

**SURAT KETERANGAN  
MELAKUKAN KEGIATAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT  
INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL  
No. 090/C.02.01/LPPM/II/2021**

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Iwan Juwana, S.T., M.EM., Ph.D.  
Jabatan : Kepala  
Unit Kerja : LPPM-Itenas  
JL. P.K.H. Mustafa No.23 Bandung

Menerangkan bahwa,

No	Nama	NPP	Jabatan
1	Agustina Kusuma Dewi, S.Sos., M.Ds.	20180505	Narasumber
2	Aldrian Agusta, S.Sn., M.Ds.	20020404	Narasumber
3	Levita Dwinaya, S.S., M.Pd.	20060502	Narasumber
4	Dr. Firmansyah Diyata, S.S., M.Pd.	20061102	Narasumber
5	Aditya Januarsa, M.Ds.	20100502	Narasumber

Telah melakukan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat sebagai berikut :

Nama Kegiatan : Seminar “Bukan Ngobrol Biasa, Ruang Paham Tanpa Sekat”  
Tempat : Webinar/Video Conference  
Waktu : 03 November 2020  
Sumber Dana : Mandiri

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 10 Februari 2021

Lembaga Penelitian dan Pengabdian  
kepada Masyarakat (LPPM) Itenas  
Kepala,

Iwan Juwana, S.T., M.EM., Ph.D.  
NPP. 20010601

# **LAPORAN KEGIATAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**



## **Seminar**

**“Bukan Ngobrol Biasa, Ruang Paham Tanpa Sekat”**

**Ketua Tim :**

**Agustina Kusuma Dewi, S.Sos., M.Ds.0403088105**

**Anggota Tim :**

<b>Aldrian Agusta. S.Sn., M.Ds</b>	<b>0416086901</b>
<b>Levita Dwinaya. S.S., M.Pd</b>	<b>0426027902</b>
<b>Dr. Firmansyah Diyata.S.S., M.Pd</b>	<b>0412127201</b>
<b>Aditya Januarsa, M.Ds.</b>	<b>0403018503</b>

**PROGRAM STUDIDESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN  
INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL  
TAHUN 2021**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Seminar "Bukan Ngobrol Biasa, Ruang Paham Tanpa Sekat"

### Ketua Tim Pengusul

Nama : Agustina Kusuma Dewi, S.Sos., M.Ds.  
NIP : 120180505  
Jabatan/Golongan : Asisten Ahli/IIIB  
Jurusan/Fakultas : Desain Komunikasi Visual/Fakultas Arsitektur dan Desain  
Bidang Keahlian : Periklanan, Proses Komunikasi, Bahasa Rupa, Budaya Visual, Psikologi Desain  
Alamat Kantor : Jl. PKH. Hasan Mustopa No. 23 Bandung  
Alamat Rumah : Jalan Rancamanyar IV No. 9 Bandung 40275

### Lokasi Kegiatan

Nama Mitra : Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta  
Wilayah Mitra : Surakarta  
Desa/Kecamatan : Mojosongo  
Kota/Kabupaten : Surakarta  
Provinsi : Jawa Tengah  
Jarak PT ke Mitra : 535,4 km  
Mahasiswa yang terlibat :  
Luaran : Peserta memperoleh pengetahuan yang berkaitan dengan proses komunikasi yang terjadi di era digital pada area komunikasi visual.  
Waktu Pelaksanaan : Tanggal 3 November 2020  
Total Biaya : Rp. 7.650.000

Bandung, Februari 2021

Mengetahui,  
Ketua Prodi Desain Komunikasi Visual

Ketua Tim Pengusul



(Aldrian Agusta. S.Sn., M.Ds)  
NIDN :0416086901



(Agustina Kusuma Dewi, S.Sos., M.Ds.)  
NIDN : 0403088105

Disahkan oleh :

Dekan Fakultas Arsitektur dan Desain Itenas



(Dr. Andry, M.Sn.)  
NIDN : 0424046801

Ketua LP2M Itenas



Iwan Juwana, S.T., M.EM., Ph.D.  
NIDN : 0403017701

# SEMINAR

## Bukan Ngobrol Biasa, Ruang Paham Tanpa Sekat

### Latar Belakang

Dalam kehidupan sehari-hari, kita pasti akan menemukan iklan-iklan yang harus kita lihat dalam kehidupan kita. Iklan-iklan ini dapat kita lihat dimanapun, baik di televisi, radio, tepi jalan, maupun di situs-situs internet yang kita buka. Tujuan dari iklan-iklan tersebut adalah untuk membuat orang-orang yang melihatnya menjadi terpengaruh untuk mengikuti apa yang diinginkan oleh iklan tersebut.

