

REKONSTRUKSI POSTER SEBAGAI MEDIA ASPIRASI DAN PROPAGANDA MAHASISWA

Irfan Arifin¹, Nurjayanti²

¹Prodi Desain Komunikasi Visual Universitas Negeri Makassar

²Prodi Desain Komunikasi Visual Universitas Negeri Makassar

Email: irfan.arifin@unm.ac.id, nurjayanti@unm.ac.id

ABSTRACT

This article describes posters as an alternative medium for conveying messages and their relationship with social movements. This shows how posters should be represented as an appropriate medium for conveying aspirations and propaganda. This study shows that posters are used as a tool to express aspirations and propagate important ideas for students, and how posters are reconstructed as an effective medium for aspirations and propaganda for students. The research method used is literature study involving three main stages, identifying sources, collecting and analyzing data. Researches analyze how poster design can influence viewer acceleration and response through theories of information processing, perception and mass communication, so that visual communication strategies can be applied to achieve certain goals. The results of this research describe that in designing posters as an effective medium for conveying aspirations and propaganda, several factors must be considered, including creativity, effectiveness, conceptual design, media implementation, and recommendations for development and improvement which are expected to provide practical implications for visual communication designers and students in utilizing posters as a medium to convey aspirations and propaganda.

ABSTRAK

Tulisan ini mendeskripsikan poster sebagai salah satu media alternatif penyampai pesan dan hubungannya dengan gerakan sosial. Ini menunjukkan bagaimana seharusnya poster dapat direpresentasikan sebagai medium yang tepat dalam menyampaikan aspirasi dan propaganda. Studi ini menunjukkan bahwa poster digunakan sebagai alat untuk mengekspresikan aspirasi dan mempropagandakan ide-ide penting bagi mahasiswa, dan bagaimana poster direkonstruksi sebagai medium aspirasi dan propaganda yang efektif bagi mahasiswa. Metode penelitian yang digunakan yaitu studi literatur dengan melibatkan tiga tahap utama, mengidentifikasi sumber,

mengumpulkan dan menganalisis data. Peneliti menganalisis bagaimana desain poster dapat memengaruhi percepatan dan respon pemirsa melalui teori-teori pemrosesan informasi, persepsi, dan komunikasi massa, sehingga strategi komunikasi visual dapat diterapkan untuk mencapai tujuan tertentu. Hasil penelitian ini mendeskripsikan bahwa dalam mendesain poster sebagai medium penyampai aspirasi dan propaganda yang efektif, beberapa faktor harus diperhatikan, di antaranya kreativitas, efektifitas, desain konseptual, implementasi media, dan rekomendasi pengembangan dan perbaikan yang diharapkan memberikan implikasi praktis bagi desainer komunikasi visual dan mahasiswa dalam memanfaatkan poster sebagai medium untuk menyampaikan aspirasi dan propaganda.

Kata Kunci: *Rekonstruksi Media, Media Alternatif, Poster, Aspirasi, Propaganda.*

PENDAHULUAN

Poster sebagai medium komunikasi visual sudah ada sejak zaman dahulu. Namun, penggunaan poster secara massal dimulai pada akhir abad ke-19. Pada masa itu, revolusi industri dan perkembangan teknologi membuat produksi poster menjadi lebih mudah dan efisien. Poster digunakan untuk berbagai tujuan, seperti promosi produk, acara, kampanye, dan lain-lain. Selain itu, poster juga menjadi bagian dari budaya pop, seperti poster film atau poster musik. Oleh karena itu, poster menjadi fenomena yang sangat populer dan memegang peran penting dalam sejarah komunikasi visual (Dawami, 2021).

Media poster telah lama digunakan sebagai alat komunikasi visual yang efektif dan menarik karena kemampuannya menyampaikan pesan dan informasi. Keunggulan dari poster adalah mudah diproduksi dan didistribusikan. Hal ini membuat poster menjadi salah satu media yang sangat berguna bagi organisasi. Dalam konteks kegiatan, poster sering digunakan sebagai medium untuk menyampaikan pesan, informasi, aspirasi dll. Namun, keberhasilan poster dalam menyampaikan pesan tergantung pada desain dan strategi komunikasi visual yang digunakan. Poster juga memiliki kekurangan, seperti keterbatasan dalam menyampaikan informasi yang detail dan ketergantungan terhadap visualisasi yang menarik (Mwaikusa, 2022).

Dalam display (2023) sebagai sebuah medium komunikasi visual yang sering digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada audiens tertentu, keberadaan poster terkait dengan: 1) popularitas, poster sangat populer dan banyak digunakan karena mudah diproduksi dan diterima oleh audiens; 2) versatilitas, poster bisa digunakan untuk berbagai tujuan, seperti

promosi produk, acara, kampanye, dan lain-lain; 3) ekonomis, biaya produksi poster relatif lebih rendah dibandingkan dengan media lain, sehingga lebih ekonomis; 4) dapat memotivasi, poster sering digunakan untuk memotivasi audiens, seperti poster motivasi atau poster kampanye sosial; 5) dapat menyampaikan pesan secara efektif, poster bisa menyampaikan pesan dengan menggabungkan teks, gambar, dan warna untuk memberikan visual yang kuat; 6) berkontribusi terhadap budaya pop, poster sering digunakan sebagai bagian dari budaya pop, seperti poster film atau poster musik; 7) dapat menjadi koleksi, beberapa poster memiliki nilai historis atau seni yang tinggi, sehingga bisa menjadi koleksi bagi penggemar; dan 8) dapat menjadi media propaganda, poster juga bisa digunakan sebagai alat propaganda politik atau agama.

