

DESAIN KOMUNIKASI VISUAL ERA SOCIETY 5.0

DESAIN KOMUNIKASI VISUAL ERA SOCIETY 5.0

PERNERBIT



SIDYANUSA

y a y a s a n
s i n e r g i
w i d y a
n u s a n t a r a

2025

Judul: Desain Komunikasi Visual Era Society 5.0

Editor: I Nyoman Jayanegara

Penyunting: Suci Meinarni

Tata Letak & Sampul: Andreas James Darmawan

Penulis: I Nyoman Larry Julianto

I Nyoman Yoga Sumadewa

Kankan Kasmana

Adi Surahman

Gede Pasek Putra Adnyana Yasa

Wiwi Isnaini

Sri Wahyuning Septarina

M Harun Rosyid Ridlo

Taufan Hidayatullah

Andreas James Darmawan

Rosa Karnita

Ernawati

Nina Sofiyawati

Syarip Hidayat

Mira Sutrisna

Nurillah Kharissa Pradanyamuthi

I Nyoman Anom Fajaraditya Setiawan

Lala Palupi Santyaputri

Eka Noviana

Agustina Kusuma Dewi

Ida Ayu Sutarini



SIDYANUSA

yayasan
sinergi
widya
nusantara

Penerbit:

SIDYANUSA (Yayasan Sinergi Widya Nusantara)

Jalan Gunung Cemara No. 64 , Tegal Harum, Denpasar, Bali

Telp: 087762232569

Situs: sidyanusa.org

E-mail: penerbitsidyanusa@gmail.com

Anggota IKAPI No. 047/BAI/2024

ISBN 978-623-99696-8-4

23 x 15,5 cm.; i – xvi, 432 hlm.; Daftar Pustaka: hlm. 375.

Cetakan I: Januari 2025

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang

Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun, baik secara elektronik maupun mekanik, termasuk mefotokopi, merekam, atau dengan sistem penyimpanan lainnya, tanpa izin tertulis dari penulis dan penerbit.

Penulis bertanggung jawab atas segala bentuk serta isi dalam penulisan dan yang berkaitan dengan etika publikasi dalam terbitan.

Penerbit dan editor tidak bertanggung jawab terhadap segala bentuk pelanggaran dalam terbitan.

Dengan ini, seluruh penulis pada buku terbitan mengikuti serta menyetujui segala bentuk aturan dari penerbit, dan memberikan hak eksklusif sepenuhnya kepada penerbit dalam pengelolaan terbitan tanpa tuntutan apapun dikemudian hari.

Desain Komunikasi Visual Era Society 5.0

Penulis:

I Nyoman Larry Julianto
I Nyoman Yoga Sumadewa
Kankan Kasmana
Adi Surahman
Gede Pasek Putra Adnyana Yasa
Wiwi Isnaini
Sri Wahyuning Septarina
M Harun Rosyid Ridlo
Taufan Hidayatullah
Andreas James Darmawan
Rosa Karnita
Ernawati
Nina Sofiyawati
Syarip Hidayat
Mira Sutrisna
Nurillah Kharissa Pradanyamuthi
I Nyoman Anom Fajaraditya Setiawan
Lala Palupi Santyaputri
Eka Noviana
Agustina Kusuma Dewi
Ida Ayu Sutarini

PERNERBIT



2025

KATA PENGANTAR

Desain Komunikasi Visual Era Society 5.0 adalah sebuah buku yang mengupas bagaimana perkembangan teknologi, terutama dalam konteks Society 5.0, mempengaruhi dunia desain komunikasi visual (DKV). Buku ini ditulis untuk memberikan pemahaman tentang bagaimana desain visual berperan dalam menghadapi tantangan dan peluang yang ditawarkan oleh revolusi industri digital, serta bagaimana profesi ini harus beradaptasi dengan kemajuan teknologi yang pesat.

