

# **Desain Komunikasi Visual sebagai Penunjang Acara “Gemakan Aksi: Generasi Muda Kekinian Antikorupsi”**

*Design & Creative Manager*

Mariana Ryzkia Pradana Dawi, Djoko Setyabudi

[marianaryzkie01@gmail.com](mailto:marianaryzkie01@gmail.com)

**Program Studi Ilmu Komunikasi**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro**

**Jl. Prof. Soedarto, SH, Tembalang, Semarang Kotak Pos 1269 Telepon (024) 746407**

**Faksimile (024) 746504 Laman: <https://fisip.undip.ac.id> / Email: [fisip@undip.ac.id](mailto:fisip@undip.ac.id)**

## ***ABSTRACT***

*This project discussed the continuity of the event “Gemakan Aksi: Generasi Muda Kekinian Antikorupsi” covering every stage from preparation to execution from the perspective of Design & Creative Manager. This project is the finalis of the competition held by the Anti-Corruption Film Festival (Acffest) 2024 in collaboration with the Indonesian Corruption Eradication Commission (KPK) as client. This project applies the concept of event management and visual communication design in organizing an event. Gemakan Aksi is an event targeting middle and high school students in the city of Semarang. The purpose of organizing the Gemakan Aksi event is to provide persuasive communication and educate the younger generation regarding integrity and anti-corruption behavior. There are a series of activities at the Gemakan Aksi event, a roadshow and main event including of Jelajah Lorong, Monologue, Film Screening, Talkshow, and Seribu Daun. The roadshow event was successfully carried out at 6 schools in Semarang. The main event from Gemakan Aksi succeeded in meeting the target of 250 participants along with the three resource persons involved. The design & creative manager also succeeded in fulfilling all the visual communication design needs required for the Gemakan Aksi event.*

***Keywords: Project, Event Management, Visual Communication Design, Gemakan Aksi***

## ABSTRAK

Karya Bidang ini membahas keberlangsungan *event* “Gemakan Aksi: Generasi Muda Kekinian Antikorupsi” dari mulai persiapan hingga pelaksanaan acara dari sudut pandang *design & creative manager*. Karya Bidang ini merupakan *project* finalis kompetisi yang diadakan oleh Anti Corruption Film Festival (Acffest) 2024 dan bekerja sama dengan KPK (Komisi Pemberantasan Korupsi) sebagai klien. Karya bidang ini mengaplikasikan konsep *event management* dan desain komunikasi visual dalam melaksanakan sebuah *event*. Gemakan Aksi merupakan acara dengan target peserta siswa SMP dan SMA di kota Semarang. Tujuan dari diadakannya acara Gemakan Aksi yaitu untuk memberikan komunikasi persuasif dan mengedukasi generasi muda terkait integritas dan perilaku antikorupsi. Terdapat rangkaian kegiatan pada acara Gemakan Aksi yaitu *roadshow* dan *main event* yang terdiri dari Jelajah Lorong, Monolog, *Screening Film*, Talkshow, dan Seribu Daun. Acara *roadshow* telah dilakukan kepada 6 sekolah yang ada di Semarang. *Main event* dari Gemakan Aksi berhasil memenuhi 250 target peserta. *Design & creative manager* juga berhasil memenuhi seluruh kebutuhan desain komunikasi visual yang dibutuhkan pada acara Gemakan Aksi.

**Kata Kunci : Karya Bidang, Manajemen Event, Desain Komunikasi Visual, Gemakan Aksi**

## PENDAHULUAN

Sebagai perbuatan yang melanggar hukum dan dapat merugikan negara, korupsi telah menjadi ancaman terbesar untuk negara Indonesia. Korupsi sendiri merupakan penyelewengan atau penyalahgunaan uang negara untuk keuntungan pribadi (Amroellah & Ibrahim, 2023). Dalam dunia pendidikan, penanaman nilai-nilai antikorupsi harus dimulai sejak dini. Hal tersebut berguna untuk memperkuat pendidikan karakter generasi muda yang antikorupsi dan memiliki sikap integritas yang kuat. Pendidikan formal yang

telah dilakukan oleh pemerintah sangat diperlukan untuk membentuk persepsi anak muda sebagai generasi penerus bangsa terhadap korupsi. Namun, pendidikan formal antikorupsi yang sudah ada masih tidak cukup untuk memperkuat persepsi generasi muda mengenai korupsi (Hambali, 2020).

