

# Analisis Media Visual Biro Karir, Hubungan dan Penelusuran Alumni Universitas Mercu Buana

**Naala Sakinata**

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain Seni dan Kreatif,  
Universitas Mercu Buana  
naalakinata@gmail.com

## ABSTRAK

Biro Karir, Hubungan dan Penelusuran alumni merupakan biro kerja sama antar industri, pelatihan karir dan pemantauan perkembangan dunia kerja alumni atau jembatan dunia kerja untuk mahasiswa/i Universitas Mercu Buana. Dalam mengajak untuk menghadiri acara yang dilaksanakan biro karir, diperlukan media sebagai kendaraannya, serta diperlukan desain sebagai media visual (poster). Penelitian ini dilakukan dengan Kuantitatif dan Kualitatif dengan pengumpulan data kuantitatif (kuesioner). analisis dilakukan dengan kualitatif, wawancara dan dokumentasi. Untuk mengetahui media promosi yang cocok serta analisis visual pada media yang sudah digunakan.

Kata Kunci: Media Promosi, Desain, Media visual, Poster

## PENDAHULUAN

Universitas Mercu Buana Jakarta, terletak di Jakarta Barat, memiliki kampus di Meruya, Warung Buncit Dan Menteng. Didirikan pada 22 Oktober 1985 dan memiliki akreditasi unggul. Salah satu unit di kampus ini adalah Biro Karir, Hubungan, dan Penelusuran Alumni. Biro ini berfokus pada kerja sama industri, pelatihan, dan pemantauan alumni. Mereka menyediakan informasi lowongan pekerjaan, pelatihan, dan pemantauan karir setelah lulus. Biro ini biasa mengadakan acara sebagai jembatan untuk mahasiswa/i maupun alumni Universitas Mercu Buana dalam membuka potensi kerja baru. Setiap acara tidak akan bisa terjaln apabila tidak adanya audience, oleh sebab itu dibutuhkan sebuah media promosi untuk acara tersebut, selain media tentu diperlukan media penyampaian secara visual.

Dalam penyebaran promosi acara banyak media yang bisa digunakan seperti media cetak (baliho, banner, brosur), media elektronik (Radio, TV), dan media sosial (Instagram, Tiktok, Facebook, Youtube, Twitter), selain itu diperluakannya media penyampaian kreatif memiliki peran penting. Media (dalam komunikasi) adalah wadah/perangkat komunikasi untuk mengirimkan konten, konten adalah isi/informasi/data dari pengirim kepada penerima (Rustan, 2020).

Pada kajian ini akan dicari media yang paling sesuai untuk promosi Biro Karir. Penelitian ini dilakukan mulai dari mengetahui media sosial hingga media cetak yang sudah digunakan oleh Biro Karir. Bahwa kajian ini untuk menemukan apakah media yang sudah digunakan sekarang sesuai dengan media yang sering digunakan target market sekarang serta analisis media visual pada Instagram @

umbkariralumni sebagai salah satu media promosi acara yang aktif digunakan oleh biro karir.

## **KAJIAN TEORI**

### **Poster**

Poster merupakan salah satu media yang sering digunakan dalam suatu kegiatan promosi yang memuat unsur teks dan ilustrasi. Visualisasi setiap unsurnya lebih rinci, jelas, realis, sederhana dan singkat dengan warna mencolok sesuai misinya (Pujiriyanto, 2005) Dalam sebuah poster terdapat unsur yang sangat bervariasi, namun biasanya ada unsur utama yang terkandung dalam sebuah poster yaitu visual (gambar) dan teks (tipografi) (Rustan, 2008).

### **Layout**

*Layout* sangat penting dalam desain visual. Agar konten terlihat rapi, posisi elemen dan keseluruhan komposisi harus diatur dengan hati-hati. Ini akan mempengaruhi pemirsa tentang apa yang mereka lihat. Komposisi bisa diatur dengan menerapkan prinsip desain seperti: *Emphasis* (penekanan), *Contras* (kontras), *Balance* (keseimbangan), dan *Unity* (kesatuan) (Rustan,2020).