Diawali dengan pengenalan konsep Society 5.0, yang merupakan istilah untuk menggambarkan masyarakat yang dibangun dengan memanfaatkan teknologi digital, kecerdasan buatan (AI), internet of things (IoT), dan big data. Society 5.0 adalah visi untuk masa depan di mana teknologi tidak hanya meningkatkan efisiensi ekonomi, tetapi juga memperhatikan aspek sosial dan kualitas hidup manusia. Pada konteks desain komunikasi visual, era Society 5.0 menuntut para desainer untuk tidak hanya menguasai keterampilan teknis dan estetika, tetapi juga untuk memahami dampak sosial dari setiap desain yang dihasilkan. Buku ini mencakup berbagai aspek mengenai perubahan peran desain komunikasi visual dalam era digital dan memberikan wawasan tentang bagaimana desainer bisa berinovasi untuk memenuhi tuntutan baru ini.

Secara keseluruhan, buku ini terdiri dari beberapa bab yang dibagi dengan rapi dan mudah dipahami. Setiap bab mengulas topik-topik penting yang berkaitan dengan desain komunikasi visual, di antaranya adalah evolusi desain komunikasi visual, teknologi yang berkembang di era Society 5.0, hingga tantangan dan peluang bagi desainer di masa depan. Membahas evolusi desain komunikasi visual dari masa ke masa, dimulai dengan era analog hingga era digital yang semakin berkembang. Menjelaskan bagaimana desain komunikasi visual telah bertransformasi, dari desain grafis konvensional hingga penggunaan teknologi canggih dalam penciptaan karya visual yang lebih interaktif dan dinamis. Desain visual yang dulu terbatas pada media cetak, kini telah berkembang ke media digital, seperti situs web, aplikasi, dan platform media sosial. Mengulas berbagai teknologi yang menjadi kekuatan pendorong Society 5.0, seperti kecerdasan buatan (AI), augmented reality (AR), virtual reality (VR), serta big data. Penulis menjelaskan bagaimana teknologi-teknologi

ini mempengaruhi cara desain komunikasi visual diciptakan, disampaikan, dan diterima oleh audiens.

Penggunaan AI dalam desain memungkinkan untuk menciptakan karya desain yang lebih personal dan responsif terhadap preferensi pengguna. Sementara itu, AR dan VR membuka kemungkinan untuk menciptakan pengalaman visual yang lebih imersif dan interaktif, yang memberikan cara baru bagi desainer untuk berkomunikasi dengan audiens mereka. Penulis juga mengupas bagaimana teknologi big data memungkinkan desainer untuk memanfaatkan data pengguna untuk merancang pengalaman visual yang lebih relevan dan efektif. Bagian lain yang menarik adalah pembahasan tentang bagaimana desain komunikasi visual harus memperhatikan dampak sosialnya, khususnya dalam era Society 5.0 yang semakin mengedepankan keberlanjutan, inklusivitas, dan kesejahteraan masyarakat. Dalam bab ini, penulis mengajak pembaca untuk merenung tentang peran etika dalam desain, mengingat banyak desain visual yang kini menasar audiens yang lebih luas dan beragam, serta mempengaruhi cara pandang mereka terhadap dunia.

Selain itu, buku ini juga mengingatkan pentingnya desain yang ramah lingkungan dan berbasis pada prinsip keberlanjutan. Dalam Society 5.0, di mana teknologi sering kali digunakan untuk mengoptimalkan kehidupan manusia, desainer diharapkan untuk tidak hanya menciptakan desain yang estetis dan fungsional, tetapi juga yang bisa memberi dampak positif bagi masyarakat secara keseluruhan. Memaparkan tantangan-tantangan yang dihadapi oleh desainer di era Society 5.0. Salah satu tantangan utama yang diangkat adalah bagaimana desainer dapat mengimbangi kemajuan teknologi yang sangat cepat, serta bagaimana mereka bisa tetap relevan dalam lingkungan yang semakin terotomatisasi dan terdigitalisasi. Namun, buku ini juga menyoroti berbagai peluang yang terbuka lebar bagi desainer. Misalnya, peluang untuk menciptakan desain yang lebih personal melalui penggunaan teknologi seperti AI dan analitik data, atau menciptakan desain yang lebih imersif dengan teknologi AR dan VR. Selain itu, desainer juga bisa berperan dalam pengembangan produk dan layanan berbasis teknologi yang lebih berorientasi pada masyarakat dan keberlanjutan.

