

Mediamorfosis dalam Pandangan Desain Komunikasi Visual

Ariani Wardhani

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain Seni Kreatif,
Universitas Mercu Buana
ariani.wardhani@mercubuana.ac.id

ABSTRAK

Media terus berkembang dan dengan segala perbedaan dan kebutuhannya. Media tidak selalu semua menggunakan visual namun ada jenis yang hanya menggunakan teks, audio, audio visual, dan juga animasi. Di sini peran komunikasi visual memilih untuk perantara atau kendaraan apakah yang paling sesuai dalam menyampaikan pesan dalam bentuk komunikasi visual. Peran visual di dalam setiap media menjadi sangat menarik di dalam ranah desain komunikasi visual dalam setiap bagian dari penyampaian pesan baik melalui visual, audio visual, dan juga animasi mulai dari awal perkembangan media, masa kini, dan masa yang akan datang. Metodologi yang digunakan kualitatif dengan analisis deskriptif melalui tahapan mediamorfosis Roger Fidler tentang Mediamorfosis dalam sebuah pemahaman media baru dalam Desain Komunikasi Visual. Bagaimana pesan visual yang dapat diterima oleh target audience harus disesuaikan dengan media yang digunakannya. Visualisasi tetap berperan serta dalam menyampaikan pesan yang dapat diterima oleh para audience dengan adaptif sesuai dengan perkembangan media juga yang adaptif dengan keadaan yang sekarang ini.

Kata Kunci: Mediamorfosis, Desain Komunikasi Visual, Media

PENDAHULUAN

Media berkembang dari zaman ke zaman sesuai dengan kebutuhannya. Perjalanan media tidak luput dari awal perkembangannya ribuan tahun yang lalu. Kata media berasal dari kata latin, merupakan bentuk jamak dari kata “medium”. Secara harafiah kata tersebut memiliki arti “perantara” atau “pengantar”, yang merupakan perantara dari pesan dari yang memberikan pesan ke penerima pesan. Sehingga dapat dikatakan bahwa media merupakan alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Sebelum adanya media manusia berkomunikasi secara lisan dan langsung.

Perubahan media jaman dahulu dan sekarang sangat jauh berbeda, semua seiring dengan berjalannya waktu dan teknologi. Proses perubahan dan pemahaman media baru dengan bagaimana menawarkan cara komunikasi dengan cara baru yang dapat diterima oleh khalayak. Perubahan media yang terjadi dengan dasyatnya dan akhirnya babak-babak sejarah manusia diserahkan kepada media yang notabene entitas di luar individu itu sendiri. Ramalan yang terjadi bahwa perkiraan di mana kondisi teknologi mewujudkan optimalisasi media untuk menghidupkan masyarakat.

Menurut Roger Fidler (2003:35) bahwa transformasi media komunikasi yang terjadi diakibatkan oleh hubungan timbal balik yang rumit antara berbagai kebutuhan yang

disebabkan oleh tekanan persaingan dan politik, serta berbagai inovasi social dan teknologi. Perubahan media terjadi yang merupakan sebuah system yang terkait dan berbagai kesamaan dan hubungan yang ada antara bentuk-bentuk yang [pernah ada sebelumnya. Tanpa kita sadari bahwa media terus berkembang dan beradaptasi.

Perubahan bukanlah sesuatu yang paling dinanti-nantikan atau dapat diprediksi, karena bagaimana perubahan teknologi dan social mempengaruhi masyarakat untuk dalam penyampaian pesan. Komunikasi visual membutuhkan media sebagai alat perantara untuk menyampaikan pesan. Menurut Lenenfeld (2004) bahwa definisi dalam sebuah rencana untuk mengatur elemen sedemikian rupa untuk tujuan tertentu menempatkan desain sebagai disiplin pemecahan masalah, dengan masalah di sini didefinisikan dan dipecahkan sebagian besar dalam konteks pasar. Tahun 1980-an dan 1990-an melihat ledakan desain 'pribadi' untuk menantang metodologi pemecahan masalah ini, yang membawa perdebatan tentang segala hal mulai dari keterbacaan hingga pembubaran batas antara seni dan desain. Baru-baru ini, Serges Gagnon mengacu pada desain sebagai 'apropriasi budaya teknologi' (dikutip dalam De Winter, 2002); sebuah ungkapan yang, meskipun sangat singkat dan sangat cocok untuk diskusi tentang dampak digital, juga sangat luas untuk mengingatkan kita bahwa dalam banyak hal desain telah menjadi kategori di luar kategori.

