/laboran :-
4. Pekerja Lapangan :-
5. Tenaga Administrasi :-

K. PERKIRAAN BIAYA PENELITIAN

No,	Uraian	Jumlah (Rp.)
1.	Honorarium	Rp 500.000,-
2.	Bahan	Rp 1.300.000,-
3.	Alat-alat	Rp 1.300.000,-
4.	Perjalanan	Rp 300.000,-
5.	Pembuatan Laporan Penelitian	Rp 1.300.00,-
6.	Lain-lain	Rp. 500.000,-
	Jumlah	Rp. 5.100.000,-

DAFTAR PUSTAKA

- Artupida. 2013. *Illustration Faculty Essentials*. Jakarta: Carrot Academy.
- Alex, Sobur. 2003. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Bambang, Semedhi. 2011. *Sinematografi-Videografi Suatu Pengantar*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Brown, B. 2002. *Cinematography: Theory and Practice*. USA: Elsevier Science.
- Deka, Anjar, Rosmawati. 2012. *Digital Painting dan Desain Karakter dengan Adobe Photoshop*. Yogyakarta: Penerbit: Andi.
- Fandy, Tciptono. 2002. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Hermawan, Kartajaya. 1992. *Marketing plus: Jalur Sukses untuk Bisnis, Jalur Bisnis untuk Sukses*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Jefkins. 1997. *Periklanan*. Jakarta: Erlangga.
- John E. Kennedy, R. Dermawan Soemanegara. 2006. *Below The Line*. Jakarta: Erlangga.
- Jubille. 2010. *30 Bisnis Berbagi Ide bagi Siapa pun*. Jakarta: PT Alex Media Kompetindo.
- Kassali, Rhenald. 1992. *Management Periklanan: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka utama grafiti.
- Kusrianto. 2007. *Pengantar Desain komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi
- Mascelli, Joseph. 1987. *The Five C's of Cinematography Terjemahan H. M. Y. Biran*. Jakarta: Yayasan Citra.
- Sadjiman, Ebdi, Sanyoto. 2005. *Dasar-Dasar Tata Rupa dan Desain*. Yogyakarta: Hasta Karya.
- Shimp, Terence A. 2002. *Periklanan Promosi*. Jakarta: Erlangga.

- Siebert, Lori and Lisa Ballard.1992. *Making a Good Layout*. Cincinnati Ohio: North Light Books.
- Sihombing, Danton. 2001. *Tipografi dalam Desain Grafis*, Jakarta: Gramedia Pustaka Buku.
- Singgih, Gunarsa D. 2003. *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja*. Jakarta: Gunung Mulia.
- Stewart, Rewoldt H. 2005. *Strategi Promosi Pemasaran*Jakarta: Rineka Cipta.
- Surianto, Rustan. 2011. *Hurufontipografi*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Toni, Masdiono. 2007. *14 Jurus Membuat Komik*. Jakarta: Creativ Media.
-