Kekuatan dari buku ini adalah kemampuannya untuk menyajikan topik yang kompleks dengan cara yang terstruktur dan mudah dipahami. Buku ini cocok untuk pembaca yang tertarik dengan

hubungan antara desain, teknologi, dan masyarakat, baik itu mahasiswa, desainer, maupun profesional di bidang lain yang tertarik dengan topik ini. Penulis juga berhasil menghubungkan konsep-konsep teknologi dengan praktik desain komunikasi visual, sehingga pembaca bisa mendapatkan wawasan yang lebih mendalam tentang bagaimana perkembangan teknologi mempengaruhi profesi desain. Selain itu, buku ini sangat relevan dengan kebutuhan zaman, mengingat era Society 5.0 yang terus berkembang dan mendorong perubahan cepat di banyak sektor, termasuk desain komunikasi visual. Pembahasan tentang etika dan dampak sosial dari desain juga memberikan dimensi tambahan yang sangat penting di dunia desain saat ini. Secara keseluruhan, *Desain Komunikasi Visual Era Society 5.0* adalah buku yang sangat penting bagi desainer masa kini dan masa depan. Tidak hanya membahas aspek teknis desain, tetapi juga mengangkat dimensi sosial, etika, dan dampak teknologi terhadap profesi desain. Dengan pembahasan yang komprehensif dan relevansi yang tinggi terhadap perkembangan zaman, buku ini menjadi referensi yang sangat berguna bagi siapa saja yang tertarik untuk memahami perubahan besar dalam dunia desain komunikasi visual di era Society 5.0.

Buku ini mengajak pembaca untuk berpikir lebih jauh tentang bagaimana desain komunikasi visual bisa memberikan kontribusi positif bagi masyarakat, serta bagaimana desainer harus beradaptasi dan berkembang seiring dengan kemajuan teknologi.

Editor

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	xi

BAB 1 INTERAKTIVITAS ERA SOCIETY 5.0 - TRANSFORMASI

MASYARAKAT DALAM MEDIUM DIGITAL.....	1
A. BERPIKIR DESAIN MENUJU MASYARAKAT DIGITAL	1
B. <i>EMOTIONAL DESIGN</i> DALAM INTERAKTIVITAS VISUAL	6
C. MASA DEPAN 'BERPIKIR DESAIN' MASYARAKAT 5.0?.....	13

BAB 2 KOMUNIKASI VISUAL: BAGAIMANA DESAIN KOMUNIKASI

VISUAL BERKONTRIBUSI DALAM MENGHADAPI PERUBAHAN.....17

A. TRANSFORMASI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL DI ERA MEDIA BARU.....	17
B. DEFINISI, RUANG LINGKUP, DAN PERAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL DALAM MENGHADAPI PERUBAHAN	18
C. TRANSFORMASI GLOBAL DALAM DESAIN KOMUNIKASI VISUAL: TANTANGAN DAN PELUANG DI ERA DIGITAL	20
D. PENGARUH PLATFORM DIGITAL DAN MEDIA SOSIAL DALAM PROSES DESAIN KOMUNIKASI VISUAL.....	22
E. TRANSFORMASI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL DI ERA DIGITAL: KEMUNCULAN EKSPRESI ARTISTIK DAN BAHASA NARATIF BARU.....	23
F. PERAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL DALAM MENGHADAPI ERA DIGITAL DAN PERUBAHAN SOSIAL.....	25
G. MENJEMBATANI PERSPEKTIF GLOBAL DAN LOKAL MELALUI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL DI ERA DIGITAL.....	28
H. MASA DEPAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL: TRANSFORMASI MELALUI TEKNOLOGI DAN KEBERLANJUTAN	30
I. MENCIPTAKAN NARASI VISUAL KOHESIF DI ERA KETERHUBUNGAN GLOBAL	31