Berdasarkan hasil survei yang telah dilakukan pada siswa dan siswi SMP-SMA di kota Semarang, hanya sebesar 54% saja tingkat pengetahuan generasi muda mengenai korupsi. Adapun mengenai sikap

integritas yang ada pada siswa dan siswi SMP-SMA di kota Semarang hanya sebesar 49% saja siswa dan siswi yang telah memiliki sikap integritas. Hal ini menunjukkan bahwa pendidikan formal saja tidak cukup untuk menumbuhkan pemahaman generasi muda mengenai tindakan korupsi dan penguatan integritas. Untuk memperkuat pendidikan formal antikorupsi yang telah ada, maka pendidikan non formal bisa mendukung pencerdasan generasi muda mengenai korupsi.

Sebagai lembaga yang dibentuk oleh negara, KPK atau Komisi Pemberantasan Korupsi telah melakukan berbagai cara untuk menumpas berbagai macam tindakan korupsi melalui strategi pencegahan, pendidikan, dan penindakan perilaku korupsi itu sendiri. Dalam strategi tersebut, KPK memiliki program kampanye antikorupsi yang disampaikan melalui film yaitu Anti-Corruption Film Festival (ACFFEST). KPK ingin melakukan penyebarluasan pendidikan nilai antikorupsi melalui event screening film bertemakan pesan-pesan antikorupsi hal ini bertujuan untuk menguatkan pendidikan antikorupsi untuk generasi muda saat ini. Film sendiri dapat dimanfaatkan menjadi media propaganda, film sendiri bersifat informatif karena di dalamnya mengandung informasi

yang dapat memengaruhi sikap seseorang. Informasi dapat mengubah keyakinan seseorang, mengubah keyakinan yang telah dimiliki sebelumnya, dan menambah keyakinan baru seseorang (Littlejohn et al., 2016).

Guna mendukung keberlangsungan acara *event screening* film, dibutuhkan desain komunikasi visual sebagai rangkaian bentuk penyajian pesan atau informasi kepada pihak lain. Desainer komunikasi visual tidak hanya membuat karya yang memiliki nilai estetika semata, melainkan desainer komunikasi visual juga harus bisa memastikan bahwa penerima pesan dapat memahami atau mengerti dengan mudah maksud dari pesan yang disampaikan melalui komunikasi visual yang telah diberikan.

Desain komunikasi visual yang baik juga dapat dimanfaatkan untuk menginformasikan peserta agar tertarik untuk datang ke event screening film yang membahas nilai-nilai antikorupsi. Tentunya, sangatlah penting untuk mempertimbangkan perancangan identitas visual yang sesuai dengan citra dari brand dan target pasar. Dalam desain komunikasi visual, penggunaan warna dan tipografi memainkan peranan vital untuk mencapai tujuan komunikatif. . Agar hasil desain komunikasi

visual dapat dinikmati oleh masyarakat secara luas maka diperlukan kualitas desain yang baik dan relevan dengan tema acara yang dibawakan.

## **OBJEKTIF**

Tujuan dari karya bidang ini adalah untuk mengetahui bagaimana desain komunikasi visual dapat menjadi media penyampaian informasi yang efektif dalam mengedukasi dan mempromosikan acara “Gemakan Aksi”. Sebagai *design & creative manager*, berikut merupakan objektif dari peran tersebut:

1. Mengumpulkan 250 peserta yang terdiri dari siswa dan siswi SMP-SMA di kota Semarang
2. Meningkatkan pemahaman dan pernyataan sikap integritas mengenai korupsi siswa SMP-SMA di Kota Semarang diukur melalui *pre-test* dan *post-test* dengan hasil lebih dari 59,1%. Hal tersebut berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh (Karo, 2020) ditemukan bahwa *event experiential* dapat berpengaruh sebesar 59,1%. Selain itu mengingat berdasarkan hasil survei yang telah dilakukan sebelumnya pada aspek pemahaman masih sebesar 54% (dari

100%) dan pada aspek sikap masih sebesar 49% (dari 100%).

