

# PENCARIAN KATA KUNCI VISUAL SEBAGAI TAHAPAN AWAL PERANCANGAN INSTALASI KAMPANYE HeForShe

Rahel Kristhea

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain, Universitas Pelita Harapan

e-mail: rahel.the@gmail.com

## ABSTRAK

Gerakan feminisme sering diasosiasikan sebagai gerakan pembenci laki-laki. Melihat stigma yang tidak benar ini, pada tahun 2014 UN Women menciptakan kampanye HeForShe. HeForShe bertujuan untuk mematahkan stigma tersebut dan mengajak laki-laki untuk ikut berpartisipasi dalam gerakan kesetaraan gender. Tulisan ini bertujuan untuk menganalisa kampanye HeForShe, khususnya dalam pemanfaatan komunikasi visual sebagai media kampanye. Metode yang digunakan dalam studi ini adalah studi dokumen dan studi pustaka. Pertama, penulis mengumpulkan data mengenai HeForShe melalui dokumen-dokumen resmi dan terpercaya. Kedua, penulis melakukan studi pustaka dengan mempelajari teori-teori yang berhubungan langsung dengan objek. Ketiga, penulis menganalisa data yang telah didapatkan dari studi dokumen dengan teori yang didapatkan dari studi pustaka. Terakhir, penulis melakukan eksplorasi visual untuk menentukan kemungkinan visual karya. Dari hasil analisa tersebut, penulis menemukan bahwa HeForShe memiliki kegiatan yang kuat dan terstruktur, namun masih kurang memanfaatkan media visual. Hasil analisa ini digunakan sebagai dasar untuk merancang sebuah instalasi yang diharapkan mampu memaksimalkan penyampaian pesan dalam kampanye HeForShe.

Kata Kunci: Seni Instalasi, Feminisme, Kampanye, HeForShe

## PENDAHULUAN

Gerakan feminisme merupakan ringkasan ideologi terkait dengan hak-hak perempuan, lebih spesifiknya untuk menetapkan kesetaraan hak perempuan dalam sosial, politik, ekonomi, kelegalan, dan budaya (Rich dan Walker, 2019). Gerakan feminisme sering diasosiasikan dengan gerakan membenci laki-laki. Hal ini merupakan hasil dari feminisme radikal yang mendoktrin perempuan untuk membenci laki-laki (Rokhmansyah, 2016).

Menanggapi isu tersebut, tahun 2014, UN Women meluncurkan kampanye HeForShe. HeForShe merupakan gerakan solidaritas yang dibentuk UN Women untuk menyediakan pendekatan sistematis dan *platform* yang sesuai target bagi audiens global agar ikut berpartisipasi dan menjadi agen perubahan untuk pencapaian kesetaraan gender (HeForShe, 2018). HeForShe menyadari bahwa ketidaksetaraan gender bukan hanya terjadi pada perempuan, namun juga laki-laki. Pada pidato peluncuran kampanye pada 2014 Emma Watson, UN Women *Goodwill Ambassador*, mengajak seluruh laki-laki untuk ikut berpartisipasi demi kesetaraan perempuan dan juga untuk kaumnya.

HeForShe menjadi sangat penting karena isu ketidaksetaraan gender masih terjadi sampai sekarang. Hingga sekarang, HeForShe kurang memanfaatkan media visual dalam kampanyenya, padahal faktanya, manusia memproses data visual lebih baik dan lebih cepat dibandingkan dengan teks dan auditori (Dewan, 2015). Namun, untuk hasil yang lebih maksimal, penggunaan visual dapat digabungkan dengan teks karena otak manusia menyimpan memori visual dan teks di tempat yang berbeda (Kosslyn, 2007). Satu-satunya acara yang memanfaatkan komunikasi visual hanya HeForShe Arts Week London yang mengangkat tema *fairy tale*. Acara ini memiliki tagar #ChangeTheNarrative.