BAB 3 *CYBER MEDIA* DAN RUANG VIRTUAL: PENGARUHNYA

TERHADAP DESAIN KOMUNIKASI VISUAL35

A. MANUSIA DAN TEKNOLOGI.....	35
B. <i>CYBER CULTURE</i> DAN PRILAKU MANUSIA	36
C. DESAIN KOMUNIKASI VISUAL DI ERA <i>CYBER CULTURE</i>	40

D. PENGARUH <i>CYBER MEDIA</i> DAN RUANG VIRTUAL TERHADAP DESAIN KOMUNIKASI VISUAL.....	42
E. PELUANG, TANTANGAN DAN ANCAMAN	49
F. KESIMPULAN	51
BAB 4 DATA-DRIVEN DESIGN: BER-EMPATI- PADA USER EXPERIENCE MELALUI DATA TEKNOGRAFIS	53
A. DATA-DRIVEN DESIGN: MEMAHAMI TARGET AUDIENS MELALUI TEKNOLOGI.....	53
B. PEMANFAATAN <i>DATA-DRIVEN DESIGN</i> DALAM KAMPANYE: STUDI KASUS KAMPANYE POLITIK PEMILU PRESIDEN INDONESIA TAHUN 2024.....	57
C. <i>DATA-DRIVEN DESIGN</i> DAN BUDAYA RISET DKV	60
D. PENUTUP	63
BAB 5 KETERHUBUNGAN ANTAR DISIPLIN ILMU	65
A. HUBUNGAN DISIPLIN ILMU DESAIN KOMUNIKASI VISUAL DAN ANIMASI	67
B. PERAN ANIMASI DALAM MENGOMUNIKASIKAN PESAN IMPRESIF.....	73
C. INTEGRASI ANTARA DISIPLIN ILMU DESAIN DAN ANIMASI	82
BAB 6 BERMASALAH DAHULU, SOLUSI KEMUDIAN: MELATIH KEMAMPUAN BERPIKIR DIVERGEN	87
A. MASALAH SEBAGAI ENTITAS PARADOKS.....	87
B. <i>TROUBLE IS A FRIEND</i> : MASALAH SEBAGAI KONSEP POSITIF	88
C. SEKOLAH DESAIN ADALAH TEMPAT PARA PENEMU MASALAH.....	90
D. BERPIKIR DIVERGEN ADALAH BEREKSPLORASI DENGAN MASALAH.....	93
E. MASALAH-MASALAH KOMUNIKASI DI ERA SOCIETY. 5.0 ..	99
BAB 7 PENGGABUNGAN MEDIA: INTEGRASI MEDIA TRADISIONAL DAN DIGITAL DALAM DESAIN.....	103
A. ORNAMEN	103
B. FUNGSI DAN MAKNA ORNAMEN DALAM SENI DAN BUDAYA	109
C. JENIS ORNAMEN.....	111
D. ORNAMEN DALAM MEDIA TRADISIONAL	114
E. ORNAMEN DALAM MEDIA DIGITAL.....	115

F. INTEGRASI MEDIA TRADISIONAL DAN DIGITAL	116
G. PRINSIP HARMONI DALAM DESAIN	117
H. PENERAPAN HARMONI DALAM DESAIN ORNAMEN	118
I. ANALISIS KARYA HARMONI DESAIN	119
J. TANTANGAN DAN PELUANG INTEGRASI MEDIA	120

BAB 8 VISUALISASI INFORMASI: MEMBUAT DATA KOMPLEKS LEBIH MUDAH DIPAHAMI	123
A. VISUALISASI INFORMASI DI TENGAH ERA SOCIETY 5.0 ...	123
B. KONSEP DASAR VISUALISASI INFORMASI	126
C. PRINSIP DAN STRATEGI VISUALISASI INFORMASI ERA SOCIETY 5.0	131
D. KEMAMPUAN DASAR DESAINER KOMUNIKASI VISUAL DALAM PERANCANGAN VISUALISASI INFORMASI ERA SOCIETY 5.0.....	138

BAB 9 DESAIN BERKELANJUTAN: MEMPERHATIKAN DAMPAK LINGKUNGAN DALAM DKV	143
A. LINGKUNGAN BERKELANJUTAN DAN PARADIGMA ANTROPOSENTRISME	143
B. DESAIN BERKELANJUTAN	146
C. DKV DAN MASALAH LINGKUNGAN.....	148
D. DKV YANG BERKELANJUTAN	152