Suatu iklan akan dianggap berhasil apabila mampu memberikan kontribusi yang signifikan terhadap tujuan mengapa iklan tersebut dibuat. Untuk dapat mencapai tujuan tersebut tentunya iklan harus dirancang dan dibuat sebaik mungkin sehingga dapat menimbulkan kesan positif dan dengan mudah dapat diingat oleh orang-orang yang melihat iklan tersebut dalam jangka waktu yang lama, bahkan apabila memungkinkan seumur hidup orang-orang yang melihatnya.

Untuk dapat menghasilkan iklan yang baik di zaman modern ini tentunya pembuat iklan tidak hanya bergantung pada konsep cerita pada iklan tersebut, tetapi juga harus mampu menyertakan penggunaan aplikasi-aplikasi teknologi yang dapat membuat iklan tersebut menghasilkan special efek yang membuat orang-orang yang melihat iklan tersebut menjadi terkesan.

Selain itu, seiring dengan perubahan zaman, iklan-iklan saat ini dirasakan akan bertambah efektif untuk mencapai tujuannya apabila ikut pula disebarluaskan melalui situs-situs internet dan sosial media. Hal ini dikarenakan di zaman sekarang penggunaan sosial media yang semakin marak membuat para produsen mulai berpikir bahwa iklan melalui media sosial adalah salah satu cara yang sangat efektif dalam menyebarkan pengetahuan tentang produk mereka.

Dengan demikian, seiring perubahan yang terjadi pada dunia saat ini, pembuat iklan harus tidak hanya mampu merancang iklan yang baik dan berkesan, tapi juga harus mampu membuat iklan-iklan dengan berbagai bentuk platform sesuai dengan kebutuhan dimana iklan tersebut akan ditampilkan.

### Tujuan

Ketika melihat iklan, kita adakalanya dapat dengan mudah memahami apa maksud dan tujuan iklan tersebut. Iklan-iklan yang mudah dipahami seperti ini adalah iklan-iklan yang sederhana, dan biasanya iklan-iklan sederhana banyak ditampilkan di era televisi swasta yang booming di tahun 90-an.

Saat ini iklan-iklan yang ditampilkan tidak sesederhana sebelumnya. Bahkan adakalanya iklan-iklan saat ini terlihat rumit sehingga membutuhkan investasi waktu dan pemikiran agar maksud dan tujuan sebenarnya dari iklan tersebut dapat dipahami dengan baik oleh orang-orang yang melihatnya.

Berdasarkan hal diatas, maka tujuan dari diadakannya semidaring ini adalah untuk membahas dan bediskusi tentang pemahaman gambar-gambar visual dalam dalam konteks dunia yang semakin modern dengan teknologinya, baik teknologi yang dimanfaatkan untuk efek visual pada gambar-gambar tersebut maupun teknologi media sosial yang menampilkan gambar-gambar tersebut.

Dengan adanya diskusi ini, maka diharapakan para pelaku desain dapat lebih memahami standar gambar-gambar visual yang dianggap menarik dan mampu memberikan pemahaman yang mudah terhadap tujuannya tapi dengan cara yang unik dan berkesan, sedangkan masyarakat awam yang melihat gambar tersebut akan mendapatkan cara pandang dan pengetahuan yang lebih baik dari sebelum dalam menilai suatu gambar visual yang berkualitas ataupun kurang berkualitas.

## **Mekanisme Pelaksanaan Kegiatan**

Kegiatan ini diselenggarakan pada tanggal 3 November dan telah dilaksanakan melalui zoom.

Adapun kegiatan ini diselenggarapakn dengan mekanismer berikut ini.