Media terus berkembang dan dengan segala perbedaan dan kebutuhannya. Media tidak selau semua menggunakan visual namun ada jenis yang hanya menggunakan teks, audio, audio visual, dan juga animasi. Di sini peran komunikasi visual memilih untuk perantara atau kendaraan apakah yang paling sesuai dalam menyampaikan pesan dalam bentuk komunikasi visual. Perkembangan media yang merupakan perubahan besar sebagaimana kita alami saat ini terutama di masa pandemik ini, telah mengubah sekeliling kita yang mungkin dalam kondisi kacau atau chaos. Dari kondisi chaos lahir gagasan-gagasan baru yang metransformasikan dan menghidupkan sistem-sistem (Fidler, 2004:42).

Selain pada sisi kemampuan teknologi yang menawarkan berbagai fitur penggunaan, teknologi komunikasi juga menghasilkan perubahan pada format dari bentuk media yang dikenal sebelumnya (Asri, 2017:134). Penggunaan media dalam banyak hal menyebabkan juga berubah pola hubungan media massa dan audience. Sebelumnya media ditempatkan sebagai superior namun seiring berjalannya waktu terutama saat ini format media baru bermunculan semakin banyak. Masyarakat akan merasa tertarik pada suatu pandangan yang menarik pada media jika merasa ada relasi dan dekat. Peran visual menarik karena tidak semua media menggunakan visual dan bagaimana relasinya media yang menggunakan visual dan bisa menarik perhatian audience nya.

Dengan mengakui bahwa system komunikasi manusia melalui media pada kenyataannya sebuah system yang adaptif dan kompleks, kita dapat melihat semua bentuk media hidup dalam dunia yang dinamis dan saling tergantung. Munculnya tekanan-tekanan eksternal dan penemuan-penemuan baru diperkenalkan, setiap bentuk media dipengaruhi oleh proses pengorganisasian diri yang bersifat intrinsic, yang muncul secara spontan dalam system tersebut. Sama seperti spesies yang berkembang demi kelangsungan hidup yang lebih baik, demikian

jumlah yang dilakukan bentuk-bentuk komunikasi dan media yang ada. Proses inilah yang menjadi esensi mediamorfosis. Peran visual di dalam setiap media menjadi sangat menarik di dalam ranah desain komunikasi visual dalam setiap bagian dari penyampaian pesan baik melalui visual, audio visual, dan juga animasi mulai dari awal perkembangan media, masa kini, dan masa yang akan datang. Pembahasan pada makalah ini tentang bagaimana mediamorfosis dalam ranah desain komunikasi visual di masa lalu, masa kini, dan prediksi yang akan datang?

Ruang lingkup perubahan media yang menjadi perantara pesan namun menggunakan ranah komunikasi visual yang sesuai dengan kebutuhan yang dapat tersampaikan dengan baik kepada para audiensi dan masyarakat. Adaptasi yang dilakukan oleh desain komunikasi visual dengan sejalannya perkembangan dengan dengan media yang sesuai dengan lingkup Desain Komunikasi Visual.

KAJIAN TEORI

Perubahan media yang selalu berkembang dan adaptif dengan menyuguhkan sejumlah pandangan mengenai pengadopsian dan implementasi teknologi media dalam bertransformasi terlihat dari table di atas dengan kebutuhan di mana sebuah media menuntun pemikiran kita tentang tahap lanjut transformasi kemunculan media-media baru.

Menurut Fidler (200:44) bahwa ada prinsip dasar mediamorfosis yang dapat diterapkan pada perubahan media antara lain:

1. Koevolusi dan koeksistensi: semua bentuk media yang hadir merupakan perkembangan sebuah system yang adaptif dan kompleks. Perkembangan setiap bentuk baru, dalam beberapa waktu mempengaruhi setiap bentuk lainnya.
2. Metamorfosis: media muncul secara bertahap dari metamorphosis sebelumnya. Bentuk baru akan muncul melalui perkembangan dan adaptasi dari bentuk yang sebelumnya.
3. Pewarisan: bentuk-bentuk media yang muncul hasil mewarisi dari dominasi bentuk sebelumnya.
4. Kemampuan bertahan: bentuk media dipaksa untuk beradaptasi atau bertahan, jika tidak pilihan lain akan mati.
5. Peluang dan kebutuhan: media baru diadopsi berdasarkan keadaan social, politik, dan ekonomi yang mendorong teknologi media untuk berkembang.
6. Pengadopsian yang tertunda: teknologi media baru memerlukan adaptasi yang lebih lama dibandingkan yang diperkirakan untuk bergerak maju dari rancangan hingga pengadopsiannya paling tidak satu generasi.