BAB 10 INKLUSIVITAS DAN AKSESIBILITAS DALAM DESAIN KOMUNIKASI VISUAL	163
A. MEMAHAMI INKLUSIVITAS DAN AKSESIBILITAS.....	163
B. DESAIN KOMUNIKASI VISUAL DALAM INKLUSIVITAS DAN AKSESIBILITAS	165
C. DUKUNGAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL DALAM PERAN INKLUSIVITAS DAN AKSESIBILITAS	170
D. MASA DEPAN INKLUSIVITAS DAN AKSESIBILITAS DALAM DESAIN KOMUNIKASI VISUAL	175
E. KESIMPULAN.....	184

BAB 11 PERAN DESAIN INTERAKSI DI ERA SOCIETY 5.0 DALAM PENINGKATAN KEPUASAN AKADEMIK DI PERGURUAN TINGGI.	187
A. PENGEMBANGAN PEMBELAJARAN DIGITAL DI ERA SOCIETY 5.0	187
B. PRINSIP DASAR UI/UX DALAM PERANCANGAN MEDIA PEMBELAJARAN.....	189

C. PERAN UI/UX DALAM MEMBANGUN INTERAKSI ANTAR INDIVIDU.....	191
D. TREN APLIKASI DIGITAL DAN MODEL PEMBELAJARAN INTERAKTIF PADA RUANG BELAJAR SINKRONUS DAN ASINKRONUS	192
E. PENERAPAN GAMIFIKASI DALAM MODEL PEMBELAJARAN INTERAKTIF	196

BAB 12 ESTETIKA DAN FUNGSONALITAS: MENYATUKAN KEINDAHAN DAN TUJUAN PRAKTIS.....201

A. DEFINISI DAN KONSEP DASAR	201
B. INTEGRASI ESTETIKA DAN FUNGSIONALITAS DALAM DESAIN	206
C. INOVASI DALAM DESAIN SEBAGAI KEBUTUHAN DALAM GAYA.....	211
D. ESTETIKA SEBAGAI FAKTOR PENGAMBILAN KEPUTUSAN.....	223
E. PENUTUP	225

BAB 13 *BRAND IDENTITY*: MEMBANGUN CITRA MEREK DI ERA DIGITAL.....227

A. KONSEP DASAR TENTANG BRAND (MEREK).....	227
B. DEFINISI DAN KOMPONEN <i>BRAND IDENTITY</i>	231
C. <i>BRAND IDENTITY</i> : URGENSI MEMBANGUN CITRA MEREK DALAM ERA DIGITAL.....	237
D. STRATEGI MENGOPTIMALKAN <i>BRAND IDENTITY</i> DAN MEMBANGUN CITRA MEREK DI ERA DIGITAL	241

BAB 14 *VISUAL STORYTELLING*: MENGGUNAKAN GAMBAR UNTUK MENYAMPAIKAN NARASI249

A. <i>VISUAL STORYTELLING</i> DALAM DUNIA KREATIF.....	249
B. PENGERTIAN DAN DEFINISI <i>VISUAL STORYTELLING</i>	250
C. SEJARAH <i>VISUAL STORYTELLING</i>	252
D. PENTINGNYA <i>VISUAL STORYTELLING</i> DALAM BERBAGAI ASPEK.....	254
E. PRINSIP-PRINSIP DASAR <i>VISUAL STORYTELLING</i>	255
F. JENIS-JENIS <i>VISUAL STORYTELLING</i>	256
G. KOMIK DIGITAL SEBAGAI <i>VISUAL STORYTELLING</i>	258
H. TEKNOLOGI DALAM MEMBUAT <i>VISUAL STORYTELLING</i>	259
I. LANGKAH PEMBUATAN <i>VISUAL STORYTELLING</i> YANG EFEKTIF	260
J. TANTANGAN DALAM <i>VISUAL STORYTELLING</i>	261