Media komunikasi visual yang dipilih adalah instalasi. Instalasi bertujuan agar target audiens dapat menjadi satu bagian dengan karya seni (Bishop, 2005). Audiens bukan sekedar melihat namun juga merasakan dan ikut ambil bagian. Dengan menjadikan target audiens sebagai bagian dalam karya, maka akan timbul rasa empati dalam diri mereka. Empati membuat audiens dan pembuat karya berada dalam "pijakan yang sama" sehingga lebih mudah untuk mempengaruhi sikap dan perilaku orang lain secara efektif (Carnegie, 2011). Penggunaan instalasi sebagai media komunikasi merupakan hal yang krusial, karena dapat mempengaruhi audiens untuk ikut serta dalam kampanye HeForShe. Tujuan perancangan karya ini adalah untuk menciptakan media visual berupa instalasi bagi kampanye HeForShe agar penyampaian pesan lebih maksimal serta mengajak audiens untuk berpartisipasi dalam kampanye HeForShe.

## **KAJIAN TEORI**

### **Seni Instalasi**

Seni instalasi adalah sebuah istilah luas yang ditujukan pada praktik seni yang melibatkan instalasi atau konfigurasi objek dalam ruangan, dimana, jika dilihat secara keseluruhan membentuk sebuah karya seni (Kelly, 2010). Karya seni instalasi didesain untuk memiliki hubungan atau relasi dengan ruang dimana ia ditempatkan. Karya ini berhasil menggeser fokus dari apa yang direpresentasikan seni menjadi apa yang ingin dikomunikasikan, atau pesan apa yang ingin disampaikan.

### **Ilustrasi Konseptual**

Ilustrasi adalah visual unik dan khas buatan tangan yang mendampingi atau melengkapi, mengiluminasi, dan memperjelas pesan pada teks atau bisa juga ilustrasi itu berdiri sendiri (Landa, 2011). Alan Male membagi ilustrasi ke dalam dua bagian, yaitu ilustrasi literal dan konseptual.

Ilustrasi konseptual berarti ilustrasi yang mengandung metafora atau arti yang tidak sebenarnya dan diaplikasikan pada subjek, baik secara ide ataupun teori. Subjek di dalamnya mungkin saja berupa realita, tapi dengan perubahan. Misalnya, menggunakan surealisme, distorsi, gabungan, diagram, atau abstraksi. Karena ilustrasi ini mengandung metafora, ilustrasi ini mengajak pengamat untuk menganalisa arti atau konsep dibalik visualnya (Landa, 2011).

### **Warna**

Warna merupakan elemen desain yang sangat kuat dan berpengaruh. Secara ilmiah, warna berasal dari refleksi cahaya yang mengenai permukaan objek.

Oleh karena itu, tanpa adanya cahaya, warna tidak dapat terlihat (Landa, 2011). Menurut Landa, warna dapat dibagi menjadi beberapa properti, yaitu *hue*, *value*, dan *saturation*. Hue merupakan nama yang kita sebut untuk “kuning”, “biru” salah satu properti penting dalam warna. Hue memperlihatkan temperatur warna seperti hangat atau dingin. Warna *pure hue* berarti murni *hue* tanpa campuran hitam, putih, atau warna lain.

## METODOLOGI

Dalam proses perancangan rangkaian tahapan yang dilakukan penulis adalah:



Gambar 1. Tahapan Analisis Penulis. (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2020)

Langkah pertama yang penulis lakukan adalah mencari informasi tentang pokok permasalahan dan mendalami informasi tentang HeForShe. Pada langkah ini penulis mencari informasi yang terfokus pada kegiatan kampanye dan pidato Emma Watson pada peluncuran kampanye di tahun 2014. Langkah kedua, penulis melakukan studi pustaka untuk mengumpulkan dan mempelajari teori-teori yang berkaitan dan mendukung pembuatan karya ini. Ketiga, penulis menganalisa data-data yang sudah ada, seperti kegiatan, acara, dan pidato Emma Watson. Pada langkah ini, penulis sudah menentukan konten yang akan divisualisasi. Keempat, setelah mendapat data yang cukup, selanjutnya penulis melakukan eksplorasi visual dengan terlebih dahulu mematangkan konsep visual. Pada bagian ini, penulis mulai merancang kemungkinan-kemungkinan visual yang dimulai dari menentukan kata kunci. Terakhir, penulis menyimpulkan dengan menghubungkan analisis data dengan eksplorasi visual dan memastikan keduanya memiliki hubungan yang saling mendukung.

