

Sumbo Tinarbuko Raih Doktor Usai Kaji ILM

Thursday, 17 Desember 2015 WIB, Oleh: Ika



Iklan Layanan Masyarakat (ILM) merupakan media untuk menyampaikan pesan sosial kepada masyarakat. Umumnya berisi pesan verbal dan visual tentang kemanusiaan, kesehatan, keamanan, kebudayaan, pendidikan, kesenian dan lingkungan. Media ini sering dimanfaatkan oleh pemerintah untuk menyebarluaskan berbagai program kerjanya.

Dosen Desain Komunikasi Visual ISI Yogyakarta, Isidorus Tyas Sumbo Tinarbuko, mengatakan iklan layanan masyarakat mengandung makna konotasi dalam pesan verbal dan pesan visual yang disampaikan. Seluruh pesan tersebut memiliki tanda yang menyajikan interaksi antara teks verbal dan teks visual.

Dari penelitian yang dilakukannya pada ILM di surat kabar harian Kompas 1994-1998 diketahui bahwa pesan verbal dan visual yang terkandung dalam iklan periode tersebut sangat efektif dalam penetrasi menyampaikan pesan verbal dan visual. Misalnya, pada ILM dengan tema Telekomunikasi pada versi Mengapa, versi Psttt..., dan versi Ajari Dia. Kemudian ILM Koperasi pada versi Lilin dan Ini Semut, ILM Gerakan Disiplin Nasional versi Monyet dan versi Semut, ILM Minat Baca versi Seekor Unta, versi Botak, serta versi Payung dan Buku.

Berikutnya, juga dapat dilihat dalam ILM Krisis Moneter versi Gelas, ILM Pemilu versi Sapu Lidi, ILM Hak Cipta versi Gesang, ILM Angkutan Umum versi Hemat. Selanjutnya, ILM Lalulintas versi Benar, ILM Seni dan Budaya versi Mickey Mouse dan Petruk dan versi Gatotkaca vs Superman.

"Keberadaan iklan layanan masyarakat tersebut mudah diingat dan tidak sulit untuk dimengerti pesannya oleh target sasaran," jelasnya, Kamis (17/12) saat ujian terbuka program doktor di Fakultas Ilmu Budaya (FIB) UGM.

Pemerhati Budaya Visual ini mengatakan dalam ILM yang dibuat awal orde reformasi 1999-2006 justru kurang efektif dalam menyampaikan pesan. Pasalnya, pesan yang disampaikan tidak mudah

dimengerti target sasaran.

"ILM pada periode reformasi terkesan hardsell," katanya.

Yang muncul dalam ILM, lanjutnya, adalah kesan memaksakan kehendak pihak komunikator kepada komunikan atas pesan verbal dan visual yang ada. Selain itu, pesan terkesan menggurui.

Mempertahankan disertasi berjudul " Tanda Verbal dan Tanda Visual Iklan Layanan Masyarakat (Analisis Semiotika pada Iklan Layanan Masyarakat di Harian Kompas 1994-2006)", ia menjelaskan bahwa tata visual yang diterapkan pada ILM tersebut menyebabkan pesan verbal dan visual yang ingin disampaikan menjadi tidak efektif. Pesan tidak mampu menyentuh perasaan terdalam target audience sehingga pesan yang ingin disampaikan pun tidak dapat dengan cepat dipahami.

Sejumlah ILM yang dirancang dengan pendekatan hardsell antara lain ILM Obat versi Obat Asli, ILM Memberdayakan Perempuan versi Kesetaraan Gender, ILM Harmoni Hidup Antarmanusia versi AIDS-HIV, versi Gertak, versi Flu Burung. Lalu, ILM Pemilu 2004 versi Pemilu 2004 Beda!, ILM Damai versi Damai Itu Indah, ILM Kewajiban Warga versi Bayar Listrik dan versi Bayar Pajak, ILM Buta Aksara versi Pemberantasan Buta Aksara.

Sumbo Tinarbuko menuturkan secara keseluruhan interaksi verbal dan tanda visual yang dimunculkan dalam ILM tersebut telah menghadirkan pesan verbal dan visual yang saling terkait antara keduanya. Antara pesan verbal dan visual melibatkan gaya bahasa pertanyaan retorik, hiperbola, metonimi, alusi, metafora, antitesis, kiasmus, personifikasi, alegori, dan paralelisme. Dengan demikian, interaksi tanda verbal dan visual serta pesan verbal dan visual mampu saling menjelaskan dan mengokohkan makna konotasi yang terkandung dalam ILM tersebut. (Humas UGM/Ika)

Berita Terkait

- [Raih Doktor Usai Kaji Perusahaan Keluarga](#)
- [Raih Doktor Usai Kaji Perilaku Pencarian Informasi Konsultan Pajak](#)
- [Personal Branding dalam Pariwisata](#)
- [Raih Doktor Usai Kaji Model Kesejahteraan Subjektif Ibu Bekerja](#)
- [Raih Doktor Usai Kaji Penurunan Tanah Kota Semarang](#)