K. ETIKA DALAM VISUAL STORYTELLING	262
L. POIN-POIN PENTING DARI <i>VISUAL STORYTELLING</i>	263

BAB 15 DESAIN UNTUK PERUBAHAN SOSIAL: BAGAIMANA DKV DAPAT MEMENGARUHI PERUBAHAN SOSIAL	267
A. DESAIN KOMUNIKASI VISUAL DI ERA 5.0	267
B. DESAIN DAN PERMASALAHAN SOSIAL	268
C. FOTOGRAFI DALAM RANAH DESAIN	271
D. FOTOGRAFI, TEKNOLOGI, DAN MEDIA SOSIAL.....	272
E. KESIMPULAN.....	275

BAB 16 DESAIN UNTUK KESEHATAN MENTAL: PENGARUH VISUAL TERHADAP KESEJAHTERAAN	277
A. PERKEMBANGAN DESAIN DALAM PERMASALAHAN KESEHATAN MENTAL DI KOTA-KOTA BESAR	277
B. PENGARUH VISUAL PADA MEDIA KARTU TAROT TERHADAP KESEJAHTERAAN MENTAL MASYARAKAT	278
C. SIMBOLISME PADA DESAIN KARTU TAROT, SEBUAH TINJAUAN SEMIOTIKA	282
D. PENGAPLIKASIAN SIMBOL TAROT PADA OBJEK VISUAL DALAM PROSES KESEHATAN MENTAL	288
E. KESIMPULAN.....	291

BAB 17 DESAIN UNTUK PENDIDIKAN: MEMBUAT PEMBELAJARAN LEBIH MENARIK DAN EFEKTIF.....	295
A. MENINGKATKAN KUALITAS PEMBELAJARAN DAN PENGAJARAN.....	295
B. PEMANFAATAN TEKNOLOGI	298
C. DESAIN VISUAL YANG MENARIK.....	301

BAB 18 DIVERSITAS BUDAYA DAN REPRESENTASI PEREMPUAN DALAM SINEMA INDONESIA KONTEMPORER	307
A. PENDAHULUAN	307
B. KERAGAMAN BUDAYA DALAM SINEMA INDONESIA KONTEMPORER	311
C. REPRESENTASI PEREMPUAN DALAM SINEMA INDONESIA	315
D. INTERSEKSIONALITAS: KERAGAMAN BUDAYA DAN REPRESENTASI PEREMPUAN	321
E. KESIMPULAN.....	323

BAB 19 SUSTAINABLE DESIGN SEBAGAI BENTUK TANGGUNG JAWAB DESAINER TERHADAP MASYARAKAT LUAS.....	327
A. MEMAHAMI MAKNA “SUSTAINABILITY ATAU BERKELANJUTAN”	327
B. DESIGN REFLECTION	330
C. RUINED BY DESIGN	335
D. DESIGN ACTIVIST DAN SOCIAL DESIGN	340
E. PENUTUP	342
 BAB 20 MASA DEPAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL: TANTANGAN DAN PELUANG DI ERA SOCIETY 5.0	345
A. ERA <i>SOCIETY</i> 5.0: KEBERTUBUHAN TEKNOLOGI DAN DILEMA HUMANISME “MASYARAKAT INFORMASI”	345
B. KEBERTUBUHAN TEKNOLOGI DI ERA <i>SOCIETY</i> 5.0: <i>EROS</i> VS <i>THANATOS</i> DUNIA DESAIN	349
C. MASA DEPAN DESAIN KOMUNIKASI DI ERA <i>SOCIETY</i> 5.0: PELUANG DAN TANTANGAN	353
D. PENUTUP: SEBUAH RETROSPEKSI BERSAMA	358
 BAB 21 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL YANG MEMAHAMI KETERLIBATAN MASYARAKAT	361
A. DESAIN KOMUNIKASI VISUAL DAN MASYARAKAT	361
B. ELEMEN-ELEMEN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL	363
C. ELEMEN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL YANG DIMANFAATKAN PADA SOSIAL MEDIA	365
D. PENUTUP	372
 DAFTAR PUSTAKA.....	375
GLOSARIUM	407
INDEKS.....	420
TENTANG PENULIS.....	423