

Tinjauan Poster Pencegahan Virus Corona-19 Guna Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Terhadap Pandemi Global

Galih Putra Pamungkas¹, Arsita Pinandita²

^{1,2}Institut Teknologi Telkom Purwokerto

¹Galih@ittelkom-pwt.ac.id.ac.id

²Arsita@ittelkom-pwt.ac.id

Abstract

Hoaxes about Covid that are spread through posters have caused fear in the community. This research is a qualitative study using an analytical approach to the design review. Through four stages of design review it was found, one simple way of sorting hoax news from the posters or information media that was spread was to pay close attention to the visual elements in the display of the poster or information media. Ensuring a message giver logo and a complete address where information can be easily accessed can be the first reference for us as a community to identify whether this information is a hoax or not.

Keywords: *hoax, Covid Poster, Design Review*

Abstrak

Hoax tentang covid yang tersebar melalui poster mengakibatkan ketakutan pada masyarakat. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan analisis pada tinjauan desain. Melalui empat tahapan tinjauan desain ditemukan, salah satu cara sederhana dalam memilah berita hoax dari poster atau media informasi yang tersebar adalah dengan jeli memperhatikan elemen visual dalam tampilan poster atau media informasi tersebut. Memastikan logo pemberi pesan dan alamat lengkap dimana informasi dapat dengan mudah diakses dapat menjadi rujukan pertama untuk kita sebagai masyarakat dapat mengidentifikasi informasi tersebut hoax atau tidak.

Kata Kunci: *hoax, poster covid, tinjauan desain*

PENDAHULUAN

Pada bulan Maret 2020 awal, Indonesia memulai peperangan untuk menghadapi pandemi Virus Corona (Virus Covid 19) yang mulai masuk. Virus Corona di Indonesia memberikan dampak di berbagai sektor nasional, seperti ekonomi, sosial, pendidikan dan lain sebagainya. Virus Corona sendiri adalah penyakit menular yang disebabkan oleh *coronavirus* yang paling baru ditemukan (news.detik.com, 26 April 2020). Virus dan penyakit baru ini tidak diketahui sebelum wabah dimulai di Wuhan, Tiongkok, pada bulan Desember 2019 dan masih berlangsung hingga saat ini. Bahkan pada bulan Maret, WHO mengumumkan bahwa Virus Corona ini merupakan pandemi global

yang harus diselesaikan bersama-sama karena sudah meluas di setiap negara. Survey yang dilakukan oleh Facebook pada April 2020 menunjukkan dengan masuknya Virus Corona di Indonesia, hampir 80% responden dari negara Indonesia takut tertular penyakit Virus Corona, tentunya hal ini didasari oleh karena belum adanya vaksin untuk mengatasi Virus Corona ini di seluruh Dunia. Data dari *Google Trend* menjabarkan juga hasil pencarian yang menjadi tertinggi pada bulan Maret 2020 adalah mengenai perkembangan Virus di Indonesia. Ada beberapa cara yang dapat dilakukan untuk terlibat langsung dalam upaya pencegahan dan menghentikan penyebaran virus ini. Salah satunya adalah

dengan membagikan poster berisi edukasi terkait covid-19. Poster terkait covid-19 saat ini mulai muncul sebagai alat media edukasi di beragam media sosial diantaranya; Facebook, Instagram, WhatsApp, ataupun Twitter. Desain komunikasi visual (DKV) dalam kehidupan modern saat ini dijejali dengan perangkat digital sesuai dengan perkembangan zaman. Tujuan desainer jadi semakin terdorong ke arah atau tujuan yang lebih baik. Tidak hanya sebagai juru poles estetika objek desain secara fisik atau digital, tetapi juga membantu penggunaannya, mengedukasi, serta membimbing masyarakat dalam memberikan solusi komunikasi. Meski demikian, yang menjadi permasalahan adalah banyak sekali poster yang muncul mengandung *hoax* dan informasi yang menyesatkan. Hal ini akhirnya menimbulkan banyak persoalan tambahan dalam penanggulangan virus ini, yaitu ketidakpercayaan masyarakat atas informasi berbentuk poster yang saat ini beredar luas di masyarakat, kepanikan di masyarakat hingga potensi perpecahan antar masyarakat.