Poin yang menyebutkan bahwa poster dapat menjadi alat propaganda politik atau agama, ini menjelaskan bahwa poster dapat digunakan untuk mempromosikan suatu pandangan politik dengan tujuan untuk mempengaruhi pandangan dan tindakan orang lain. Poster dapat memainkan peran penting dalam mempengaruhi opini publik dan membantu memperkuat suatu ideologi tertentu.

Ulasan ini menekankan pentingnya mengkaji fenomena poster menggunakan teori-teori terkait sebagai media propaganda dan bagaimana rekonstruksi dapat membantu memperbaiki kualitas dari poster sebagai media dalam menyampaikan pesan. Ini akan memberikan wawasan yang lebih baik tentang bagaimana poster dapat digunakan sebagai medium dengan lebih efektif.

Media poster merupakan salah satu bentuk media yang sering digunakan untuk menyampaikan aspirasi dan propaganda. Poster memiliki kelebihan dalam menyampaikan pesan dengan mudah dan cepat, karena dapat ditempel di berbagai tempat seperti dinding, papan pengumuman, atau tempat-tempat yang sesuai. Karena itu, poster dapat membantu meningkatkan daya tarik dan minat dalam menyampaikan aspirasi dan propaganda.

Mahasiswa memiliki peran yang sangat penting dalam masyarakat. Mereka memiliki aspirasi dan kepentingan yang harus diakui dan didengar oleh masyarakat. Salah satu caranya adalah dengan menggunakan media poster.

Media poster memiliki kelebihan dalam menyampaikan pesan secara visual dan mudah dipahami. Juga memiliki keunggulan dalam hal cakupan informasi yang luas. Dengan menempel poster pada tempat-tempat strategis, mahasiswa dapat menyampaikan aspirasi dan propaganda mereka kepada masyarakat dengan lebih efektif. Pentingnya media poster sebagai medium aspirasi dan propaganda bagi mahasiswa juga terlihat dari daya tarik dan minat mahasiswa dalam menyampaikan aspirasi dan propaganda mereka. Poster yang memiliki desain yang menarik dan informatif dapat membantu menarik perhatian masyarakat, sehingga mempermudah dalam menyampaikan aspirasi dan propaganda mahasiswa.

Dapat dikatakan bahwa media poster memiliki peran yang sangat penting bagi mahasiswa dalam menyampaikan aspirasi dan propaganda mereka kepada masyarakat.

Peneliti telah menelusuri sumber data terkait poster sebagai medium aspirasi dan propaganda untuk selanjutnya dijadikan landasan dalam melakukan analisis pada penelitian ini, penelitian pertama ialah penelitian yang dilakukan oleh Azimah (2015) dengan judul *Street Art* melalui media poster sebagai sarana ekspresi terhadap isu sosial dan politik. Hasilnya menyatakan bahwa seorang seniman di Yogyakarta bernama Andrew Lumban Gaol yang menggunakan *street art* berupa poster untuk menyuarakan dan melakukan propaganda dengan menggunakan simbol-simbol visual bermuatan isu sosial-politik di Indonesia.

Penelitian kedua yaitu penelitian yang dilakukan oleh Nofrima dan Qodir (2021) yang berjudul gerakan sosial baru di Indonesia merupakan sebuah studi gerakan Gejayan Memanggil tahun 2019. Hasilnya menyatakan bahwa gerakan Gejayan Memanggil 2019 merupakan suatu gerakan sosial baru yang terjadi di kalangan mahasiswa, khususnya di Yogyakarta tepat di jalan Gejayan yang dijadikan sebagai titik lokasi diselenggarakannya aksi tersebut. Jalan Gejayan dipilih sekaligus untuk memperingati aksi mahasiswa menuntut reformasi pada tahun 1998 yang juga dilakukan di jalan Gejayan tersebut. Poster menjadi salah satu media yang digunakan para mahasiswa dalam aksi tersebut. Poster tersebut disebarluaskan dengan memanfaatkan media sosial dengan bermuatan kalimat propaganda yang menarik. Cara ini dianggap memberikan pengaruh yang signifikan yang berhasil melibatkan 15.000 demonstran pada aksinya.

Merujuk pada dua penelitian terdahulu tersebut, maka penelitian ini akan fokus membahas rekonstruksi media poster sebagai medium aspirasi dan propaganda bagi mahasiswa dengan tujuan untuk mengkaji proses rekonstruksi poster sebagai media penyampai aspirasi dan propaganda bagi mahasiswa. Lebih spesifik lagi, penelitian ini bertujuan menganalisis dan menunjukkan bagaimana desain poster dapat memengaruhi percepatan dan respon pemirsa, serta menjelaskan strategi komunikasi visual yang dapat diterapkan untuk mencapai tujuan tertentu.