Berdasarkan prinsip dasar mediamorfosis di atas, media yang berada pada table merupakan perkembangan perubahan sesuai dengan prinsip dasar. Walaupun visual tidak selalu berada di dalam setiap media, namun visual menjadi salah satu gagasan untuk menyampaikan pesan yang terbukti dari mediamorfosis kedua. Menurut Mc Luhan dalam Eymereen (2014:136) bahwa masa transisi antar peralihan bentuk teknologi media memiliki dampaknya masing-masing. Hal tersebut membawa dampak ke berbagai dimensi kehidupan manusia seperti social, kebudayaan, dan psikososial.

METODOLOGI

Metodologi yang digunakan pada penelitian ini merupakan metodologi kualitatif dengan menggunakan analisis deskriptif dengan pengumpulan data secara literasi dan observasi dari media-media yang berkembang dari awal sampai saat ini. Analisis dari pembahasan tentang media di dalam konteks Desain Komunikasi Visual dengan menggunakan teori Roger Fidler tentang Mediamorfosis dalam sebuah pemahaman media baru dalam Desain Komunikasi Visual.

PEMBAHASAN

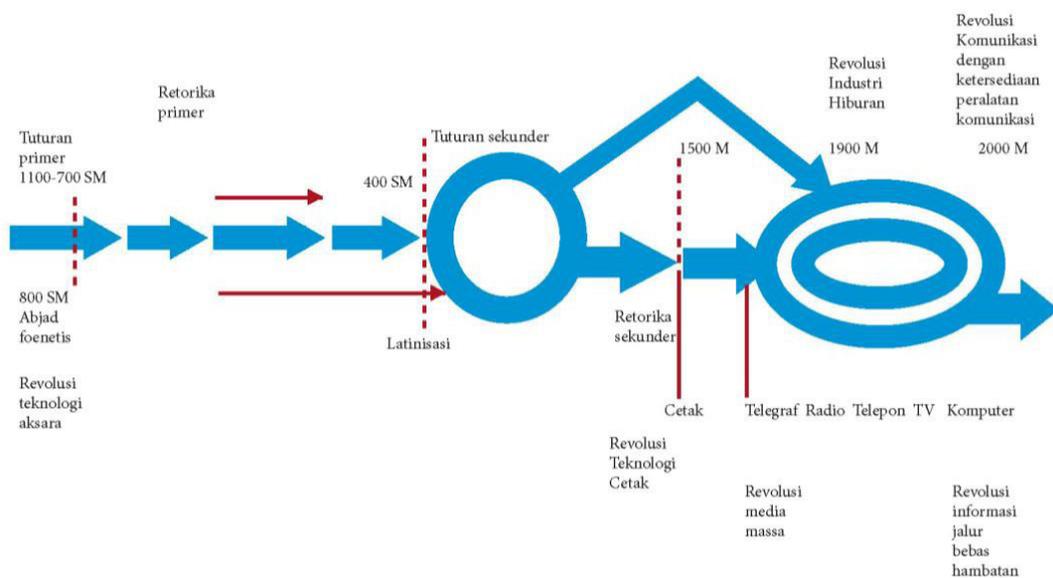
Menurut Fidler (2004:80), sejak manusia modern mulai berjalan di atas bumi sekitar 4.000 generasi yang lalu, bahwa konsep tentang cara-cara baru telah mempengaruhi system social dan budaya. Mulai dari era lisan dan mediamorfosis pertama yang dikatakan awal mula penggunaan media yang di mana manusia baru dapat berkomunikasi dengan manusia lain sekitar 300.000th-200.000th SM. Walaupun bentuk lisan dari komunikasi interpersonal bisa dapat kaya rincian dan relevansinya, namun bentuk ini tidak dapat menjadi bukti secara melintas ruang dan waktu. Sehingga banyak cerita lisan dari generasi ke generasi yang akhirnya tidak dipahami atau dianggap metafora. Sejarah perkembangan era tulisan dapat ditunjukkan di Sumeria dan Mesir. Bahasa tulisan dan teknologi-teknologi dokumen sudah mulai muncul secara bertahap dengan mencatat bukti transaksi dagang dan informasi yang berkaitan dengan penanaman dan panen. Simbol-simbol digoreskan atau digambar pada batu atau lempung lunak. Menurut Lubar (1993:5) bahwa para ahli Bahasa menemukan bahwa begitu Bahasa tulisan dikembangkan dan disebar, maka Bahasa dan budaya lisan memperoleh stabilitas yang jauh lebih besar. Pertukaran pesan tertulis tidak mengharuskan pengirim dan penerima hadir pada waktu yang bersamaan.