Berdasarkan pemaparan di atas penulis menemukan metode anti *hoax* untuk merancang poster edukasi dalam format digital tentang himbauan kepada masyarakat tentang bahaya pandemi global. Metode untuk perancangan poster edukasi ini nantinya akan menjadi gerakan nasional di Indonesia. Metode anti *hoax* untuk perancangan poster edukasi digital ini bertujuan untuk mengajak masyarakat melawan virus corona, mengajak masyarakat untuk bergaya hidup sehat guna memutus mata rantai penyebaran virus tersebut di Indonesia, serta mendapat informasi yang terpercaya.

METODE

Dalam penelitian, teknik pengumpulan data merupakan faktor penting demi keberhasilan penelitian. Hal ini berkaitan dengan bagaimana cara mengumpulkan data,

siapa sumbernya, dan apa alat yang digunakan. Jenis sumber data adalah mengenai dari mana data diperoleh. Apakah data diperoleh dari sumber langsung (data primer) atau data diperoleh dari sumber tidak langsung (tidak primer).

Data primer adalah keterangan, informasi sebagai data awal yang diperlukan. Sumber dapat diperoleh dari kata-kata, tindakan subjek, serta sikap dan gambaran ekspresi dari subjek yang sedang diteliti. Dalam penelitian ini, subjek yang dilihat sebagai responden adalah masyarakat yang mengetahui kampanye pencegahan virus corona. Sedangkan data sekunder terbagi menjadi dua yaitu, mencari data dari sumber-sumber lain seperti buku yang berkaitan dan sumber internet yang sesuai dengan kepentingan dari topik yang diangkat dan mengumpulkan data dengan cara menggunakan referensi gambar dan video yang diambil melalui kamera yang dapat juga dijadikan untuk acuan mendesain nantinya. Pada perancangan ini, pengumpulan data yang dipilih yaitu dengan cara observasi, wawancara, literatur, dan internet.

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan analisis pada tinjauan desain. Menurut Adityawan dan Tim Litbang Concept dalam bukunya "Tinjauan Desain Grafis dari revolusi industri hingga Indonesia kini" (2010: 32) memaparkan metode dalam tinjauan desain sendiri memiliki empat tahapan dalam meninjau karya desain yakni: Tahap Deskriptif yang di dalamnya hanya menguraikan unsur- unsur, tahap Analisis formal yaitu membahas bagaimana elemen-elemen dasar dalam suatu karya tersusun menjadi suatu tampilan visual, tahap interpretasi yaitu menafsirkan makna suatu karya, dan yang ke empat adalah tahap evaluasi yakni menyelaraskan dengan lebih luas karya tersebut dengan lingkungan, masa tertentu ataupun pada waktu karya tersebut dibuat oleh desainernya (Adityawan dan Tim Litbang Concept, 2010 : 32). Secara lebih

detail dapat dijabarkan melalui penjelasan sebagai berikut:

1.Tahap Deskriptif; Terlebih dulu mengamati dan menguraikan unsur-unsur dalam sebuah karya tanpa membuat penilaian atau kesimpulan.

2.Tahap analisis formal; Membahas bagaimana elemen- elemen dasar dalam suatu desain terjalin menjadi sebuah susunan halaman atau lay-out.

3.Tahap intepretasi; Menafsirkan makna suatu iklan. Makna dari keinginan-keinginan perancang desain yang terungkap, bagaimana cara atau teknik yang digunakan untuk ungkapkan keinginan pencipta dalam karya tersebut dan sebagainya.

4.Tahap evaluasi Melakukan evaluasi lebih luas, membandingkan karya desain itu dengan dengan karya-karya pendahulunya, peran dan makna dari desain itu dalam lingkungan sosial pada zamannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Poster pertama yang dipilih ialah poster yang mempunyai pesan hoax tentang covid-19 dan menimbulkan keresahan warga. Pesan hoax pada poster tersebut tersebar melalui media sosial dan menjadi viral saat pandemi covid-19 sedang berada pada tingkat mengawatirkan. Poster kedua yang dipilih ialah poster resmi dari situs: www.bnpb.go.id (Badan Nasional Penanggulangan Bencana) yang berisi tentang informasi akurat tentang pencegahan covid secara resmi dari pemerintah. Tinjauan desain Poster dengan pesan hoax yang dikomparasikan dengan poster resmi pemerintah ini bertujuan untuk mencari bentuk ataupun tanda visual yang nantinya dapat mudah dikenali masyarakat Indonesia agar tidak mudah menyebar berita hoax. Septiaji Eko Nugroho (2018) sebagai Ketua Masyarakat Anti hoax mengungkapkan bahwa cepatnya penyebaran informasi dan berita netizen tidak diimbangi dengan sikap kritis terhadap berita itu sendiri. Itulah kenapa

memilih objek penelitain dari poster pencegahan covid yang dirilis secara resmi oleh pemerintah karena poster resmi dari pemerintah seringkali menjadi penangkal berita hoax yang tersebar di media sosial.