## PEMBAHASAN

Saat melakukan studi dokumen, ditemukan bahwa HeForShe sudah memiliki banyak acara untuk memaksimalkan penyampaian pesan dalam kampanyenya. Sayangnya, mereka kurang memanfaatkan media visual. Padahal, pada saat studi pustaka dilakukan, ditemukan bahwa pada dasarnya otak manusia dapat menerima pesan visual lebih baik daripada auditori maupun teks. Setelah mendapat data tersebut, penulis mengolahnya dan melakukan analisis data. Disini penulis menemukan bahwa acara HeForShe Arts Week merupakan salah satu acara yang menggunakan media visual, namun tetap belum maksimal. Acara HeForShe Arts Week di London ini menggunakan tema *fairy tale* dengan tagar #ChangeTheNarrative. Pada dasarnya acara ini ingin menunjukkan bahwa dunia ini sama seperti negeri dongeng, ada narasi tertentu yang harus diikuti oleh laki-laki maupun perempuan. Hal inilah yang ingin diubah HeForShe. Sayangnya, meski sudah memiliki tema negeri dongeng, hal tersebut hanya terlihat di websitenya saja, pada acaranya, tidak ada visual yang menunjukkan tema negeri dongeng. Acara ini pun terdiri dari berbagai jenis seni, bukan hanya visual, seperti seni musik, seni tari, dan seni peran. Potensi ini yang dilihat penulis dan akhirnya acara ini dipilih untuk menjadi salah satu konten visualisasi.



Gambar 2. Kampanye HeForShe Arts Week. (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2020)

Masih dalam proses analisis data, penulis menemukan pidato Emma Watson pada saat peluncuran kampanye di 2014. Pidato ini mengandung perangkat retorika yang merupakan kunci mengapa pidato ini dinilai sangat kuat. Pidato yang kuat ini, apabila dikombinasikan dengan visual yang mendukung, maka akan memberi pengaruh yang besar terhadap audiens. Perangkat retorika yang digunakan dapat dilihat dari potongan pidatonya:

1. Pronoun  
*Today we are launching a campaign called for HeForShe. I am reaching out to you because we need your help. We want to end gender inequality, and to do this, we need everyone involved.*
2. Rule of three  
*We want to end gender inequality... We want to try to mobilize as many men and boys as possible... We want to try and make sure it is tangible.*
3. Parallelism  
*... My parents didn't love me less because I was born a daughter. My school did not limit me because I was a girl. My mentors didn't assume that I would go less far because I might give birth to a child one day...*
4. Rhetorical question  
*In my nervousness for this speech and in my moments of doubt I've told myself firmly—if not me, who, if not now, when.*

Dengan memanfaatkan konten pidato Emma Watson serta acara HeForShe Arts Week, maka akan dibuat visualisasi kombinasi kedua konten tersebut melalui media instalasi dan ilustrasi konseptual. Instalasi dan ilustrasi konseptual akan menciptakan *visual storytelling*. Menurut Lani Peterson, *storytelling* memiliki kekuatan untuk menarik, mengikutsertakan, mempengaruhi, mengajar, dan menginspirasi pendengar. Hal ini sejalan dengan tujuan pembuatan karya untuk mengajak target audiens berpartisipasi. Target audiens yang dimaksud adalah laki-laki dan perempuan dengan usia 16-25 tahun dan memiliki minat pada bidang kemanusiaan serta memiliki pemikiran yang terbuka. Langkah selanjutnya adalah eksplorasi visual yang diawali dengan pemilihan kata kunci.