### **Warna**

Warna merupakan elemen yang berperan besar warna juga bisa menjadi penentu untuk menarik perhatian, warna juga memiliki 6 skema yaitu: Monokromatik, Analogus, Complementary, Triadik, Split Komplementer, Tetradik (Double Complementary): Menggunakan empat warna yang membentuk bentuk persegi panjang di roda warna untuk kontras yang kuat, tetapi bisa sulit diatur dengan baik.

### **Tipografi**

Tipografi adalah sebuah disiplin ilmu yang mempelajari dan berkenaan dengan huruf. (Rustan,2016). Tipografi adalah elemen penting dalam desain grafis, publikasi, periklanan, dan banyak konten yang berhubungan dengan teks, karna itu dapat dikatakan sebagai 'visual language' yang berarti bahasa yang dapat dilihat.

### **Ilustrasi**

Ilustrasi merupakan salah satu elemen yang penting berupa gambar, foto, lukisan dan berfungsi sebagai membantu penjelasan suatu teks, atau kalimat. Ilustrasi juga pendukung estetika serta bisa digunakan sebagai umpan untuk menarik calon audience untuk membaca atau melihat konten.

## **METODOLOGI**

Dalam penelitian ini dilakukan dengan *Mixmethod* Kuantitatif dan Kualitatif dengan pengumpulan data kuantitatif (kuesioner). Analisis dilakukan dengan kualitatif, wawancara dan dokumentasi. Instrumen penelitian dilakukan mulai dari hal berikut.

### **1. Kuesioner**

Untuk mendapatkan data mengenai media yang sering digunakan oleh mahasiswa/i, kuesioner dilakukan juga untuk mendapatkan data dalam jangkauan luas dengan waktu yang terbatas.

## 2. Dokumentasi

Tahap ini dilakukan dengan pengumpulan data media yang sudah digunakan melalui gambar dari beberapa postingan Instagram sebagai pendukung penelitian dalam aspek pengamatan visual dan foto hasil kuesioner.

## 3. Wawancara

Dilakukan untuk membedah data kuesioner lebih dalam dengan memberikan pertanyaan kepada narasumber, guna memperkuat data terkait media informasi promosi yang sering digunakan, dan tampilan visual seperti warna, tataletak, ilustrasi dan tipografi, apakah sudah sesuai dan informasi yang ditampilkan sudah jelas.

4. Analisis media yang sering digunakan oleh target, dari data kuesioner dan data wawancara yang berikutnya dijelaskan secara deskripsi.

5. Analisis visual dari media yang sudah biro karir gunakan, dari analisis terkait teori elemen visual, pada analisis pribadi, data wawancara dan kuesioner.

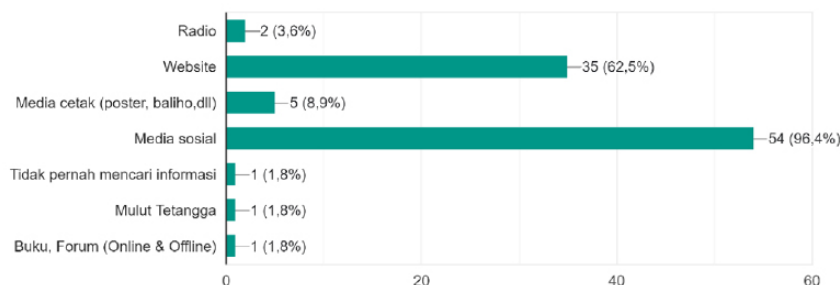
## PEMBAHASAN

Kuesioner dibuat untuk mengetahui media apa yang sering digunakan target dalam mencari informasi serta media sosial apa yang sering mereka gunakan. Dalam menentukan target responden peneliti membuat *mind mapping*.