3. Mencapai 8 desain unggahan feeds, 7 desain unggahan story, dan 8 desain thumbnail video/reels di akun media sosial Instagram @gemakan.aksi selama 2 bulan.
4. Mencapai seluruh keperluan desain acara seperti poster, banner, proposal *sponsorship*, *cue card* MC, *ID card* panitia, MMT spanduk *banner*, dan kebutuhan desain lainnya selama 2 bulan.
5. Melakukan *live report* selama pelaksanaan *main event* Gemakan Aksi.

## **TEORI KONSEPTUAL**

### ***Event Management***

*Event* adalah bentuk penyelenggaraan kegiatan yang dilakukan untuk mencapai *goals* dan objektif tertentu secara spesifik, yang dilakukan dalam rentang waktu sendiri dan dibentuk melalui perencanaan yang matang. *Event* memiliki beragam jenis bentuk tergantung dari ukuran audiens dan konsep acara (Bowdin et al., 2023). Menurut Goldblatt dalam menyelenggarakan suatu *event*, terdapat lima tahapan yang perlu diperhatikan agar suatu *event* dapat berjalan dengan efektif dan efisien yaitu *research*,

*design, planning, coordination, dan evaluation* (Goldblatt, 2014).

Berdasarkan tahap perencanaan *event* tersebut, *event* "Gemakan Aksi" menerapkan 5 tahapan perencanaan acara dapat berlangsung dengan baik dan lancar.

1. Tahap *research* diimplementasikan dalam bentuk riset yang dilakukan tim Gemakan Aksi sebelum menyelenggarakan suatu acara berupa penyebaran kuesioner kepada target sasaran.
2. Tahap *design* diimplementasikan dengan melakukan *brainstorming* yang dilakukan oleh tim Gemakan Aksi dalam menyatukan ide dan pendapat yang meliputi rencana anggaran, survey tempat tujuan, dan pemetaan *stakeholders* terkait.
3. Tahap *planning* diimplementasikan dengan merancang program secara mendetail yang disusun dalam rangka finalisasi konsep agar tahap lainnya dapat segera dilakukan, hal ini juga meliputi perencanaan promosi melalui media sosial dan acara yang dilakukan secara offline.
4. Tahap *coordination* diimplementasikan dengan pelaksanaan acara dimana dalam pelaksanaan acara dibutuhkan

koordinasi yang baik oleh seluruh tim yang terlibat. Pada tahap ini, peran *project leader* dalam koordinasi dan pengambilan keputusan sangat dibutuhkan.

5. Tahap *evaluation* diimplementasikan di akhir kegiatan dengan menilai proses keberlangsungan *event*. Evaluasi penting untuk referensi dalam melaksanakan suatu *event* di masa mendatang.

### **Desain Komunikasi Visual**

Desain komunikasi visual adalah cabang dari ilmu desain dimana ilmu tersebut mengeksplorasi konsep komunikasi yang berkaitan dengan kreatifitas, teknik, serta media menggunakan elemen visual guna menyampaikan pesan maupun tujuan tertentu baik tujuan informasi atau tujuan persuasi untuk mempengaruhi perilaku seseorang (Mamis et al., 2023).

Peran yang dimiliki oleh desain komunikasi visual sangatlah luas, desain komunikasi visual dapat meningkatkan komunikasi untuk memperkuat pesan di mata audiens. Desain komunikasi visual dinilai sangat efektif untuk menyampaikan pesan dengan memanfaatkan elemen desain yang menarik. Desain komunikasi visual juga memiliki kekuatan untuk memengaruhi

perilaku dan sikap seseorang melalui penggunaan warna, tipografi, dan elemen desain yang dapat membangkitkan emosi seseorang (Mamis et al., 2023).

Untuk memahami dan menciptakan sebuah karya desain, maka penting untuk mengetahui bahan-bahan dasar yang digunakan dalam mendesain, hal tersebut disebut juga dengan unsur-unsur desain yaitu:

1. Garis, garis memiliki berbagai jenis dapat berbentuk lurus, melengkung, tipis, putus-putus, dan tebal.
2. Warna yaitu unsur desain yang dapat memengaruhi perasaan seseorang dan menarik perhatian seseorang.
3. Bentuk merupakan unsur desain yang digunakan untuk mengatur ruang dan juga membangun struktur visual.
4. Tekstur merupakan unsur desain yang dapat dirasakan oleh fisik manusia.
5. Titik adalah unsur desain yang berbentuk kecil, bahkan titik juga sering disebut dengan noktah.
6. Ruang adalah area yang ada baik itu disekitar objek, diantara objek, maupun didalam objek.