Dimulainya kebutuhan media dari era zaman Romawi 60 tahun sebelum Masehi. Media surat kabar pada zaman itu memuat tentang pengumuman dari Kaisar Roma tentang berita kegiatan kekaisaran yang ditempel di pusat kota. Julius Caesar pada tahun 59 SM menerbitkan surat kabar ini dan bertahan hingga empat abad sebelum runtuhnya kekaisaran Roma (Barus, 2010). Perkembangan surat kabar berlanjut dengan adanya penemuan mesin cetak oleh Johannes Gutenberg pada tahun 1450 di Jerman. Diperlukan lima setengah abad sejak penemuan Gutenberg dokumen tertulis relatif tersebar dan hampir semua masyarakat harus bisa membaca dan menulis dalam kebanyakan budaya Barat sampai datangnya Revolusi Industri. Sepanjang dasawarsa tengahan abad kesembilan belas, sederetan teknologi zama industrial telah menimbulkan ledakan media cetak. Koran dari awal tahun 1920-an terpaksa mendefinisikan Kembali peran mereka bersamaan dengan masuknya media massa baru yang jauh lebih kuat yaitu siaran radio.

Penggunaan listrik komunikasi pada awal abad kesembilan belas telah menjadi transformasi dan ekspansi besar dalam ketida domain media. Keberadaab perang dingin dan perkembangan computer digital telah mengubah semuanya. Pertukaran informasi di dalam dan atara computer digital dilakukan dengan sinyal elektrik. Bahas aDigital dan mediamorfosis ketida sedemikian besar sehingga tidak mungkin memahami tranformasi-transformasi kini dan masa depan tanpa memahami pengetahuan dasar tentang teknologi digital.

Revolusi bukan hanya dalam hal materi, namun juga dalam hal metode, bentuk dan hasil cetakan, model, serta tanggung jawab sosial. Perkembangan media sebagai teknologi komunikasi tidak berhenti, mengejar pemenuhan kebutuhan masyarakat yang semakin hari semakin kompleks, menjawab pertanyaan yang sebelumnya belum terjawab, juga memenuhi keseimbangan manusia atas kebutuhan informasi.

Dikatakan bahwa bentuk media baru selalu memuat media sebelumnya. Isi dari media cetak merupakan manuskrip, sedangkan isi dari media elektronik adalah media cetak. Dalam cara pandang baru yang konfiguratif, fungsi dari media memiliki karakter khusus yaitu mempertajam dan mengontrol bentuk asosiasi manusia pada skala pandang ruang waktu serta tindakannya, sehingga memahami media lewat peran dan karakternya dapat sampai kepada penyingkapan makna yang direpresentasikannya.



Gambar 1 Arus Pusat Teknologi Informasi. (Sumber: Eymeren (2014:135), Konstruksi dari Enos & Ackerman (Periods of Sophistic Composition) dan Irvin Fang (Enam Revolusi Teknologi Informasi))

Menurut Eymeren (2014:46) bahwa dalam cara pandang baru yang konfiguratif, fungsi dan media merupakan sebuah pesan, karena media memilih karakter khusus dengan mempertajam dan mengonreol asosiasi manusia pada skala pandang ruang waktu serta tindakannya. Pesan yang disampaikan merupakan yang terpenting untuk sampai kepada target yang dicapainya. Memahami media lewat peran dan karakternya dapat sampai kepada penyingkapan makna yang direpresentasikannya.

Sejak pemakaian listrik untuk komunikasi dan kemunculan Bahasa digital, evolusi dan perluasan komunikasi manusia telah mengalami peningkatan yang amat cepat. Beberapa perkembangan social dan teknologis yang terjadi merupakan kekuatan yang mempengaruhi tahap kritis selanjutnya. Komputerisasi media dan konversi semua bentuk media perantara merupakan teknologi ke Bahasa digital.