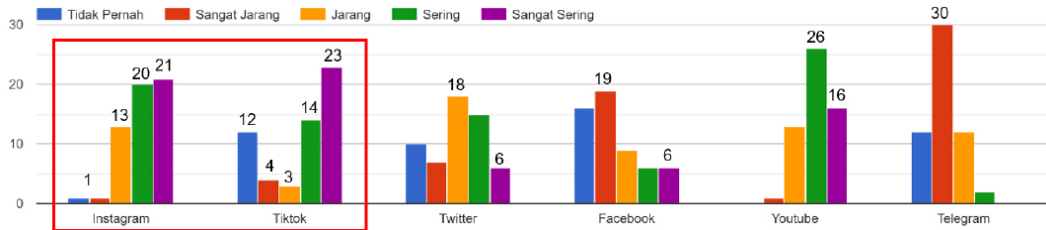


Gambar 1 Mindmap Reponden. (Sumber: Sakinata, 2023)

Maka dari itu kuesioner peneliti sebarakan kepada alumni dari angkatan 2019&2018, dan mahasiswa/i 2020&2021 yang merupakan target market.



Gambar 2 Bagan Hasil Kuesioner “Media Yang Sering Digunakan dalam Mencari Informasi”. (Sumber: Sakinata, 2023)



Gambar 3 Bagan Hasil Kuesioner “Media Sosial yang Sering Digunakan”.  
(Sumber: Sakinata, 2023)

Dari data di atas diketahui bahwa dari 56 responden lebih sering menggunakan media sosial sebagai media dalam mencari dan menemukan informasi, selanjutnya analisis media sosial yang sering digunakan dilihat pada keunggulan sangat sering. Dari 56 responden sebanyak 23 sering mengakses TikTok, 14 sering, 3 jarang, 4 sangat jarang dan 12 tidak pernah. Berikutnya pada Instagram 21 sangat sering, 20 sering, 13 jarang, 1 sangat jarang dan tidak pernah. Maka dari itu Instagram dinyatakan lebih unggul, dan dilanjut TikTok. Youtube dengan persentase tidak pernah 0 bisa juga menjadi media yang bisa diekslore biro karir. Berikutnya perbandingan dengan media yang sudah digunakan biro karir dan telah ditemukan bahwa biro karir sudah aktif di Instagram dan Facebook, sayangnya tiktok digunakan hanya sebagai postingan rekap video dari acara yang telah dilaksanakan, dan facebook bukan media yang sering digunakan oleh target.

Analisis strategi visual pada 2 desain poster salah satu acara yaitu campus hiring yang telah di posting oleh Instagram @umbkariralumni. Pada tahap analisis ini dilakukan dengan analisis pribadi menggunakan teori elemen desain, lalu pernyataan singkat dari narasumber dan hasil dari kuesioner yang juga dilakukan dalam mendata pendapat dari target yang lebih luas.



Gambar 4 Poster 1 Postingan *Campus Hiring* Instagram @umbkariralumni.  
(Sumber: Sakinata, 2023)

Tabel 1 Analisis Pribadi Strategi Visual pada Poster 1 postingan Instagram @umbkariralumni. (Sumber: Sakinata, 2023)

Analisis			
Layout	Warna	Tipografi	Ilustrasi
Layout menggunakan prinsip keseimbangan asimetris, walau tidak beraturan tetapi tetap selaras.	Penggunaan warna cerah menimbulkan kesan yang ceria dan terang, warna ini langsung bisa mencolok dan menarik perhatian.	Tipografi yang dihasilkan mampu untuk menyampaikan pesan secara jelas, tipografi disini juga mampu untuk memperkuat visual.	Tidak ada ilustrasi yang cukup mencolok, hanya beberapa elemen garis, dan bentuk.