Adapun beberapa prinsip-prinsip desain yaitu:

1. Kesatuan merupakan semua bagian bentuk harus memiliki keterikatan antara satu dengan yang lainnya. Sehingga ketika semua elemen bersatu maka akan memunculkan perasaan yang lengkap.
2. Keseimbangan merupakan kondisi dimana elemen visual memiliki kondisi yang sama baik itu horizontal maupun vertical. Keseimbangan terbagi menjadi dua yaitu keseimbangan simetris dan keseimbangan asimetris.
3. Kontras yaitu suatu keadaan dimana elemen-elemen visual memiliki pembeda yang tajam. Pembeda tersebut dapat berupa ukuran, warna, bentuk, dan sebagainya.
4. Proporsi adalah perbandingan ukuran agar dapat membandingkan panjang dan lebar suatu gambar dengan bidangnya.
5. Irama yaitu bagaimana mata kira bergerak ketika melihat karya desain. Irama terjadi karena adanya pengulangan secara terus menerus dari unsur yang berbeda-beda.
6. Harmoni merupakan kesan pasif yang ditunjukkan oleh suatu desain agar desain yang ada tidak terlalu menonjol dibanding yang lainnya.

7. Penekanan yaitu elemen yang menjadi fokus utama dalam sebuah desain.

## **DESAIN PERENCANAAN OBJEK KARYA BIDANG**

Event “Gemakan Aksi” menggunakan pendekatan strategi melalui *Integrated Marketing Communication*. Strategi pemasaran ini menggabungkan penyampaian pesan dengan melalui berbagai macam saluran menggunakan kedua media *IMC tools* baik *offline* maupun *online*. Pada *IMC* sendiri, konsistensi pesan sangat penting untuk menjangkau target khalayak yang lebih spesifik. Oleh karena itu, pesan yang efektif merupakan pesan yang dikomunikasikan dan memiliki nilai yang bermakna bagi penerima pesan (Fill & Turnbull, 2019). Strategi dalam menyebarluaskan pesan persuasif yang ada pada event ini menggunakan *IMC tools offline* dan *online* sebagai berikut:

1. *Social Media Marketing*, dengan membuat desain yang menarik untuk akun instagram @gemakan.aksi sebagai sarana promosi kegiatan event.
2. *Personal Selling*, dilakukan dengan mengadakan *roadshow* keenam

sekolah dan penyebaran poster ke beberapa sekolah di Kota Semarang.

3. *Public Relations*, bekerja sama dengan 3 *media partner* dan Dinas Pendidikan Kota Semarang dan Jawa Tengah.
4. *Event dan Experiential Marketing*, diadakannya event screening film bertemakan korupsi yang mengajarkan kepada peserta tentang nilai-nilai terkait antikorupsi.

### **A. Promosi Melalui Media Sosial**

Sebelum diadakannya *main event* dari acara Gemakan Aksi, media sosial memainkan peranan penting untuk mempromosikan suatu acara, media sosial juga umumnya berkaitan erat dengan adanya desain grafis untuk memperindah konten yang ada di media sosial. Generasi muda saat ini tidak terlepas dari media sosial yang sangat memengaruhi kehidupan sosial generasi muda saat ini.

Media sosial sebagai salah satu media baru dapat digunakan sebagai strategi untuk menyampaikan sebuah pesan dan sebagai media promosi. Oleh sebab itu, menyebarkan informasi mengenai edukasi antikorupsi dan melakukan promosi event dengan memanfaatkan media sosial merupakan langkah yang efektif. Desain

komunikasi visual berfungsi untuk menarik atensi secara visual dalam memikat mata audiens.

Maka dari itu, penggunaan elemen visual melalui gambar dan kata-kata haruslah bersifat persuasif. Selain dari itu, dibutuhkan juga *content plan* yang telah dibuat oleh *social media manager* agar jadwal perencanaan konten tertata dan memudahkan desainer komunikasi visual untuk mencapai tujuan lewat konten yang dihasilkan.