Cara pemilihan poster dalam melaksanakan penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Observasi dilakukan dengan mangamati langkah strategis pemerintah dalam menyampaikan pesan melalui bentuk komunikasi visual sebagai langkah persuasi kepada masyarakat tentang bahaya covid. (2) Wawancara kepada masyarakat tentang bahaya berita hoax yang dilakukan secara langsung guna mendapatkan respon yang sebenarnya tentang berita hoax.

A. Tinjauan desain poster hoax ‘Berhenti Total Tiga Hari’

1). Deskripsi



Gambar 1: Poster hoax yang viral dan menimbulkan keresahan.

Sumber: www.kompas.com

Poster diatas merupakan poster yang viral dikalangan masyarakat dan sempat membuat kekhawatiran karena pada saat poster ini beredar pandemic covid-19 sedang berada pada puncak ketakutan. Poster dalam format digital ini mempunyai ukuran 1.241px X 1.234px dengan menggunakan warna-

warna kontras (kuning, merah, biru dan hijau) yang juga ditambahkan image tangan dengan teknik fotografis. Dalam layoutnya bergaya asimetri yang pada sudut kanan dan kiri tidak sama secara bentuk namun mempunyai tingkat keseimbangan yang rata secara visual.

Pada *headline* dituliskan teks 'Serempak se-Indonesia, Berhenti Total Tiga Hari' dengan menggunakan jenis huruf atau font Helvetica yang cenderung kokoh, tegas dan kuat. *Subheadlinenya* ialah penjelasan dari teks ajakan *headlinenya* yang berbunyi 'virus tidal bisa pindah kecuali dipindahkan. Dan jika dalam 24 jam tidak dipindahkan, virus mati sendiri'. Lalu dibawahnya terdapat teks ajakan berhenti total selama tiga hari yaitu pada tanggal 10-12 april 2020. Format tipografi dalam desain poster tersebut dirancang dengan sangat menonjol dan kuat. Hal ini senada seperti dalam buku 'tipografi dalam desain grafis', Danton Sihombing menyatakan bahwa Tipografi merupakan representasi visual dari sebuah bentuk komunikasi verbal dan merupakan properti visual yang pokok dan efektif (Sihombing, 2001: 58).

Simbol tangan yang membantuk tanda 'OK' dikombinasikan dengan font tegas dan layout dengan objek berbentuk kotak serta segitiga dengan warna-warna kontras yang dapat dikategorikan menjadi elemen visual. Gambar tangan membentuk tanda 'ok' merupakan salah satu wujud lambang atau bahasa visual yang di dalamnya terkandung struktur rupa seperti: garis, warna, dan komposisi. Keberadaannya dikelompokkan dalam kategori bahasa komunikasi non verbal, ia dibedakan dengan bahasa verbal yang berwujud tulisan ataupun ucapan. Di dalam rancang grafis yang kemudian berkembang menjadi desain komunikasi visual banyak memanfaatkan daya dukung gambar sebagai lambang visual pesan, guna mengefektifkan komunikasi. Upaya mendayagunakan lambang-lambang visual berangkat dari premis bahwa bahasa visual memiliki

karakteristik yang bersifat khas bahkan sangat istimewa untuk menimbulkan efek tertentu pada pengamatnya. Hal demikian ada kalanya sulit dicapai bila diungkapkan dengan bahasa verbal. (Tinarbuko,2000: 32)

2). Analisis Formal

Poster hoax dalam format digital diatas mempunyai gaya layout asimetris. Menurut Beairad (2010) keseimbangan asimetris atau keseimbangan informal yang meliputi perbedaan ukuran, bentuk, warna, isi, posisi, tekstur, dan arah mata. Dengan pendekatan gaya asimetris diharapkan *audience* siapa saja yang melihat dapat dengan mudah tertarik untuk melihatnya. Selain itu gaya layout asimetris yang ditambahkan dengan tampilan warna yang cenderung kontras mempunyai kesan atraktif, karena dengan warna yang kontras maka tampilan visual dapat dengan mudah dipersepsi-kan sebelum dikenali. Maka dapat dipastikan bahwa warna adalah elemen wajib dalam desain, karena tanpa warna maka elemen lainnya dapat dikatakan tidak terlihat.