- Pukul: 08.30 – 08.45 : Diawali dengan menyanyikan lagu Indonesia Raya oleh seluruh peserta
- Pukul: 09.00 – 09.30 :Pembukaan kegiatan oleh Dekan FAD Itenas
- Pukul: 09.30 – 10.05 :Sambutan oleh Kaprodi DKV Itenas
- Pukul: 10.15 – 13..00 :Penyajian makalah oleh para pembicara dan tanya jawab:
  - 1. Fahmi Azmi Shobirin & Gumiang Akbar Adyana  
Materi: Adaptasi Strategi Komunikasi Pemasaran Produk melalui Komunikasi Visual
  - 2. Naviatul Ilma  
Materi: Originalitas Identitas Visual & Fenomena Perkembangan Teknologi
  - 3. Agustina Kusuma Dewi, S.Sos., M.Ds.  
Materi: What is communication?
  - 4. Handriyotopo  
Materi: Metafora dan Jejak Retorika Visual Karya Seni
  - 5. Adi Surahman S.Sn., M.Ds  
Materi: Konten Lokal, Rasa Global
  - 6. Safiq Muljanto  
Materi: Be a Conversionist
- Pukul 13.30 : Penutupan oleh Kaprodi DKV Itenas

## **Luaran yang Dicapai**

Melalui presentasi dan diskusi yang dilakukan oleh para pembicara dan peserta pada seminar ini, terlihat para peserta yang terlibat pada seminar ini memeroleh tambahan pengetahuan yang cukup signifikan berkaitan dengan proses komunikasi yang terjadi di era digitalpada area komunikasi visual.

Pengetahuan tersebut tidak hanya mencakup pemahaman dari tujuan komunikasi dalam bentuk gambar-gambar visual, tapi peserta diskusi juga diajak untuk memahami bagaimana perilaku perubahan cara pelaku usaha beriklan dengan berkembangnya media sosial dewasa ini.