### **B. Roadshow ke SMP dan SMA di Kota Semarang**

Sebagai strategi mempromosikan acara *main event* Gemakan Aksi, maka diadakanlah kegiatan roadshow ke enam sekolah menengah yang ada di kota Semarang. Kegiatan roadshow dapat menjadi strategi efektif untuk menjangkau target audiens yakni siswa dan siswi sekolah menengah yang ada di kota Semarang. Dalam *roadshow* ini, akan dijelaskan mengenai materi pembuatan film dan pengedukasian mengenai integritas. Dengan membawakan tema bahwa korupsi dapat diberantas melalui seni, maka *roadshow* yang dilakukan menyiratkan pesan bahwa generasi muda seharusnya tidak terjerumus pada korupsi.

Selain itu, presentasi juga akan dilakukan di sekolah-sekolah sebagai sarana promosi acara Gemakan Aksi. Agar calon peserta semakin tertarik dengan tema acara yang dibawakan, maka pada saat pemaparan presentasi, desain komunikasi visual yang digunakan harus konsisten dengan tema acara yang dibawakan. Karena tema roadshow menekankan pesan “Bukan Bibit Koruptor tapi Bibit *Film Maker*” maka desain komunikasi visual lebih banyak menggunakan ilustrasi yang berkaitan dengan film, hal tersebut dapat memperkuat identitas visual dari kegiatan roadshow Gemakan Aksi.

### **C. Kerja Sama dengan Media Partner**

*Media partner* yang digunakan seperti stasiun radio, surat kabar, ataupun *platform* digital dapat membantu penyebaran informasi dengan luas dan cepat sehingga audiens yang menerima informasi tersebut dapat mengetahui acara Gemakan Aksi. Karena *media partner* biasanya telah memiliki audiens dalam skala yang besar, maka melakukan kerja sama dengan *media partner* efektif dalam meningkatkan jangkauan khalayak secara luas untuk dapat tertarik mengikuti acara *main event* Gemakan Aksi. Kerja sama dengan berbagai media yang ada di Kota Semarang akan



dilakukan untuk menyebarkan informasi mengenai acara. Selain itu, kerja sama dengan *Media Partner* juga dapat memungkinkan adanya liputan media.

Kehadiran *media partner* dapat mendukung acara Gemakan Aksi dalam memperoleh *exposure* yang lebih besar. Dengan *exposure* yang lebih besar, jangkauan peserta juga semakin meluas. Dalam melakukan kerja sama dengan *media partner*, desain komunikasi visual memiliki peran dalam membentuk *branding* dan identitas dari acara Gemakan Aksi. Seperti logo yang akan dicantumkan pada saat bekerja sama dengan *media partner*.

#### **D. Main Event Gemakan Aksi**

Event *screening film* Gemakan Aksi (Generasi Muda Kekinian Antikorupsi) merupakan puncak dari acara yang akan dilaksanakan. Rangkaian acara yang ada meliputi jelajah lorong dimana peserta acara akan menyusuri lorong, peserta diajak untuk memilih pilihan antara pernah atau tidak pernah dari sebuah pertanyaan mengenai perilaku korupsi yang dilampirkan.

Kegiatan ini ditujukan untuk mengukur pemahaman peserta terhadap perilaku korupsi yang terjadi di lingkungan sekitar sekaligus menjadi media *screening*. Kemudian, terdapat kegiatan monolog

dengan mengangkat tema masalah sosial yang terjadi dilingkungan masyarakat. Selanjutnya, dilanjut oleh kegiatan *screening film* bertemakan korupsi disertai dengan kegiatan *Talkshow* dan *Focus Group Discussion* (FGD). Kemudian acara ditutup oleh kegiatan penulisan pesan moral dari film yang sudah ditampilkan, kegiatan ini bernama Seribu Daun.

Pada acara *main event*, bentuk desain komunikasi visual yang tidak kalah penting adalah kehadiran desain *backdrop* acara Gemakan Aksi. *Backdrop* acara Gemakan Aksi dapat menjadi identitas acara dan meningkatkan visibilitas acara. Dengan adanya *backdrop*, peserta dapat mengidentifikasi suatu *event* yang sedang dilakukan. Oleh karena itu, *backdrop* harus memiliki desain yang menarik. Bukan hanya untuk meningkatkan nilai estetika acara saja, tetapi juga untuk meningkatkan visibilitas acara. Sama seperti *backdrop*, desain komunikasi visual juga memerankan peran yang penting dalam menunjang acara Gemakan Aksi seperti desain untuk *banner*, poster, *ID card* Panitia, *cue card* MC, dan kebutuhan desain lainnya.