Adapun hasil dari penelitian ini akan memberikan implikasi praktis bagi mahasiswa dan desainer komunikasi visual dalam memanfaatkan poster sebagai media untuk menyampaikan aspirasi dan propaganda.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan yakni studi literatur dengan melibatkan tiga tahap utama, yaitu: 1) Identifikasi Sumber: tahap ini melibatkan pencarian dan identifikasi sumber-sumber tertulis yang terkait dengan topik penelitian yaitu tentang proses rekonstruksi poster sebagai media

penyampai aspirasi dan propaganda bagi mahasiswa. Adapun sumber tertulis yang dimaksud seperti buku, jurnal, dan dokumen lain yang sesuai; 2) Kumpulan Data: tahap ini melibatkan pengumpulan data dari sumber-sumber tertulis yang telah ditemukan dan memilah informasi yang relevan dengan topik penelitian. Pada tahap ini, seluruh sumber tertulis yang berhasil dikumpulkan akan disaring atau dipilah informasi yang paling sesuai; 3) Analisis Data: tahap ini melibatkan analisis secara komprehensif terhadap data yang telah dikumpulkan dan mengidentifikasi tema dan pola-pola yang berulang. Analisis ini melibatkan pengkategorian informasi, membuat ringkasan, dan membuat kesimpulan. Analisis dan evaluasi dalam hal ini berupa analisis dan evaluasi terhadap media poster sebagai medium aspirasi dan propaganda. Hal-hal yang dianalisis dan dievaluasi antara lain meliputi efektivitas media poster, faktor-faktor yang memengaruhi efektivitas, serta bagaimana cara untuk meningkatkan efektivitas media poster sebagai medium aspirasi dan propaganda bagi mahasiswa. Kemudian, hasil analisis dan evaluasi tersebut digunakan untuk memberikan rekomendasi atau saran perbaikan bagi pengembangan media poster yang sudah ada dan dimanfaatkan mahasiswa selama ini sebagai medium aspirasi dan propaganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Poster Sebagai Media Penyampai Aspirasi dan Propaganda

Secara umum, penggunaan poster dapat memainkan peran penting. Poster yang memiliki desain yang menarik dan informatif dapat membuat audiens tertarik untuk membaca informasi yang terdapat pada poster tersebut. Poster dapat membantu memvisualisasikan informasi dan pesan yang dibahas, sehingga mempermudah audiens untuk memahami informasi tersebut. Poster yang mempromosikan, menginformasikan dan menampilkan visual dapat memotivasi. Poster dapat digunakan untuk menyampaikan pesan yang diadakan oleh pihak organisasi, yang dapat mempengaruhi audiens. (Faturochman, 2020).



Reproduksi poster propaganda [Jepang] dari Indonesia (Sumatera) "Belanda Mendarat. Indonesia Menjerboe" yang diterbitkan oleh Perangan Dipisi III Tentera Soematera (Sumber wikicommon, Public Domain)

Azizah (2022) menjelaskan bahwa poster adalah media komunikasi yang menampilkan informasi yang mengandung ajakan atau himbauan untuk melakukan sesuatu, yang dapat berupa gambar atau tulisan. Poster ini biasanya dipasang di lokasi-lokasi yang sering dikunjungi banyak orang dan mudah dilihat, seperti di dinding atau di tempat-tempat strategis. Sedangkan dalam Huck et al., (1997), poster adalah suatu media visual yang menampilkan informasi, pesan, atau konsep tertentu dalam bentuk grafis, teks, dan gambar. Poster biasanya digunakan untuk menyampaikan aspirasi secara cepat dan mudah dipahami oleh audiens yang memandangnya. Ukuran poster biasanya lebih besar dibandingkan dengan brosur atau leaflet, dan seringkali dipajang di tempat-tempat publik seperti papan pengumuman, dinding bangunan, atau stand promosi.



Laporan/Seri: Pameran "Beautiful Freedom?" di Gereja Baru di Amsterdam. Deskripsi: Koleksi propaganda Nazi (Sumber wikicommon, Public Domain)

Aspirasi sendiri adalah suatu teori yang menjelaskan bagaimana individu mencapai tujuannya dalam hidup. Teori ini menekankan pada faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi dan perilaku individu, seperti harapan, tujuan, dan kebutuhan (Ryan and Deci, 2017). Sedangkan Propaganda adalah suatu teori yang menjelaskan bagaimana suatu pesan atau informasi dapat dipengaruhi atau dimanipulasi agar mempengaruhi opini dan tindakan seseorang. Teori ini menekankan pada teknik-teknik persuasi yang digunakan untuk mempengaruhi audiens, seperti halnya retorika, framing, dan pemilihan informasi (Paxton, 2007).

Dalam membuat poster yang akan digunakan sebagai medium aspirasi dan propaganda perlu menerapkan beberapa teori, seperti teori pemrosesan informasi, teori persepsi, teori komunikasi massa dan teori persuasi. Teori pemrosesan informasi membahas bagaimana informasi diterima dan diproses oleh penerima, sedangkan teori persepsi membahas bagaimana informasi visual dipahami dan diterjemahkan oleh individu. Teori komunikasi massa membahas bagaimana media mempengaruhi pandangan dan perilaku masyarakat, dan teori persuasi membahas bagaimana pesan dapat mempengaruhi sikap dan tindakan seseorang. Menerapkan teori-teori tersebut pada poster akan membantu memastikan bahwa pesan yang disampaikan dalam poster tersebut tersampaikan dengan efektif dan memiliki dampak yang diinginkan.

Salah satu ungkapan dari Lindsay and Norman (An Introduction to Psychology.pdf," n.d.) mengenai pemrosesan informasi adalah: *"Information processing is the study of how people understand, remember, and use information."* Ini menunjukkan bahwa pemrosesan informasi adalah bagian dari psikologi yang mempelajari bagaimana manusia memahami, mengingat, dan menggunakan informasi.

Ungkapan tersebut menjelaskan bahwa pemrosesan informasi adalah sebuah studi tentang bagaimana manusia memproses informasi yang mereka terima. Proses ini melibatkan tiga tahap utama: memahami informasi,

mengingat informasi, dan menggunakan informasi. Studi pemrosesan informasi membantu untuk memahami bagaimana manusia memproses informasi dan bagaimana informasi tersebut mempengaruhi perilaku dan pemikiran manusia.