Tabel 1. Tabel Perkembangan Media. Sumber: Penulis (2021)

Tahun	Media	Teks	Audio	Visual
100.000	Lukisan gua di Eropa Selatan	√		√
60 SM-M	Berita surat kabar Romawi di tembok	√		√
1600	Surat kabar	√		√
1742	Majalah	√		√
1885	Poster	√		√
1870	Telegraph	√		
1876	Telephone		√	
1920	Radio		√	
1960	Televisi	√	√	√
1995	Website	√	√	√
2002	Linkedin	√		√
2004	Facebook	√	√	√
2005	YouTube	√	√	√
2006	Twitter	√	√	√
2007	Tumblr	√	√	√
2010	Instagram	√	√	√
2010	Pinterest	√	√	√
2016	Tiktok	√	√	√

Berkembangnya media social yang terlihat beradaptasi adanya komunikasi interpersonal namun dapat tetap menerjemahkan dalam bentuk visual. Perannya bukan hanya memberikan estetika namun juga menerjemahkan pesan yang relevan dengan perkembangan jaman dan teknologi terutama untuk sampai ke para target audience.

Menurut Miller, et (2016:9) bahwa media sosial sebagai kolonisasi ruang antara siaran tradisional dan komunikasi diadik pribadi, yang menyediakan skala ukuran grup dan tingkat privasi bagi orang-orang yang disebut sosialitas terukur. Media sosial tidak hanya selangkah dari kajian penggunaan internet sebelumnya, tetapi juga lebih melekat dalam kehidupan sosial sehari-hari.

Tidak semua media dapat langsung berhasil diterima di masyarakat, namun perlu adanya adaptasi dan perkembangan sesuai kebutuhan manusia. Tidak terkecuali visualisasi pun harus beradaptasi dengan keadaan social, politik, ekonomi, dan target audiencenya. Bagaimana pesan visual yang dapat diterima oleh target audience harus disesuaikan dengan media yang digunakannya.

Seiring dengan berjalannya waktu pemahaman pada audience dalam penyampaian pemilihan visual penting. Terutama di era digitalisasi sudah tidak adanya Batasan antara ruang dan waktu bagi para pengguna. Pengembangan media akan terus berjalan seiring dengan perkembangan teknologi dan visual harus dapat mengimbangi dalam menyampaikan pesan tersebut sesuai dengan system-sistem interaksi terbaru saat ini.

Menurut Gordon (2003) dalam buku Mc Luhan Understanding Media yang berfokus kepada upaya memahami dampak media yang meresap ke pori-pori masyarakat. Media didefinisikan sebagai perluasan teknologis dari tubuh. Alat komunikasi pada manusia dengan mengandalkan penginderaan diproduksi oleh tubuhnya dalam berbagai bentuk. Pada prosesnya indera penglihatan memiliki

tempat lebih daripada pendengaran. Sehingga media dapat berkembang sesuai dengan mediamorfosis dengan mengartikulasikan persepsi tentang media sebagai perluasan dari manusia.

SIMPULAN & REKOMENDASI

Kesimpulan

Media terus berkembang dan beradaptasi begitu pula munculnya media baru selalu akan mencapai kemungkinan sesuai dengan waktu dan peluang untuk bersiluntan dan berbagai versi. Teknologi yang membuat hidup manusia lebih menjadi mudah dan media yang cara untuk mengantarkan pesan yang akan disampaikan kepada audience baik teks, visual, maupun audio. Perubahan media diikuti juga dengan teks, visual, dan audio untuk tetap dapat menarik dan sampai diterima oleh para audience. Sehingga visualisasi tetap berperan serta dalam menyampaikan pesan yang dapat diterima oleh para audience dengan adaptif sesuai dengan perkembangan media juga yang adaptif dengan keadaan yang sekarang ini.

DAFTAR PUSTAKA

Barus, Sedia Willing, (2010), *Jurnalistik: Petunjuk Teknis Menulis Berita*, Jakarta: Erlangga

Eymeren, Van Margawati (2014) *Media Komunikasi dan Dampaknya Terhadap Kebudayaan*, Pusat Kajian Filsafat dan Kebudayaan: Jakarta

Fidler, Roger (2003) *Mediamorfosis memahami Media Baru*, Benteng Budaya: Yogyakarta

Gordon, Terrence (2003), *Marshall Mc Luhan: Escape into Understanding*, Canada: Gingko Press

Lubar, Steven (1993), *Ifo Culture: The Smithsonian Book of Information Age Inventions*, Boston: Houghton Mifflin

Miller, et all (2016) *How The World Changed Social Media*, London:UCL Press

Rakhmat, Jalaluddin, *Psikologi Komunikasi*, Penerbit PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, 2001