#### **SEGMENTASI**

1. Demografis :

- Siswa & siswi SMP-SMA

- Laki-laki dan perempuan
- Usia 12 - 18 Tahun

## 2. Psikografis :

- Update dengan tren yang sedang ramai dibicarakan
- Tertarik pada film sebagai media edukasi
- Peduli terhadap isu-isu sosial dan politik, terutama korupsi

## 3. Geografis :

- Berdomisili di Semarang

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### *Design & Creative Manager*

*Design & creative manager* berperan penting dalam menentukan konsep desain yang akan digunakan disetiap rangkaian acara. Desain yang menarik tentunya penting untuk membangun identitas visual yang dimiliki seseorang, perusahaan, jasa, maupun produk. Identitas tersebut dapat merepresentasikan jiwa yang seimbang dengan produk atau jasa agar dapat dengan mudah dikenali dan menjadi pembeda antara satu dengan yang lainnya. Dengan adanya desain komunikasi visual yang menarik hal tersebut dapat meningkatkan *awareness* di kalangan target (Yasa et al., 2024).

Tentunya, setiap *event* yang akan diselenggarakan membutuhkan seorang desainer untuk memvisualisasikan ide-ide kreatif menjadi media media iklan atau

promosi agar *event* yang akan diselenggarakan dapat dilirik oleh masyarakat luas. Dalam menjalankan tugasnya, seorang *design & creative manager* harus merancang strategi desain komunikasi visual yang tepat dan menarik agar desain yang ditampilkan dapat sesuai dengan tema dan menarik perhatiann audiens lewat ide-ide kreatif yang telah divisualisasikan.

Dalam mendesain komunikasi visual, *design & creative manager* menggunakan bantuan dari aplikasi desain. Aplikasi desain yang digunakan untuk desain komunikasi visual disesuaikan pada preferensi dan kebutuhan. Selama keberlangsungan acara Gemakan Aksi, *design & creative manager* menggunakan aplikasi Adobe Photoshop untuk mengedit gambar dan menggunakan aplikasi Canva premium untuk memudahkan *design & creative manager* dalam membuat desain dengan mudah.

Untuk hasil capaian KPI *design & creative Manager* dapat dilihat sebagai berikut:

1. Telah tervisualisasinya desain 11 feeds, 7 story dan 8 reels di akun media sosial Instagram @gemakan.aksi selama 2 bulan.
2. Telah tervisualisasinya seluruh kebutuhan desain seperti Proposal

sponsorship, poster, MMT Banner, X banner, proposal kreatif, *cue card* MC, ID card panitia, *live report*, *thumbnail video reels*, acara persesi, sertifikat peserta, dan desain laporan pertanggungjawaban kegiatan gemakan aksi dibuktikan dengan hasil berupa fisik dan non fisik.

### **Evaluasi**

Dalam mendukung acara Gemakan Aksi, evaluasi pada program acara yang diselenggarakan sangatlah berguna. Evaluasi merupakan kegiatan yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi mengenai keberlangsungan suatu program yang kemudian informasi tersebut dimanfaatkan sebagai alternatif dalam menentukan suatu keputusan (Kurniasari, 2022). Evaluasi digunakan sebagai pengontrol dari pelaksanaan sebuah program agar efektivitas dan tindak lanjut dari pelaksanaan program tersebut dapat diketahui. Dalam hal ini, *design & creative manager* harus bisa mengontrol pelaksanaan perancangan desain agar tervisualisasi dengan baik dan relevan terhadap tema acara. Sehingga, tindak lanjut dari pelaksanaan program tersebut dapat berjalan dengan semestinya.

Pada pelaksanaannya, segala kebutuhan desain kreatif yang digunakan untuk *event* Gemakan Aksi berjalan dengan lancar. *Design & creative manager* berhasil memenuhi target pencapaian desain komunikasi visual yang diperlukan selama keberlangsungan acara Gemakan Aksi. Kebutuhan desain komunikasi visual dalam acara Gemakan Aksi yang berhasil dilaksanakan yaitu pembuatan desain poster sebagai media promosi acara, desain konten harian pada media sosial Instagram @gemakan.aksi, desain presentasi kegiatan *roadshow* Gemakan Aksi, desain proposal *sponsorship*, desain *Template Thumbnail Video* dan *Story* Instagram Gemakan Aksi, desain *Template Live Report Roadshow* dan *Main Event* Gemakan Aksi, desain MMT dan X Banner, desain ID card panitia, desain penunjuk arah, desain *cue card* MC, desain sertifikat peserta, dan desain acara setiap sesinya. Pada kegiatan dokumentasi dan *live report*, *design & creative manager* juga berhasil untuk mendokumentasikan dan merekam kegiatan acara secara langsung. Target pencapaian desain yang diperoleh *design & creative manager* dalam hal visual dan *branding* pada acara Gemakan Aksi secara signifikan sangat dibutuhkan dalam keberlangsungan acara Gemakan Aksi dimulai dari tahap perencanaan desain,