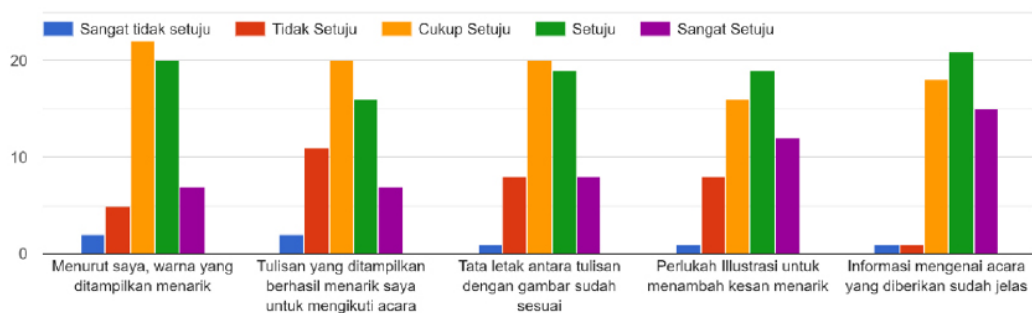
Gambar 5 Poster 2 Postingan Campus Hiring Instagram @umbkariralumni. (Sumber: Sakinata, 2023)

Tabel 2 Analisis Pribadi Strategi Visual pada Poster 2 postingan Instagram @umbkariralumni. (Sumber: Sakinata, 2023)

Analisis			
Layout	Warna	Tipografi	Ilustrasi
Layout menggunakan prinsip keseimbangan asimetris. Pada desain ini juga kontras dimainkan.	Paduan warna latar biru dengan kuning dan putih ditengah menimbulkan kontras yang langsung membuat orang tertuju pada informasi, warna biru juga merupakan warna corporate Mercu Buana. Permainan teori warna <i>Complementary</i> .	Keterbacaan tipografi disini sudah cukup dalam menyampaikan informasi. Perpaduan warna kuning latar dengan tulisan menjadi kesan tersendiri.	Tidak ada ilustrasi yang cukup mencolok, hanya beberapa elemen garis, dan bentuk.

Pada sesi wawancara dengan 3 narasumber yang merupakan kualifikasi target (alumni UMB angkatan 2019, mahasiswa angkatan 2020 dan mahasiswi angkatan 2021), penulis menanyakan pertanyaan terkait kedua desain poster pada postingan instagram @umbkariralumni, manakah yang langsung menarik perhatiannya dan apa alasannya. Ketiga narasumber lebih tertarik langsung dengan poster 2. Pada bagian warna menimbulkan kesan yang tenang dan warna biru identik dengan warna corporate yang diinformasikan, selain itu warna biru merupakan warna yang membawa kepercayaan dan profesionalisme. Selain itu tata letak yang ditampilkan juga tidak terlihat berantakan (seimbang), responden juga menyarankan penambahan ilustrasi pada desain untuk sekiranya menambah kesan visual yang lebih menarik agar tidak terlalu monoton dengan tulisan saja. Secara tipografi, keterbacaan pada informasi yang diberikan juga sudah jelas.

Poster 2 juga dilampirkan pada kuesioner untuk mengukur bagaimana pandangan dari target market yang lebih luas, Berikut hasil analisisnya.



**Gambar 6 Bagan Hasil Kuesioner Tentang Gambar yang Terlampir.**  
(Sumber: Sakinata,2023)

**Tabel 3 Analisis Strategi Visual dari Bagan Hasil Kuesioner.** (Sumber: Sakinata, 2023)

Analisis			
Layout	Warna	Tipografi	Ilustrasi
Pada kesesuaian penggunaan tata letak dengan keseimbangan asimetris, tanggapan dari 56 responden adalah. 20 cukup setuju, 19 untuk setuju, 8 untuk sangat setuju, dan tidak setuju, sedangkan 1 yang sangat tidak setuju	Hasil dari 56 responden yang lebih unggul adalah cukup setuju dengan 22 responden menjawab, yang disusul dengan tanggapan setuju sebanyak 20. 7 untuk sangat setuju, 5 tidak setuju, dan 1 sangat tidak setuju	Tipografi sebagai kalimat persuasi, 20 cukup setuju, 16 setuju, 11 tidak setuju, 7 sangat setuju, dan 1 tidak setuju. Untuk kejelasan informasi yang disampaikan, 21 setuju, 18 cukup setuju, 15 sangat setuju, dan 1 untuk tidak setuju dan sangat tidak setuju	Dari 56 responden, ada sekitar 19 setuju, 12 sangat setuju, 16 cukup setuju, 8 tidak setuju, dan 1 sangat tidak setuju