Kata kunci pertama yaitu *bold*, yang menurut Cambridge Dictionary *bold* secara visual berarti memiliki bentuk serta warna yang kuat. Kata kunci ini dipilih untuk melambangkan HeForShe yang kuat dan tegas (terlihat dari pidato Emma Watson).

Dari kata kunci ini, yang akan diambil adalah warnanya. Warna-warna yang akan digunakan bersifat *bold*, yakni warna dengan *pure hue*.



Gambar 3. Moodboard kata *bold*. (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2020)

Kata kunci kedua yang diambil adalah *classical*. Menurut Cambridge Dictionary, kata *classical* berarti tradisional dalam gaya maupun bentuk, atau berdasarkan metode yang dikembangkan dalam jangka waktu lama, dan memiliki nilai tahan lama. Kata kunci ini dipilih untuk mendukung tema *fairy tale* yang ada pada acara Arts Week, dimana *fairy tale* merupakan dongeng klasik. Klasik disini merujuk pada seni rupa zaman klasik di Eropa. Visual yang akan diambil adalah ornamen-ornamen klasik dan tipografinya yaitu *illuminated script*.



Gambar 4. Moodboard kata *classical*. (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2020)

Dari kata kunci dan teori yang telah dibahas diatas, dapat dilihat contoh ilustrasi dan instalasi yang menjadi referensi dan probabilitas visual yang akan dipilih:



Gambar 5. Referensi probabilitas visual karya. (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2020)

## SIMPULAN & REKOMENDASI

1. Berdasarkan analisis data dan eksplorasi diatas, penulis menyimpulkan:
2. HeForShe belum memanfaatkan media komunikasi visual dengan maksimal bahkan pada acara HeForShe Arts Week

3. Pidato Emma Watson sangat kuat karena terdapat perangkat retorika di dalamnya yang mampu mempengaruhi audiens
4. Berdasarkan kesimpulan diatas, maka penulis merekomendasikan perlunya diadakan perancangan media visual berupa instalasi berbasis ilustrasi konseptual yang dapat membantu HeForShe untuk mengkomunikasikan kampanyenya melalui *visual storytelling*. Tentunya perancangan ini disesuaikan dengan prinsip dan kaidah desain yang baik dan benar.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Bishop, C. (2005). *Installation Art : A Critical History*. Tate.
- Carnegie, D. (2011). *How to Win Friends & Influence People In The Digital Age*. Simon & Schuster, Inc.
- Dewan, P. (2015). *Words Versus Pictures: Leveraging the Research on Visual Communication*: Vol. 10 no.1. Partnership: the Canadian Journal of Library and Information Practice and Research.
- He For She. (2018). *He For She Action Kit Individuals*. Retrieved from [https://www.heforshe.org/sites/default/files/2018-09/HeForShe\\_Action\\_Kit\\_Individuals.pdf](https://www.heforshe.org/sites/default/files/2018-09/HeForShe_Action_Kit_Individuals.pdf)
- Kelly, N. A. (2010). *What is Installation Art?*. Irish Museum of Modern Art.
- Kosslyn, S. M. (2007). *Clear and to the Point: 8 Psychological Principles for Compelling PowerPoint Presentations*. Oxford: Oxford UP.
- Landa, R. (2011). *Graphic design solutions* (4th edition.). Wadsworth Cengage Learning.
- Peterson, L. (2017). *The Science Behind The Art of Storytelling*. Retrieved from <https://www.harvardbusiness.org/the-science-behind-the-art-of-storytelling/>
- Rich, A. K., & Walker, K. (2019). *Gender Equality: Overview*. Salem Press Encyclopedia.
- Rokhmansyah, A. (2016). *Pengantar Gender dan Feminisme: Pemahaman Awal Kritik Sastra Feminisme*. Yogyakarta: Garudhawaca.