perancangan desain, hingga eksekusi desain kreatif. Seluruh *brief* konten harian yang sebelumnya telah dirancang oleh *social media specialist* telah berhasil divisualisasikan oleh *design & creative manager*.

### **Efektivitas Desain Kreatif**

Untuk melihat efektivitas desain kreatif dalam menyampaikan informasi acara Gemakan Aksi, maka telah dilakukan survei kepada 46 siswa dan siswi SMP sampai SMA yang ada di kota Semarang terkait desain komunikasi visual yang telah diterapkan selama kegiatan Gemakan Aksi. Survei tersebut disebarkan setelah berlangsungnya kegiatan *main event* dari Gemakan Aksi.

Kesimpulan yang dapat diambil dari hasil survei yang telah dilakukan kepada 46 responden yang mengikuti acara Gemakan Aksi adalah desain komunikasi visual yang digunakan pada rangkaian acara Gemakan Aksi efektif dalam mendukung penyampaian informasi dan mempromosikan acara kepada audiens. Dari survei tersebut juga mendukung argumentasi bahwa efektivitas desain dilihat dari kemampuan desain dalam menarik perhatian, menyampaikan pesan dengan jelas, dan mempengaruhi sikap serta

tindakan audiens terhadap program yang diadakan.

Beberapa faktor juga dapat berpengaruh terhadap keefektifitasan dalam desain. Pertama, penggunaan visual yang relevan dengan tema kegiatan dan menarik dapat memperkuat daya tarik visual dan efektif untuk menarik perhatian masyarakat agar mengikuti acara Gemakan Aksi. Kedua, sebagai salah satu dari elemen desain yakni tipografi, tipografi juga menduduki peranan penting dalam efektivitas desain kreatif. Penggunaan tipografi yang terlalu rumit dan sulit untuk dibaca dapat menghambat audiens dalam memahami informasi yang disampaikan pada poster, konten media sosial dan lain sebagainya. Maka dari itu, tipografi haruslah jelas dan mudah dibaca agar audiens dapat memahami pesan yang disampaikan. Ketiga, pentingnya untuk mengatur komposisi dan tata letak desain dalam memaksimalkan efektivitas desain kreatif. Elemen-elemen desain harus ditata dengan baik seperti penataan gambar, teks, dan elemen pendukung. Penerapan prinsip-prinsip desain seperti kesatuan, keseimbangan, kontras, harmoni, dan penekanan visual juga perlu diperhatikan agar desain dapat menarik perhatian dan mudah dipahami. Peletakan dan penyusunan informasi sesuai dengan hal yang paling

penting dapat memudahkan informasi untuk ditangkap dan dipahami audiens.

## **KESIMPULAN**

Pelaksanaan karya bidang “Gemakan Aksi: Generasi Muda Kekinian Antikorupsi” secara keseluruhan telah sukses untuk dilakukan. Target pencapaian yang telah direncanakan sebelumnya juga telah terpenuhi. Seluruh tim panitia yang terlibat dalam acara Gemakan Aksi dapat berkoordinasi satu sama lain dengan baik, sehingga rangkaian kegiatan yang dimulai dari kegiatan *roadshow* pada tanggal 12 September 2024 hingga kegiatan main event Gemakan Aksi pada tanggal 19 Oktober 2024 dapat terlaksanakan dengan lancar. Pada karya bidang ini, *design & creative manager* dapat menerapkan ilmu yang telah dipelajari pada mata perkuliahan seperti desain komunikasi visual dan *event management*.