Kaitan antara pemrosesan informasi dan media poster adalah bahwa media poster merupakan sumber informasi bagi pemrosesan informasi manusia. Dalam hal ini, poster bertindak sebagai medium untuk membantu penonton memahami, mengingat, dan menggunakan informasi. Oleh karena itu, poster harus dirancang dan disajikan dengan cara yang efektif untuk memastikan bahwa informasi yang diterima oleh penonton sesuai dengan tujuan poster.

Pemrosesan informasi dan persepsi dapat membantu dalam memahami bagaimana penonton memproses informasi dalam poster dan bagaimana poster dapat disajikan dengan cara yang efektif untuk memastikan bahwa informasi yang diterima oleh penonton sesuai dengan tujuan. Teori persepsi adalah bagaimana individu memproses, menafsirkan, dan memahami informasi yang diterima melalui indera mereka. Teori ini menekankan peran penting pengalaman individu dalam mempengaruhi cara mereka mempercepat informasi. Dalam Jacobson and Russon (2017) yang menekankan peran penting persepsi langsung dalam memahami dunia sekitar, berpendapat bahwa individu memperoleh informasi melalui interaksi dengan lingkungan mereka, dan bahwa mereka menggunakan informasi tersebut untuk membuat asumsi dan menafsirkan dunia.

Sedangkan Teori persepsi, menurut Sellars, Wilfrid (Sellars Science Perception And Reality - libgen.li.pdf," n.d.) teori persepsi adalah cara individu memproses dan memahami informasi yang diterima melalui indera mereka. Dalam tulisannya, teori persepsi dikembangkan sebagai suatu proses yang melibatkan interaksi antara pengalaman dan proses kognitif. Sellars, Wilfrid berpendapat bahwa individu memiliki pengalaman yang berbeda dan bahwa pengalaman tersebut mempengaruhi cara mereka memproses dan memahami informasi. Mereka juga menekankan bahwa persepsi individu dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti motivasi, harapan, dan keyakinan. Oleh karena itu, persepsi seseorang dapat berbeda dari realitas yang sebenarnya.

Teori persepsi memiliki kaitan yang erat dengan poster, karena poster merupakan salah satu bentuk komunikasi visual yang bertujuan untuk mempengaruhi persepsi audiens. Dalam hal ini, poster harus mengandalkan teori persepsi untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan efektif dan mudah dipahami oleh audiens. Pembuat poster harus mempertimbangkan bagaimana desain, warna, tulisan, dan elemen lain dalam poster akan mempengaruhi persepsi audiens. Misalnya, desain poster yang kontras dan berwarna-warni akan lebih mudah dilihat dan memikat perhatian daripada poster yang memiliki desain yang monokromatik atau kurang mencolok.

Sebagai contoh, poster iklan harus mempertimbangkan bagaimana audiens akan memproses informasi yang disampaikan dalam poster. Iklan harus

memastikan bahwa pesan yang disampaikan mudah dipahami dan menarik perhatian audiens, sehingga mempengaruhi persepsi mereka dan memotivasi mereka untuk membeli produk atau layanan yang ditawarkan. Dengan demikian, teori persepsi sangat penting dalam membuat poster yang efektif, karena membantu memastikan bahwa pesan yang disampaikan dalam poster diterima dan dipahami dengan benar oleh audiens.

Teori-teori komunikasi massa juga membantu dalam memahami bagaimana poster dapat digunakan sebagai medium aspirasi dan propaganda yang efektif. Menurut Hansen et al. (1998) teori komunikasi massa adalah studi tentang bagaimana informasi diterima dan diproses oleh audiens melalui media massa seperti televisi, radio, surat kabar, dan internet. Dalam tulisannya, teori komunikasi massa didefinisikan sebagai suatu proses yang melibatkan pengiriman pesan oleh pengirim ke audiens melalui saluran massa. Hansen menekankan bahwa teori komunikasi massa mempelajari bagaimana media massa mempengaruhi pemikiran, perasaan, dan perilaku audiens. Dalam hal ini, teori komunikasi massa memperhitungkan bagaimana pesan disampaikan, bagaimana pesan diterima, dan bagaimana pesan mempengaruhi audiens. Oleh karena itu, teori komunikasi massa sangat penting untuk memahami bagaimana media massa mempengaruhi masyarakat dan bagaimana masyarakat mempengaruhi media massa.

Poster adalah salah satu bentuk komunikasi massa. Dalam hal ini, poster bertindak sebagai saluran komunikasi yang memungkinkan pengirim pesan menyampaikan informasi ke audiens melalui media massa. Poster adalah salah satu contoh yang baik dari bagaimana teori komunikasi massa berlaku dalam praktek. Poster memungkinkan pengiriman pesan yang mampu menjangkau khalayak heterogen yang mampu memengaruhi persepsi dan perilaku audiens. Oleh karena itu, teori komunikasi massa sangat penting untuk memahami bagaimana poster memengaruhi audiens dan bagaimana audiens memengaruhi poster.

Rekonstruksi Poster Sebagai Media Aspirasi dan Propaganda Bagi Mahasiswa

Penelitian ini membahas bagaimana poster direkonstruksi berdasarkan teori-teori yang telah dipaparkan pada bagian sebelumnya di atas dengan memperhatikan penerapan teori pemrosesan informasi terhadap poster menurut Jacobson and Russon (2017) yang meliputi tiga hal utama:

1. Pemrosesan atensi: Teori pemrosesan informasi menyatakan bahwa individu hanya dapat memproses informasi yang mereka perhatikan. Dalam hal ini, desain poster yang menarik dan mencolok akan lebih memikat perhatian audiens daripada poster yang kurang mencolok.
2. Pemrosesan pengingat: Teori pemrosesan informasi juga menyatakan bahwa individu lebih mampu mengingat informasi yang mereka perhatikan.