Sebuah tampilan karya desain membutuhkan layout atau tata letak yang baik dan mempunyai tingkat keterbacaan yang mudah agar *audience* yang melihat dapat menangkap pesan secara akurat. Menurut Rustan (2011:23) tujuan berbagai elemen dalam suatu tata letak adalah menyampaikan informasi dengan lengkap dan tepat, termasuk di dalamnya ialah kenyamanan dan kemudahan dalam membaca. Dalam tampilan poster ajakan berhenti total tiga hari secara visual mempunyai gaya tata letak yang rapi, dengan ilustrasi gambar fotografis tangan yang menunjukkan simbol 'ok' juga menambah kesan simbolis untuk mengikuti himbuan untuk tiga hari total diam dirumah. Dalam ajakan poster tersebut masyarakat diajak untuk mematikan virus covid dengan diam saja dirumah karena virus akan mati bila udara disekitar tidak dihirup oleh aktivitas

masyarakat. Meski tampilan desain info pada poster ini terkesan akurat namun virus tidak akan mati dengan sendirinya dalam 24 jam, hal ini juga ditanggapi oleh Dosen Departemen Ilmu Kesehatan Masyarakat dari Fakultas Kedokteran Universitas Padjadjaran, Dr Panji Hadisoemarto MPH, menegaskan bahwa himbauan itu adalah hoaks atau informasi palsu

3). Tahap interpretasi

Menurut Pierce (1995) mengatakan bahwa kita hanya dapat berpikir melalui medium tanda. Manusia hanya dapat berkomunikasi lewat sarana tanda. Tanda dalam kehidupan manusia bisa tanda gerak isyarat. Bentuk dalam poster tersebut juga mempunyai tanda ajakan yang kuat dengan simbol tangan merujuk pada simbol 'ok' yang seolah menjadi ajakan serentak untuk siap sedia melegitimasi 'ok' melaksanakan gerakan tiga hari total dirumah saja guna mematikan virus lewat udara.

Bila dilihat secara sekilas poster hoax ajakan total berhenti selama tiga hari ini mempunyai gaya visual yang rapi dan cukup meyakinkan. Terbukti sejak kemunculannya mampu membuat masyarakat panik dan terpengaruh terhadap pesan dalam poster tersebut. Hal ini senada dengan konsep komunikasi *persuasive* yakni tujuan komunikasi untuk mempengaruhi pembacanya (Safanayong, 2006: 10). Yang ingin disampaikan dalam pesan poster ini untuk ajakan melawan covid dengan menghentikan seluruh aktivitas luar ruang. Namun yang terjadi justru menimbulkan kekacauan ketika aktivitas luar ruang betul-betul ditiadakan, karena virus covid tidak akan mati lewat udara. Poster ini justru menambah ketakutan karena pada saat itu minimnya informasi yang beredar membuat warga masyarakat dengan mudah menyebar informasi yang belum jelas keasliannya. Dengan informasi yang sulit dikenali

kebenarannya, ditambah tampilan visual yang seolah meyakinkan maka informasi hoax dapat tersebar dengan cepat. Dalam bahasa Inggris, definisi kata *hoax* adalah "*deliberately fabricated falsehood made to masquerade as truth*", yang berarti sebuah kebohongan yang secara sengaja dibuat dan "menyamar" seolah berita itu adalah sebuah kebenaran (Juliswara, 2017:122).

4). Tahap Evaluasi

Gaya desain yang digunakan pada poster tersebut dilihat dari warna yang kontras ditata dengan sangat terstruktur sehingga tetap nyaman dilihat. Namun ada beberapa bagian secara tampilan visual kurang terlihat meyakinkan yang akhirnya terbukti menjadi poster hoax. Yaitu kurangnya tanda pengenalan berupa logo, yang dalam konteks ini logo tersebut menjadi acuan pihak pemberi pesan. Dalam penanggulangan covid pemerintah telah memberikan pengumuman secara resminya secara berkala yang dapat diakses di www.covid.go.id, www.bnpb.go.id dan Instagram resmi @bnpb_indonesia (Badan Nasional Penanggulangan Bencana). Sehingga setiap info yang beredar dapat diakses langsung tingkat akuratnya. Meski banyak institusi yang turut serta dalam menyebarkan dan memproduksi informasi pada masyarakat tentang informasi covid, namun segala hal yang berkaitan info resmi dapat dicek secara detail di halaman situs resmi pemerintah tersebut. Maka meski desain dalam poster hoax tersebut terlihat meyakinkan namun tidak adanya penanda berupa logo resmi yang menyertai maka bisa diragukan tingkat akurasi pesan yang dibawanya.