Sebagai *design & creative manager*, semua kebutuhan yang berhubungan dengan desain kreatif telah berhasil dirancang dan divisualisasi. Melalui desain tersebut, edukasi antikorupsi dan promosi acara dapat tervisualisasi dengan baik. Desain yang digunakan selama kegiatan Gemakan Aksi berlangsung terbukti dapat menarik perhatian audiens untuk mengikuti acara

Gemakan Aksi, dapat menyampaikan pesan dengan jelas, dan dapat memengaruhi sikap serta tindakan audies terhadap program yang diadakan. Dengan demikian, karya bidang ini memberikan kontribusi yang bermakna dalam memahami pentingnya desain komunikasi visual sebagai penunjang acara Gemakan Aksi dalam mencapai kesuksesan acara sekaligus mencapai tujuan dari harapan Komisi Pemberantasan Korupsi melalui Anti-Corruption Film Festival (ACFFEST 2024) sebagai program kampanye antikorupsi melalui screening film.

## **SARAN**

Berikut beberapa saran yang dapat diberikan kepada institusi klien ataupun pihak lain yang berkepentingan:

1. Mengadopsi pengalaman “Jelajah Lorong” sebagai rangkaian kegiatan yang menarik untuk peserta pada program-program di masa mendatang.
2. Kebutuhan desain visual harus direncanakan dengan matang untuk meminimalisir adanya pengerjaan desain tambahan yang mendadak atau revisi desain yang berulang agar tidak memperlambat kegiatan publikasi desain.

3. Memperhatikan keterbacaan dan kejelasan informasi untuk desain visual baik dari segi warna, tata letak, tipografi, dan elemen grafis lainnya. Hal ini dapat mempermudah pemahaman audiens mengenai acara yang akan diselenggarakan.
4. Melakukan *monitoring* dan manajemen timeline dengan terstruktur agar sebuah acara dapat berjalan sesuai perencanaan yang telah dilakukan sebelumnya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Amroellah, A., & Ibrahim, M. Y. (2023). Pendidikan Anti Korupsi. CV. Intelektual Manifes Media.
- Bowdin, G. A. J., Allen, J., Harris, R., Jago, L., O'Toole, W., & McDonnell, I. (2023). *Events Management* (4th ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/978100304463>
- Fill, C., & Turnbull, S. (2019). *Marketing Communications: Touchpoints, Sharing and Disruption*. Pearson.
- Goldblatt, J. J. (2014). *Special Events: Creating and Sustaining a New World for Celebration*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Hambali, G. (2020). Evaluasi Program Pendidikan Antikorupsi dalam Pembelajaran. *Integritas : Jurnal Antikorupsi*, 6(1), 31–44. <https://doi.org/10.32697/integritas.v6i1.621>
- Karo, P. K. (2020). Analisis Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Tingkat Kepuasan Peserta Sports Event Jakabaring Wonderful Run Palembang. *Pusaka : Journal of Tourism, Hospitality, Travel and Business Event*, 127–135. <https://doi.org/10.33649/pusaka.v2i2.32>
- Kurniasari, A. (2022). *Evaluasi Pelaksanaan Program Unggulan di SMA Negeri 1 Kertosono dan MA Negeri Nganjuk (Studi Evaluatif Model CIPP)* [Masters, IAIN Kediri]. <https://etheses.iainkediri.ac.id/4448/>
- Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel, J. G. (2016). *Theories of Human Communication: Eleventh Edition*. Waveland Press.
- Mamis, S., Putra, I. N. A. S., Yusa, I. M. M., Aryanto, D., Yasa, N. P. D., Wahidiyat, M. P., Novitasari, D., Jayanegara, I. N., Mutiarani, R. A.,

Sutarwiyasa, I. K., Yasa, I. W. A. P., Putra, P. S. U., Setiawan, I. K., Anggara, I. G. A. S., Setiawan, I. N. A. F., & Carrollina, D. (2023). *Dasar-Dasar Desain Komunikasi Visual (DKV): Panduan Lengkap Untuk Memasuki Dunia Kreatif Visual*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Yasa, I. W. A. P., Putra, R. W., Kurniawan, H., Ruslan, A., Muhdaliha, B., Suryani, R. I., Dwitasari, P., Jayanegara, I. N., Mustikadara, I. S., Asia, S. N., Prasetyo, D., Alamin, R. Y., Negoro, A. T., Anggasta, B., Lesmana, P. S. W., Sutawiyasa, I. K., Ramadhani, N., & Judijanto, L. (2024). *Desain Komunikasi Visual: Teori dan Perkembangannya*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.