Oleh karena itu, poster harus menyampaikan pesan yang mudah dipahami dan mudah diingat oleh audiens.

3. Pemrosesan makna: Teori pemrosesan informasi menyatakan bahwa individu memproses informasi dengan cara memasukkannya ke dalam kategori dan membuat generalisasi tentang apa yang mereka lihat. Dalam hal ini, poster harus memastikan bahwa pesan yang disampaikan mudah dipahami dan memiliki makna bagi audiens.

Dengan demikian, penerapan teori pemrosesan informasi terhadap poster membantu memahami bagaimana audiens memproses informasi yang mereka terima melalui poster. Hal ini membantu pembuat poster memastikan bahwa pesan yang disampaikan efektif dan mudah dipahami oleh audiens.

Penerapan teori persepsi menurut Jacobson and Russon (2017) terhadap poster juga meliputi tiga hal utama:

1. Konsep pemrosesan *bottom-up*: Teori persepsi menyatakan bahwa persepsi individu dapat dikendalikan oleh stimulus yang mereka terima melalui indera mereka. Dalam hal ini, poster harus menyampaikan informasi secara jelas dan menarik melalui bentuk, warna, dan teks.
2. Konsep pemrosesan *top-down*: Teori persepsi juga menyatakan bahwa persepsi individu juga dipengaruhi oleh pengalaman dan pengetahuan sebelumnya. Oleh karena itu, poster harus menyampaikan pesan yang relevan dan memiliki makna bagi audiens.
3. Konsep asosiasi: Teori persepsi menyatakan bahwa individu memproses informasi dengan cara mengasosiasikan informasi baru dengan pengetahuan sebelumnya. Dalam hal ini, poster harus memastikan bahwa pesan yang disampaikan memiliki kaitan dengan pengalaman dan pengetahuan sebelumnya bagi audiens.

Dengan demikian, penerapan teori persepsi terhadap poster membantu memahami bagaimana audiens memproses informasi yang mereka terima melalui poster. Hal ini membantu pembuat poster memastikan bahwa pesan yang disampaikan efektif dan mudah dipahami oleh audiens.

Sedangkan Penerapan teori komunikasi massa terhadap poster (Huck, 1997) meliputi empat hal utama:

1. Konsep audiens pasif: Proses komunikasi yang terjadi pada pengiriman pesan melalui media massa cenderung bersifat komunikasi satu arah (*one way communication*) dan masing-masing audiens memiliki persepsi yang berbeda-beda. Teori komunikasi massa menyatakan bahwa audiens seringkali pasif dan tidak aktif dalam memproses informasi yang mereka terima melalui media massa. Dalam hal ini, poster harus menyampaikan pesan yang mudah dipahami dan menarik bagi audiens.

2. Konsep pesan: Teori komunikasi massa menyatakan bahwa pesan yang disampaikan melalui media massa harus memiliki makna bagi audiens. Penggunaan symbol, tanda, atau lambing yang dipilih harus disesuaikan dengan konteksnya. Dalam hal ini, poster harus menyampaikan pesan yang relevan dan memiliki makna bagi audiens sehingga mampu mempersuasi audiensnya.
3. Konsep sender-receiver: Teori komunikasi massa menyatakan bahwa ada dua pihak dalam proses komunikasi, yaitu pengirim pesan (sender) dan penerima pesan (receiver). Dalam hal ini, poster harus memastikan bahwa pesan yang disampaikan sesuai dengan harapan dan kebutuhan audiens.
4. Konsep media: Teori komunikasi massa menyatakan bahwa media memiliki peran penting dalam menentukan bagaimana informasi diterima oleh audiens. Dalam hal ini, poster harus memastikan bahwa bentuk dan desain poster membantu menyampaikan pesan secara efektif.

Dengan demikian, penerapan teori komunikasi massa terhadap poster membantu memahami bagaimana audiens memproses informasi yang mereka terima melalui poster. Hal ini membantu pembuat poster memastikan bahwa pesan yang disampaikan efektif dan mudah dipahami oleh audiens.

Berdasarkan ulasan tersebut di atas, maka rekonstruksi media poster sebagai medium aspirasi dan propaganda yang efektif diidentifikasi dan didefinisikan dari konsep-konsep dengan faktor-faktor sebagai berikut:

1. Kreativitas dan efektifitas pada poster.

Kreativitas dan efektifitas adalah dua aspek yang sangat penting dalam pembuatan sebuah poster. Kreativitas: Kreativitas mengacu pada kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan unik. Dalam hal ini, kreativitas berhubungan dengan desain poster, seperti penggunaan warna, teks, gambar, dan lainnya yang menarik dan memotivasi. Efektifitas: Efektifitas mengacu pada kemampuan poster untuk menyampaikan pesan dan mempengaruhi pandangan target audiens. Efektifitas dapat diukur melalui respon audiens terhadap poster, seperti tingkat pemahaman pesan, tingkat motivasi untuk bertindak, dan perubahan pandangan audiens. Dengan mengatasi kreativitas dan efektifitas dalam desain poster, poster akan lebih mampu menyampaikan pesan dan mempengaruhi pandangan audiens. Pada tahap ini perlunya pemahaman dengan menganalisis dan mengevaluasi kinerja poster sebagai media melibatkan evaluasi dari beberapa faktor seperti kreativitas, efektifitas, dan dampaknya pada audiens. Berikut analisis kinerja media poster sebagai medium aspirasi dan propaganda:

- a. Kreativitas: Desain poster harus menarik perhatian dalam menyampaikan pesannya. Poster dapat dibuat secara kreatif menggunakan warna, bentuk, dan teks yang sesuai untuk menyampaikan pesan. Oleh karena itu faktor yang harus diperhatikan adalah: 1) Desain poster harus menarik perhatian audiens dan membuat mereka ingin membaca informasi yang diberikan; 2) Informasi yang diberikan harus jelas dan mudah dipahami oleh audiens; 3) Pesan yang diberikan harus kuat dan tepat sasaran untuk membuat audiens tertarik dan memahami informasi.
- b. Efektivitas: Dengan memperhatikan faktor-faktor diatas, poster dapat lebih efektif dan berhasil menyampaikan pesan yang diinginkan ke audiens yang ditujukan. Dapat dikatakan bahwa sebuah poster efektif jika audiens berhasil digiring dan memahami pesan dan memiliki respon positif terhadapnya. Ini menunjukkan bahwa poster berhasil menyampaikan pesan dengan baik dan mempengaruhi perilaku atau pandangan audiens. Namun, ukuran efektivitas bisa berbeda tergantung pada tujuan spesifik poster dan bagaimana respon audiens dievaluasi kembali.

Dampak: Poster memiliki dampak positif pada audiens, seperti memotivasi mereka untuk bertindak atau mempengaruhi pandangan mereka. Bentuk motivasi dan tindakan audiens ketika pandangan mereka terpengaruh oleh pesan yang disampaikan oleh poster dapat beragam. Beberapa contoh bentuk motivasi dan tindakan audiens antara lain: 1) Audiens memberikan dukungan terhadap pesan yang disampaikan melalui poster, seperti membagikan informasi ke orang lain atau berpartisipasi dalam kegiatan yang berkaitan dengan pesan tersebut; 2) Audiens dapat berubah perilaku setelah melihat poster, seperti menjadi lebih peduli; 3) Audiens dapat berubah pandangan setelah melihat poster, seperti memiliki pandangan yang lebih positif terhadap suatu isu atau memahami suatu masalah dengan lebih baik; 4) Audiens dapat berdonasi setelah melihat poster, seperti memberikan bantuan kepada suatu organisasi atau komunitas. Motivasi dan tindakan audiens dapat berbeda-beda tergantung pada pesan yang disampaikan oleh poster dan audiens yang mengamatinya. Secara umum, poster yang berhasil mempengaruhi pandangan audiens akan memotivasi mereka untuk bertindak atau berubah perilaku. Selain itu poster juga memiliki dampak negatif, seperti memprovokasi reaksi

negatif atau membingungkan audiens. Reaksi negatif audiens terhadap poster dapat berupa bingung atau terprovokasi terhadap pesan yang disampaikan. Beberapa contoh reaksi negatif audiens antara lain: 1) Audiens dapat merasa bingung terhadap pesan yang disampaikan pada poster, seperti tidak memahami apa yang ingin disampaikan atau merasa kurang jelas; 2) Audiens dapat terprovokasi oleh pesan yang disampaikan pada poster, seperti merasa tidak setuju atau merasa terganggu oleh pesan tersebut; 3) Audiens dapat merasa tidak peduli terhadap pesan yang disampaikan pada poster, seperti tidak memperhatikan atau memperlakukan poster sebagai hal yang tidak penting; 4) Audiens dapat merasa kecewa terhadap pesan yang disampaikan pada poster, seperti merasa pesan tersebut tidak relevan atau tidak memuaskan. Reaksi negatif audiens dapat berbeda-beda tergantung pada pesan yang disampaikan oleh poster dan audiens yang mengamatinya. Oleh karena itu, penting untuk membuat poster yang menyampaikan pesan dengan jelas dan tidak provokatif untuk mengurangi reaksi negatif audiens.

- d. Distribusi: Poster ditempatkan di lokasi yang strategis sehingga dapat dilihat oleh audiens yang dituju. Jumlah poster yang diterbitkan harus cukup untuk mencapai audiens yang dituju.
- e. Evaluasi: Poster diukur secara berkala untuk menilai efektivitas dan dampaknya. Apakah hasil evaluasi digunakan untuk meningkatkan kinerja poster selanjutnya.

Analisis ini akan membantu menentukan apakah poster efektif dalam menyampaikan aspirasi atau propaganda dan menunjukkan area yang perlu ditingkatkan.

2. Desain konseptual.

Desain konseptual adalah suatu proses penciptaan ide dan konsep sebagai dasar pembuatan sebuah poster. Dalam hal ini, desain konseptual melibatkan proses berpikir dan merencanakan untuk menentukan pesan yang ingin disampaikan, target audiens, dan visual yang akan digunakan. Desain konseptual merupakan tahap awal dalam pembuatan poster yang penting karena mempengaruhi hasil akhir poster. Desain konseptual berfokus pada pemahaman pesan dan target audiens, sehingga memastikan bahwa poster memiliki dampak positif pada audiens dan efektif dalam menyampaikan pesan. Dalam desain konseptual, dilakukan analisis terhadap pesan, audiens, dan situasi untuk menentukan cara terbaik untuk

menyampaikan pesan dan mempengaruhi pandangan audiens. Hasil dari desain konseptual akan menjadi dasar pembuatan desain poster yang efektif dan memotivasi. Untuk membuat desain konseptual media poster sebagai medium aspirasi dan propaganda yang lebih efektif, beberapa hal yang perlu diperhatikan antara lain:

- a. Identifikasi tujuan yang ingin dicapai dengan membuat poster. Apakah ingin menyampaikan aspirasi mahasiswa, mempromosikan suatu acara, atau membuat propaganda politik.
- b. Tentukan target audiens yang ingin dicapai, seperti audiens dari masyarakat umum atau masyarakat tertentu, kelompok atau organisasi. Ini akan membantu dalam memilih bahasa dan visual yang tepat.
- c. Buat pesan yang jelas dan tidak provokatif. Pertimbangkan untuk menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan menarik bagi target audiens.
- d. Gunakan visual yang menarik dan memotivasi. Ini dapat berupa gambar, ilustrasi, atau infografis yang membantu menyampaikan pesan dengan jelas dan mudah dipahami.
- e. Desain layout poster dengan baik, memastikan bahwa pesan dan visual mudah dilihat dan dipahami.
- f. Setelah membuat poster, evaluasi dampaknya pada target audiens. Dapat melakukan survei atau mengamati respon audiens terhadap poster.

Dengan memperhatikan hal-hal di atas, desain konseptual media poster sebagai medium aspirasi dan propaganda bagi mahasiswa dapat menjadi lebih efektif dalam menyampaikan pesan dan mempengaruhi pandangan target audiens.

3. Implementasi media poster.

Implementasi media adalah proses penyampaian pesan melalui media, seperti poster. Implementasi media mencakup pemilihan tempat dan waktu untuk menyampaikan pesan, serta pemilihan visual yang akan digunakan untuk memotivasi audiens. Dalam hal ini, implementasi media adalah proses untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan melalui poster sampai ke target audiens dengan cara yang efektif. Implementasi media memerlukan strategi dan terencana untuk memastikan poster sampai ke target audiens dan mempengaruhi pandangan mereka. Strategi implementasi media dapat melibatkan penentuan lokasi untuk memasang poster, mempromosikan poster melalui media sosial atau platform lain, dan melibatkan audiens melalui interaksi dan diskusi. Dengan mengatasi implementasi media secara

efektif, poster akan memiliki dampak yang besar pada target audiens dan membantu mencapai tujuan dari pesan yang disampaikan. Model implementasi media poster sebagai medium aspirasi dan propaganda bisa dilakukan dengan beberapa tahapan sebagai berikut:

- a. Perencanaan: Identifikasi tujuan yang ingin dicapai dengan membuat poster, target audiens, dan pesan yang ingin disampaikan.
- b. Desain: Buat desain poster yang menarik dan memotivasi, serta memastikan pesan dan visual mudah dilihat dan dipahami.
- c. Produksi: Pastikan produksi poster dilakukan dengan baik, memperhatikan kualitas cetak dan bahan yang digunakan.
- d. Distribusi: Distribusikan poster ke target audiens, seperti melalui pemasangan di lingkungan kampus atau pembagian secara langsung.
- e. Evaluasi: Evaluasi dampak poster pada target audiens, dengan melakukan survei atau mengamati respon audiens terhadap poster.
- f. Adaptasi: Sesuai dengan hasil evaluasi, adaptasi desain dan pesan poster jika diperlukan.

Dengan melalui tahapan-tahapan ini, media poster dapat berfungsi sebagai medium aspirasi dan propaganda yang efektif dalam menyampaikan pesan dan mempengaruhi pandangan target audiens.

4. Rekomendasi pengembangan dan perbaikan poster.

Rekomendasi pengembangan dan perbaikan adalah saran dan usulan untuk memperbaiki poster yang ada, sehingga lebih efektif dalam menyampaikan pesan dan mempengaruhi target audiens. Ini melibatkan evaluasi dan analisis terhadap poster yang ada, serta identifikasi area yang dapat ditingkatkan. Rekomendasi pengembangan dan perbaikan dapat melibatkan perbaikan desain, implementasi media, atau konsep yang mendasar. Misalnya, rekomendasi dapat mencakup perbaikan visual untuk membuat poster lebih menarik bagi target audiens, atau perbaikan strategi implementasi media untuk memastikan poster sampai ke target audiens dengan efektif. Rekomendasi pengembangan dan perbaikan adalah bagian penting dari proses membuat poster efektif, karena memastikan bahwa poster memenuhi tujuan dan memiliki dampak positif pada target audiens. Melalui rekomendasi yang tepat dan dilakukan perbaikan, poster akan lebih efektif dalam menyampaikan pesan dan mempengaruhi pandangan audiens. Rekomendasi pengembangan dan perbaikan poster sebagai medium aspirasi dan propaganda dapat melibatkan beberapa hal berikut:

- a. Rekomendasi dapat melibatkan perbaikan visual poster, seperti memperbaharui warna, font, dan gambar untuk membuat poster lebih menarik bagi target audiens.

- b. Rekomendasi dapat melibatkan perbaikan pesan untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan jelas dan memotivasi target audiens untuk bertindak.
- c. Rekomendasi dapat melibatkan perbaikan strategi implementasi media, seperti memilih lokasi yang lebih baik untuk memasang poster atau mempromosikan poster melalui media sosial untuk memastikan sampainya pesan ke target audiens.
- d. Rekomendasi dapat melibatkan evaluasi audiens untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan dan pandangan target audiens.
- e. Rekomendasi dapat melibatkan interaksi dengan audiens melalui diskusi dan konsultasi untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan sesuai dengan pandangan audiens dan memotivasi mereka untuk bertindak.