B. Tinjauan desain poster resmi BNPB ‘Social Distancing’

1) Deskripsi



Gambar 2: Poster ‘Sosial Distancing’
Sumber: www.bnpb.go.id

Poster dengan format digital berukuran 970px X 1280px ini adalah poster resmi dari pemerintah yang dirilis pada www.bnpb.go.id. Poster ini dirilis tepat pada bulan April disaat maraknya poster dengan informasi hoax yang tersebar melalui media sosial. Poster ini mempunyai bentuk persegi panjang dengan gaya visual infografis. Penggunaan warna yang didominasi warna abu-abu dan putih membuat tampilan ilustrasi terlihat lebih menonjol. Ilustrasi *vector* dengan teknik *flat-design* menjadi titik fokus utama dalam gaya visual infografis. Dalam dunia desain komunikasi visual infografis difungsikan untuk menampilkan informasi yang dikombinasikan dengan visualisasi yang menarik bagi *audience* yang melihat. Infografis dapat diartikan sebagai representasi

visual dari informasi, data atau pengetahuan yang menggabungkan data dan desain dengan lebih baik daripada data yang terdiri dari teks saja (Lee, 2014: 129). Infografis dalam poster ‘*sosial distancing*’ diatas terbagi dalam beberapa lima bagian, yaitu: bagian pertama dengan teks *headline Social Distancing* dengan jenis *font* arial berwarna oranye. Lalu dibawah *headline* ada teks penjelasan tentang pentingnya menjaga jarak dalam *social distancing*. Dibagian pojok atas kanan terdapat logo BNPB (Badan Nasional Penanggulangan Bencana) yang merupakan penanda pemberi informasi. Bagian kedua ialah teks ‘Jaga jarak’ yang juga diberi penjelasan pada bagian bawahnya. Penjelasananya berupa ukuran jarak minimal bila kita sedang beraktivitas pada luar ruang. Selain teks juga terdapat ilustrasi tentang adegan jarak minimum saat kedua orang sedang bertemu. Bagian ketiga menampilkan teks ‘hindari kerumunan’, lalu dibawahnya diberi penjelasan tentang larangan tempat-tempat kerumunan. Ilustrasi yang ditampilkan pada bagian ini juga menampilkan bentuk kerumunan orang-orang yang juga harus dihindari dengan tanda bahaya berupa ikon tanda seru berwarna kuning. Bagian keempat menampilkan teks ‘tetap dirumah’ dengan penjelasan teks untuk tetap melakukan segala aktivitas didalam rumah. Ilustrasi yang digunakan pada bagian ini menggambarkan icon rumah dengan lingkaran warna hijau. Pada bagian lima terdapat teks ‘sinar matahari’ dengan penjelasan teks dibawahnya yang berisi himbauan untuk berjemur dibawah matahari untuk menjaga daya tahan tubuh terhadap virus. Ilustrasi yang digunakan pada bagian ini menggambarkan orang yang sedang tersenyum dengan gambar matahari tersenyum.

2) Analisis Formal

Tiga aspek penting dalam infografis (Lankow, dkk., 2014: 40) adalah daya pikat, komprehensi dan retensi. Daya pikat

merupakan aspek yang dapat membuat khalayak tertarik untuk melihat sebuah infografis dalam waktu yang cukup lama sehingga pesan dalam infografis dapat tersampaikan. Sepertihalnya ilustrasi *vector* pada poster diatas daya pikat dapat diciptakan melalui rancangan visual dengan menggunakan ikon-ikon sederhana yang unik, tata letak elemen-elemen desain yang sedemikian rupa dan pemilihan warna-warna yang enak dipandang sehingga menimbulkan ketertarikan khalayak untuk mengetahui lebih lanjut apa isi dari infografis tersebut.