Penggunaan warna complementary cukup menarik baik itu menurut responden dan narasumber sebanyak 20 cukup setuju dan 19 setuju dari 56 responden. Warna komplementer adalah warna yang berseberangan dalam color wheel atau lingkaran warna dan memiliki sudut 180° dengan posisi kontras. Walau begitu, warnanya tetap terlihat harmonis, saling melengkapi, dan terlihat indah (Meilani, 2013). Keterbacaan yang dihasilkan tipografi juga mampu untuk menyampaikan pesan dengan jelas, tata letak dengan prinsip keseimbangan dan kontras antar elemen juga sudah cukup sesuai dengan 22 jawaban. sebanyak 19 responden dan 3 narasumber setuju dengan penambahan ilustrasi.

Ilustrasi merupakan jenis informasi visual yang bukan teks. Ilustrasi berhubungan dengan hal yang menginterpretasikan suatu konteks yang dibahas. Melalui ilustrasi dapat membantu pemahaman seseorang untuk mengerti konteks dengan mudah (Hidayat, 2019).

### **SIMPULAN & REKOMENDASI**

Poster menjadi media yang diharapkan mampu menyampaikan pesan secara visual. Hasil analisis terkait media apa yang paling sesuai untuk mempromosikan acara 54 dari 56 responden memilih media sosial begitupun dengan 3 narasumber, dengan aplikasi yang paling sering diakses adalah TikTok dan Instagram. Media yang digunakan biro karir sudah cukup sesuai dengan promosi pada Instagram, namun tidak dengan pemanfaatan media sosial TikTok.

Pada strategi visual yang digunakan biro karir sudah menerapkan prinsip desain keseimbangan dan kontras yang ditampilkan pada *layout*, warna yang diberi juga 20 responden dan 3 narasumber menjawab sudah cukup untuk menarik target dengan teori warna *Complementary*. Keterbacaan pada tipografi juga sudah berhasil dalam menyampaikan pesan dibenarkan oleh 21 responden dan 3 narasumber, dan cukup untuk mengajak target untuk mengikuti acara tersebut. Kedepannya diharapkan biro karir mulai mempromosikan acara di TikTok, selain itu diharapkan untuk menambahkan ilustrasi pada tampilan visualnya supaya lebih menarik tetapi dengan tetap menjaga prinsip keseimbangan layout.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- CNN Indonesia. (2023, Juli 31). Retrieved from cnnindonesia.com: <https://www.cnnindonesia.com/edukasi/20230726145418-569-978113/unsur-unsur-iklan-slogan-dan-poster-dilengkapi-penjelasan>
- Desia, A. (2022, Desember). ANALISIS DESAIN KONTEN INSTAGRAM SEBAGAI STRATEGI PROMOSI. @dkv.budiluhur.
- Pendit, I. D. (2019). STRATEGI PROMOSI MELALUI MEDIA DESAIN POSTER DALAM PENCITRAAN PUBLIK.
- Rustan, S. (2020). *Layout*. Jakarta: Nulisbuku Jendela Dunia.
- Soewardikoen, D. W. (2020). *Metodologi Penelitian DKV*. Yogyakarta: PT.KANISIUS.

- Starone. (2016, 2 15). *Pentingnya Warna Terhadap Marketing Dan Branding*. Retrieved from staronedigital: <https://staronedigital.com/2016/02/15/pentingnya-warna-terhadap-marketing-dan-branding/>
- Yulius, Y., Halim, B., & Patriansah, M. (2022). Tinjauan Unsur Visual Desain Poster Iklan Layanan Masyarakat 'Yuk Kurangi Sampah Plastik Mu'.