Dengan mempertimbangkan rekomendasi pengembangan dan perbaikan ini, poster sebagai medium aspirasi dan propaganda akan lebih efektif dalam menyampaikan pesan dan memengaruhi target audiens.

Dengan memperhatikan kreativitas, efektifitas, desain konseptual, implementasi media, dan rekomendasi pengembangan dan perbaikan, maka rekonstruksi media poster sebagai medium aspirasi dan propaganda mahasiswa, poster dapat menjadi lebih optimal dalam menyampaikan pesan dan memotivasi target audiens untuk bertindak. Kreativitas dan efektifitas dalam desain poster dapat membantu membuat poster lebih menarik dan memotivasi audiens, sementara desain konseptual yang baik dapat memastikan bahwa pesan yang disampaikan jelas dan relevan. Implementasi media yang tepat dapat memastikan bahwa poster terlihat oleh target audiens, serta rekomendasi pengembangan dan perbaikan dapat memastikan bahwa poster tetap relevan dan efektif dalam menyampaikan pesan dan memotivasi audiens.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari pembahasan di atas adalah bahwa untuk membuat poster sebagai medium aspirasi dan propaganda efektif, beberapa faktor seperti kreativitas, efektifitas, desain konseptual, implementasi media, dan rekomendasi pengembangan dan perbaikan harus diperhatikan. Hal ini dapat memastikan bahwa pesan yang disampaikan jelas, relevan, dan menarik bagi target audiens, sehingga memotivasi mereka untuk bertindak sesuai dengan pesan yang disampaikan.

Saran untuk pengembangan dan perbaikan poster sebagai medium aspirasi dan propaganda meliputi:

- a. Menambah kreativitas dalam desain poster, seperti menggunakan warna yang menarik, font yang mudah dibaca, dan element visual yang unik.
- b. Memastikan efektifitas dalam menyampaikan pesan, seperti membuat pesan singkat dan jelas, dan memastikan bahwa pesan tersebut mengarah pada tindakan yang diinginkan.
- c. Memastikan desain konseptual yang baik, seperti memastikan bahwa pesan yang disampaikan relevan dengan audiens dan memastikan bahwa pesan tersebut dapat diterima dengan baik.
- d. Memastikan implementasi media yang tepat, seperti memastikan bahwa poster terlihat oleh target audiens dengan memanfaatkan berbagai kanal dan platform yang sesuai.
- e. Terus melakukan rekomendasi pengembangan dan perbaikan, seperti melakukan evaluasi terhadap dampak poster dan melakukan perubahan sesuai dengan kondisi dan situasi yang berubah.

DAFTAR PUSTAKA

- Azimah, N. F., 2015. Street Art Melalui Media Poster Sebagai Sarana Ekspresi Terhadap Isu Sosial dan Politik: Analisis Semiotika Karya Andrew Lumban Gaol “Anti-Tank” dalam Mengekspresikan Keadaan Sosial Politik Indonesia Melalui Media Poster di Ruang Publik Kota Yogyakarta. Skripsi Sarjana, Universitas Sebelas Maret. <https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/57088/>
- Azizah, L.N., 2022. Pengertian Poster: Ciri-ciri, Tujuan, Fungsi, Jenis, dan Cara Membuatnya! Gramedia Literasi. URL <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-poster-adalah/> (accessed 2.1.23).
- Dawami, A.K., 2021. Sejarah Desain Grafis Awal sampai Abad ke-19. Mirmagz. URL <https://mirmagz.com/2021/08/07/sejarah-desain-grafis-awal-sampai-abad-ke-19/> (accessed 2.1.23).
- display, red17-sign | print |, 2023. Why posters can be so effective and the benefits of using them [WWW Document]. Red17. URL <https://www.red17.co.uk/blog/why-posters-can-be-so-effective/> (accessed 2.1.23).
- Faturochman, I.F., 2020. PENGGUNAAN MEDIA POSTER UNTUK MENINGKATKAN MINAT BACA DI KALANGAN MAHASISWA. Parole J. Pendidik. Bhs. Dan Sastra Indonesia. 3.

- Hansen et al. - 1998 - Mass Communication Research Methods.pdf, n.d.
- Huck, F.O., Fales, C.L., Rahman, Z., 1997. Visual communication: an information theory approach. Springer Science & Business Media.
- Jacobson and Russon - 2017 - Perception and its development in Merleau-Ponty's .pdf, n.d.
- Lindsay and Norman - An Introduction to Psychology.pdf, n.d.
- MWAIKUSA, A., 2022. ADVANTAGES AND DISADVANTAGES OF POSTERS AND BILLBOARDS AS ADVERTISING MEDIA. Geogr. POINT - Geogr. MAPS GIS. URL <https://geographypoint.com/2022/11/advantages-and-disadvantages-of-posters-and-billboards-as-advertising-media/> (accessed 2.1.23).
- Nofrima dan Qodir. 2021. *Gerakan Sosial Baru Indonesia: Studi Gerakan Gejayan Memanggil 2019*. Jurnal Sosiologi Reflektif, 16(1), 185-210.
- Paxton, R.O., 2007. The anatomy of fascism. Vintage.
- Ryan, R.M., Deci, E.L., 2017. Self-determination theory: Basic psychological needs in motivation, development, and wellness. Guilford Publications.
- Sellars, Wilfrid - Sellars Science Perception And Reality - libgen.li.pdf, n.d.