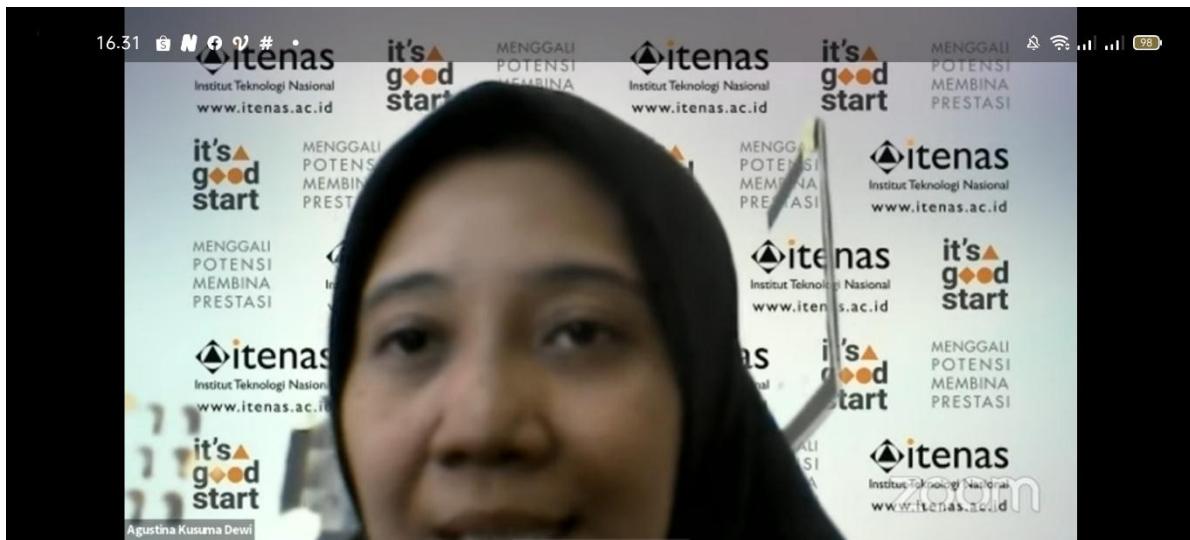
## LAMPIRAN

### PHOTO KEGIATAN

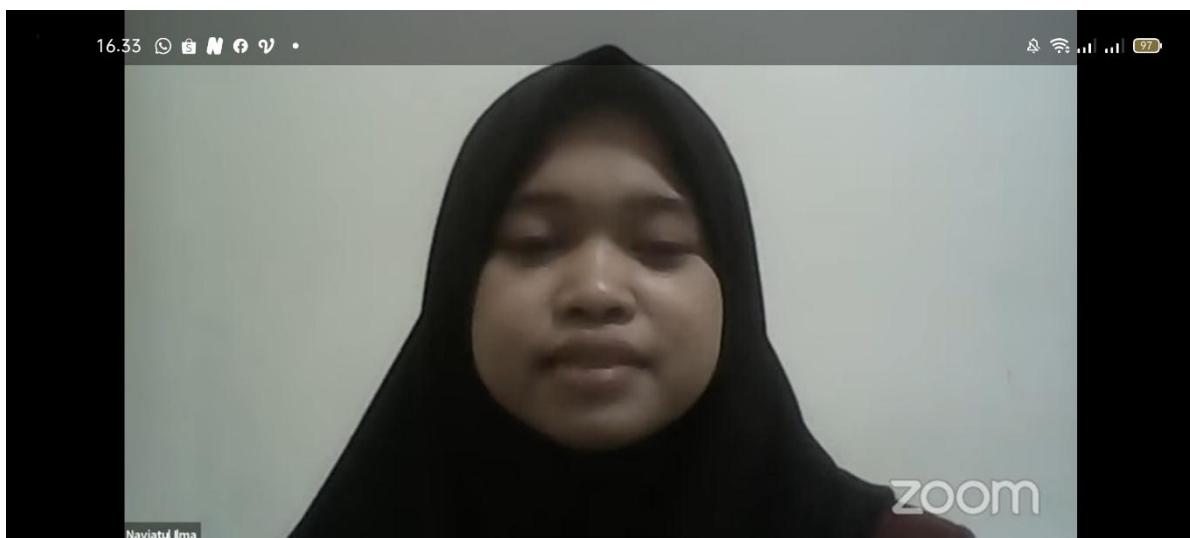
#### PEMBUKAAN OLEH DEKAN FAKULTAS ARSITEK DAN DESAIN



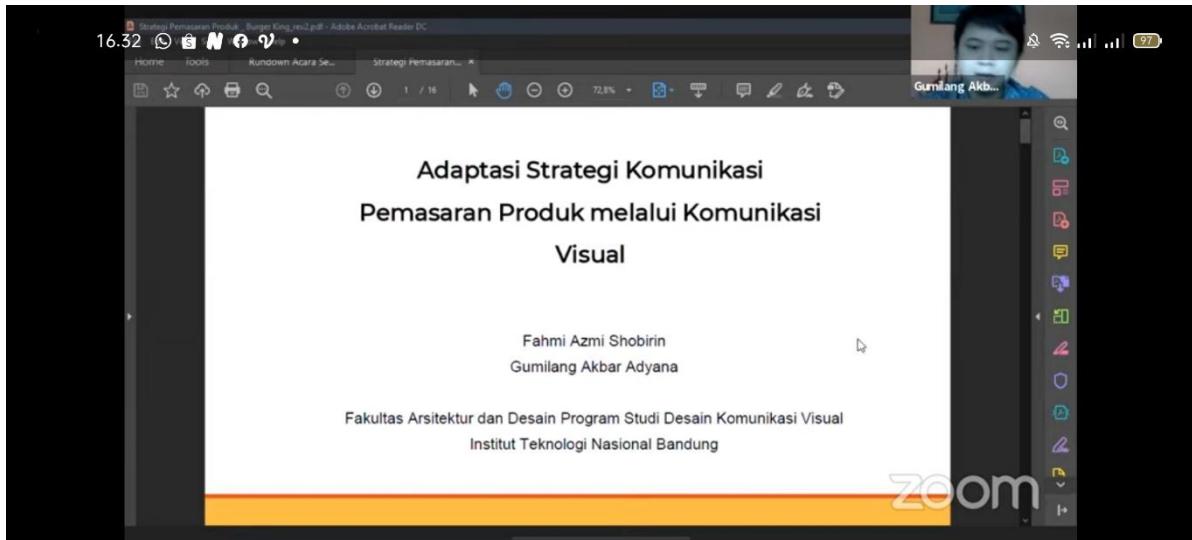
#### PEMAPARAN MATERI OLEH PESERTA



- Agustina Kusuma Dewi, S.Sos., M.Ds. - Materi: What is communication?