Menampilkan poster dengan gaya visual infografis menjadi cara baru dalam persebaran informasi saat ini. Konten pesan yang dirancang secara ringkas dan padat ditambah dengan gaya yang tidak terkesan kaku maka infografis dapat dengan mudah menarik *audience* untuk membaca atau mengamati pesan didalamnya. Pada poster '*social distancing*' diatas ditampilkan dengan gaya visual berkarakter ramah yang ditunjukkan dengan bentuk karakter ilustrasi yang semuanya sedang tersenyum dan bersahabat.

Warna yang digunakan dalam poster tersebut dominan menggunakan warna oranye dan kuning yang kuat namun tetap selaras yang dikombinasikan dengan interval tangga warna. Interval tangga warna merupakan tingkatan atau gradasi warna yang merupakan jembatan penghubung dua warna kontras. (Sanyoto, 2010: 33). Bentuk perpaduan warna ini juga menjadi penguat pesan pada poster *social distancing* dimana warna teks *headline* dan warna ilustrasi terlihat sangat menonjol dibandingkan warna backgroundnya.

Menganalisa dari kecenderungan yang terjadi, yaitu tentang bahaya persebaran virus covid saat dalam ber-aktivitas maka dibutuhkan kesadaran yang tinggi dari masyarakat guna saling menjaga satu sama lain. Virus covid memang harus dihindari dengan dirumah saja, namun bila dalam

kegiatan atau kebutuhan yang harus mengharuskan beraktivitas diluar rumah maka perlu adanya pengetahuan informasi akurat guna menjaga tubuh dari persebaran virus covid. Melalui poster ini pemerintah hendak menyampaikan pesan tentang jarak minimum yang harus dipatuhi serta menjauhi kerumunan. Selain itu dalam poster ini juga turut menampik berita hoax yang menyebutkan bahwa virus dapat mati ketika di udara selama 24 jam, sanggahan berita hoax tersebut justru ditampilkan bahwa kita membutuhkan asupan sinar matahari dengan udara yang segar guna menjaga daya tahan tubuh.

3) Tahap Interpretasi

Bentuk visual pada poster '*social distancing*' selain digambarkan dengan keceriaan dan optimisme juga menampilkan kesan kreatifitas. Semangat kreatifitas ditampilkan dengan penggunaan ilustrasi dengan gaya *flat-design* yang menggunakan warna yang cerah. Pengayaan bentuk ini juga menjadi ekspresi tersendiri dalam gaya infografis pada umumnya. Sajian visual seringkali menjadi representasi dari informasinya, itulah kenapa pesan pada poster ini meski membawa berita yang mengkhawatirkan tentang bahaya covid justru disampaikan dengan gaya visual yang mendamaikan tanpa menakut-nakuti. Hal ini senada dengan apa yang disampaikan oleh Laseau (1980) bahwa Kemampuan berkomunikasi secara grafis merupakan kompetensi utama seorang perancang. Untuk itu seorang perancang harus 1) memahami unsur-unsur dasar komunikasi (komunikator, penerima, pengantara, dan tautan) dan peranannya bagi ke-efektif-an komunikasi; 2) mampu mengembangkan bahasa gambar agar dapat membuat sketsa yang paling efektif untuk tujuan-tujuan komunikasi tertentu.

Desain komunikasi visual dengan pendekatan infografis secara sederhana ialah

komunikasi dengan menggunakan tanda, lambang dan simbol. Di dalam komunikasi poster tersebut menghasilkan informasi yang berawal dari informasi pencegahan covid dan diharapkan berakhir pada himbuan masyarakat penerima pesan. Proses transformasi informasi ini pada gilirannya menciptakan 'kebersamaan arti' pada orang-orang yang terlibat di dalamnya agar himbuan pemerintah tentang social distancing dapat disepakati bersama.

4) Evaluasi

Pokok bahasan pada poster ialah tentang ajakan social distancing atau bisa direpresentasikan sebagai ajakan untuk tetap mawas diri dengan melakukan pengamanan diri terhadap virus covid. Gagasan yang diusung dalam poster ini sebenarnya berawal dari gagasan sederhana dimana membangun kesadaran atas proteksi diri dari virus covid disaat maraknya informasi yang sulit ditemui kebenarannya.