- Naviatul Ilma - Materi: Originalitas Identitas Visual & Fenemone Perkembangan Teknologi



- Fahmi Azmi Shobirin & Gumiang Akbar Adyana - Materi: Adaptasi Strategi Komunikasi Pemasaran Produk melalui Komunikasi Visual



- Adi Surahman S.Sn., M.Ds - Materi: Konten Lokal, Rasa Global



- Handriyotopo - Materi: Metafora dan Jejak Retorika Visual Karya Seni



- Safiq Muljanto -Materi: Be a Conversionist



## Power Point Peserta

1. Konten Lokal, Rasa Global

2. Kok Keren?

3. KOMUNIKASI VISUAL

4. DKV?

5. DKV?

6. DKV?

7. DKV?

8. DKV?

9. DKV?

Handriyotopo\_Wacana Metafora - PowerPoint

File Home Insert Draw Design Transitions Animations Slide Show Review View Help Tell me what you want to do

Normal Outline View Sorter Page View Master Views

Slide Master Handout Notes Master Views

Gridlines Notes Guides

Zoom Fit to Window Color/Grayscale

Arrange All Cascade New Window Move Split Switch Windows Macros

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

Slide 1 of 25 | French (Indonesia)

Handriyotopo\_Wacana Metafora - PowerPoint

File Home Insert Draw Design Transitions Animations Slide Show Review View Help Tell me what you want to do

Normal Outline View Sorter Page View Master Views

Slide Master Handout Notes Master Views

Gridlines Notes Guides

Zoom Fit to Window Color/Grayscale

Arrange All Cascade New Window Move Split Switch Windows Macros

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

Slide 1 of 25 | French (Indonesia)

Handriyotopo\_Wacana Metafora - PowerPoint

File Home Insert Draw Design Transitions Animations Slide Show Review View Help Tell me what you want to do

Normal Outline View Sorter Page View Master Views

Slide Master Handout Notes Master Views

Gridlines Notes Guides

Zoom Fit to Window Color/Grayscale

Arrange All Cascade New Window Move Split Switch Windows Macros

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

Learn More

Slide 1 of 25 | French (Indonesia)

Navatul Ilma\_ORIGINALITAS IDENTITAS VISUAL - PowerPoint

File Home Insert Draw Design Transitions Animations Slide Show Review View Help Tell me what you want to do

ABC Spelling Thesaurus Check Accessibility Insights Translate Language

Proofing Accessibility

Comments

Compare

Accept Reject

Review

Share

5

6

7

8

9

10

11

12

13

14

15

Menurut Gemah dalam Alen J.S (2001:11) dalam bukunya menyatakan: "It is a point to the acknowledgement that symbols form are in general products of the market, and that they are shaped by the conditions of capitalist market competition and exchange".

Dari pernyataan pernyataan dapat diambil bahwa media sebagai industri sudah termasuk media sosial hal ini berakibat sebagai penanda status sosial

Media sosial dianggap sebagai sistem produksi, distribusi, dan konsumsi

Media sosial berlakunya menjalani sebuah waran yang menunjukkan prestasi bagi pengguna

• Para desainer menerapkan perbaikan hasil karyanya menggunakan media sosial seperti: instagram, youtube, akun pribadi, dribble, arwee, dan sebagainya

• Mengingat lima desainer pada platform tersebut belum banyak untuk mengikuti kompetisi

• Sesuai dengan fenomena diatas dapat dilakukan bahwa untuk memajukan suatu lima yang pada dasarnya adalah cultur suatu desainer dan harus memperbaikinya agar mendapat pengakuan dan penghargaan

• Selanjutnya lima desainer dapat mengikuti kompetisi dan selanjutnya bisa diperbaiki dengan banyak video tutorial secara online

SEMIOTIKA DALAH IDENTITAS VISUAL

PERAN PENTING IDENTITAS VISUAL

PERANAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL SITINGH-COVID-19

PENTINGNYA MENJAGA ORIGINALITAS KARYA

Dollar Puntaka

SEKIAN TERIMAKASIH