Pada pojok kanan atas terdapat logo BNPB sebagai lembaga resmi dari pemerintah dan dibagian kanan pojok bawah terdapat keterangan dari situs www.bnpb.go.id sebagai media resmi dalam menyampaikan segala informasi akurat tentang perkembangan kasus covid di Indonesia. Penerapan logo pada poster sosial distancing mampu menjadi penanda tentang keakuratan berita maupun informasi yang disampaikan oleh pemerintah.

Penggunaan infografis dengan ilustrasi vector bergaya flat-design mewakili ajakan yang bersahabat untuk mewakili pesan sehingga mudah diterima. Tidak hanya berfokus pada informasi yang bersifat teksual namun desainer juga menggunakan ragam aktivitas berbentuk ilustrasi agar terjadi tafsir yang berbeda dari audience yang melihatnya.

KESIMPULAN

Hoax merupakan istilah yang tidak asing bagi masyarakat pengguna internet saat ini, sebuah kebohongan yang dibuat dan disebarakan secara sengaja melalui media internet. Hoax tentang covid yang tersebar melalui poster pada pembahasan diatas telah mengakibatkan ketakutan pada masyarakat. Bergesernya cara penyebaran informasi dari media konvensional ke media internet telah menimbulkan pro dan kontra. Dari dua tinjauan desain poster diatas dengan hanya memperhatikan secara sekilas bentuk gaya visualnya saja akan sulit ditemukan kebenaran dari informasi yang disampaikan. Salah satu cara sederhana dalam memilah berita hoax dari poster atau media informasi yang tersebar adalah dengan jeli memperhatikan elemen visual dalam tampilan poster atau media informasi tersebut. Memastikan logo pemberi pesan dan alamat lengkap dimana informasi dapat dengan mudah diakses dapat menjadi rujukan pertama untuk kita sebagai masyarakat dapat mengidentifikasi informasi tersebut hoax atau tidak. Dengan aktif mencari kebenaran informasi melalui identifikasi visual diharapkan mampu mengedukasi masyarakat tentang berhati-hati dalam menggunakan media internet dan menyebarkan informasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adityawan, Arief dan Tim Litbang Concept. (2010). *Tinjauan Desain Grafis dari revolusi industri hingga Indonesia kini*. Jakarta: PT. Concept Media.
- Beaird, J. (2010). *The Principles of Beautiful Web Design (2nd Edition)*. Canada: SitePoint Pty Ltd.
- Besen, E. (2008). *Animation Unleashed*. California: Michael Wiese Productions.
- Bousquet, M., & Garcia, A. (2016). *Physics for Animator*. Florida: CRC Press.

- Lankow, J., Ritchie, J., Crooks, R. (2014).
Infografis: Kedasyatan cara bercerita
visual. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Laseau, Paul. (1980). *Graphic Thinking for
Architects and Designers Third Edition*,
Van Nostrand Reinhold Company, New
York.
- Lee, Christopher. (2014). *Yuk, Optimalkan
Visualisasi Data dengan Chart dan
Infografis*. Jakarta: Elex Media
Komputindo.
- Pierce, Charles Sanders dalam Winfried Noth.
(1995). *Handbook Of Semiotics*. Indiana
University Press, Bloomington and
Indianapolis.
- Rustan, Surianto. (2011). *Huruf
FontTipografi*. Jakarta: PT. Gramedia
Pustaka Utama.
- Safanayong, Yongki. (2006). *Desain
Komunikasi Visual Terpadu*. Jakarta:
Arte Intermedia.
- Sanyoto, S. E. (2010). *Nirmana,
Elemenelemen Seni dan Desain*.
Yogyakarta: Jalasutra.
- Sihombing, Danton. (2001). *Tipografi Dalam
Desain Grafis*. Jakarta: PT. Gramedia
Pustaka Utama
- Tinarbuko, Sumbo (2000) 'SEMIOTIKA
ANALISIS TANDA PADA KARYA
DESAIN KOMUNIKASI VISUAL'
NIRMANA Vol. 5, No. 1, Januari 2003
- www.bnpb.go.id, sampel poster.
- www.facebook.com pada April 2020
- www.kompas.com, "Hoaks, Angin Utara
Bawa Wabah Penyakit dan Ajakan
Berhenti Total 3 Hari", April 2020.
- www.news.detik.com, "Kapan Sebenarnya
Corona Pertama Kali Masuk RI?", Mei
2020
- www.trends.google.co.id pada Maret 2020