

BENTUK-BENTUK KARTUNAL SEBAGAI MEDIUM PENYAMPAIAN PESAN DALAM IKLAN

Bing Bedjo Tanudjaja

Jurusan Desain Komunikasi Visual
Fakultas Seni dan Desain-Universitas Kristen Petra

ABSTRAK

Kartun merupakan salah satu medium yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan komunikasi. Medium ini selain mempunyai kemampuan yang luar biasa untuk menyesuaikan diri juga dapat dipergunakan untuk bermacam tujuan, salah satunya periklanan.

Kata kunci: kartun, komunikasi, periklanan.

ABSTRACT

Cartoon is one medium that can be used to deliver the communication message. Besides having the incredible capability to adapt, this medium could be used for any purposes, one of them is advertising.

Keywords: *cartoon, communication, advertising.*

PENDAHULUAN

Kartun sudah bukan barang asing lagi bagi kehidupan manusia, karena kartun sudah dikenal sejak jaman dahulu. Kartun sudah eksis sejak berabad-abad yang lalu bahkan hingga kini makin berkibar seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi. Hadirnya komik-komik Jepang di Indonesia makin memperkuat eksistensi kartun, bahkan majalah *Time* pada terbitan bulan April 2002 mengukuhkan tokoh kartun *Doraemon* sebagai salah satu pahlawan di Asia. Maka tidaklah mengherankan jika banyak iklan-iklan yang menggunakan bentuk-bentuk kartunal sebagai medium komunikasinya kepada khalayak luas.

Kini tidak hanya terbatas pada produk-produk yang konsumennya anak-anak saja yang promosinya menggunakan bentuk-bentuk kartunal, tapi juga produk-produk untuk orang-orang dewasa maupun produk-produk berteknologi

tinggi seperti mobil, *handphone* dan lain-lain. Hal ini disebabkan karena memang kartun maupun bentuk-bentuk kartunal bisa diterima oleh semua golongan.

Kartun merupakan sebuah gambar yang bersifat representasi atau simbolik, sebuah kartun bisa dijabarkan sebagai sebuah cerita panjang, kartun memiliki potensi setara dengan sejuta kata-kata. Sebuah kartun lahir dari beribu pikiran yang terpendam. Seperti diungkapkan oleh Kusnadi bahwa corak kartun yang jenaka ini dalam kenyataannya sangat berkemampuan sebagai pengungkap permasalahan kehidupan yang luas dan aneka ragam sekitar kita. Kehidupan yang mengarah berbagai kecenderungan warna hidup.¹ Kartun bagaikan kristalisasi dari berbagai banyak hal yang sulit untuk diungkapkan dalam bentuk lain. Dengan kata lain kartun merupakan karya yang menyaring, mengendapkan, dan menyampaikan². Kartun tersebut diharapkan bisa membentuk suatu suasana penuh emosi dan menjadikan gagasan seakan-akan nyata. Kartun juga sebagai visualisasi pesan yang tidak terbaca, namun bisa mengurai cerita, berupa gambar dan tulisan, yaitu bentuk grafis informasi yang memikat. Karena fungsinya yang begitu unik maka ilustrasi dengan bentuk-bentuk kartunal banyak digunakan dalam penyampaian pesan-pesan dalam iklan, mulai produk anak-anak, *fast food*, rokok, mobil dan sebagainya.

Masih segar dalam ingatan ketika produk rokok nasional menggunakan bentuk-bentuk kartunal sebagai ilustrasi untuk produknya harus menuai kritik dari masyarakat karena bentuk-bentuk kartunal diasumsikan oleh masyarakat hanya cocok untuk anak-anak sehingga dikhawatirkan akan mengajak anak-anak mengkonsumsi rokok. Padahal pendapat tersebut belum teruji kebenarannya. Tapi untuk menghindari polemik yang bisa berkembang jauh, maka perusahaan rokok tersebut menarik semua iklannya, baik iklan cetak, televisi dan *outdoor* dari peredarannya di seluruh Indonesia.

¹ Kusnadi, "Kartun sebagai Karya Seni Rupa", Kompas, 7 Maret 1985.

² Umar Kayam menjelaskan bahwa kartun yang berhasil antara lain mengandung paduan ide dan gambar. Soal gambar merupakan hal teknis yang bisa dipelajari. Tapi di luar kawasan teknis, ada hal-hal yang tidak sepenuhnya bisa diterangkan, atau pula terdapat dalam "buku pintar", yakni hal-hal yang bersangkutan dengan kepekaan, rasa humor, dan lain-lain. (Kayam, Umar. "Seni Kartun, Paduan Ide dan Gambar", Kompas, 25 Februari 1985.)

Iklan tersebut sebenarnya digambarkan dengan cara yang sederhana, yaitu seekor kepiting berwarna merah melambangkan warna khas rokok tersebut yang memang berjalan miring diikuti oleh binatang-binatang lain seperti burung, kerbau dan lainnya yang seharusnya tidak berjalan miring, mengikuti sang kepiting berjalan miring (lihat lampiran), semuanya digambarkan atau disampaikan dengan bentuk-bentuk kartunal sehingga tampak jenaka. Iklan tersebut menunjukkan pengerjaan yang membutuhkan kreativitas tinggi dan di Indonesia baru pertama kali ada iklan rokok semacam itu sehingga memancing polemik. Dari kasus ini terlihat bahwa kartun atau bentuk-bentuk kartunal sebagai ilustrasi dalam iklan memang memiliki kekuatan tersendiri untuk mempengaruhi konsumen. Dalam pembuatannya, kartun menuntut banyak keahlian dan ketrampilan, kartun merupakan karya individual yang ekspresif, tapi sekaligus harus memiliki jangkauan sosial yang luas tak terbatas.³ Dapat diketahui bahwa iklan yang menggunakan bentuk-bentuk kartunal tidak hanya merupakan *trend* sesaat tetapi telah digunakan sejak dahulu.

KARTUN DAN KARIKATUR

Ada perbedaan antara kartun dan karikatur, karena tidak sedikit anggapan yang menyamaratakan pengertian antara keduanya, walau sebenarnya berbeda. Kartun adalah nama untuk suatu bentuk gambar yang dibuat representasional terhadap suatu keadaan dengan kadar kelucuan yang direncanakan untuk membuat orang tersenyum atau tertawa.

Istilah kartun berasal dari bahasa Itali : *cartone* yang berarti kertas. Kemudian pada perkembangannya di masa seni rupa renaissance kartun memiliki makna sketsa, sebagai istilah untuk corat-coret atau desain awal yang dibuat para seniman sebelum menuangkan karya sesungguhnya, baik itu seni patung, seni

³ Agus Dermawan T. menjelaskan bahwa kartun merupakan karya seni yang sejak awal penciptaannya disiapkan untuk bertindak lucu, menentengahkan dialog dan perbuatan lucu, dan sanggup menciptakan dialog ke hadapan orang sebanyak mungkin dalam bahasa seni rupa yang akrab, komunikatif dan bisa dinikmati tanpa harus mengenyitkan dahi. (Majalah Dewi, III / no. 10, edisi Oktober 1986)

lukis, seni grafis maupun karya-karya arsitektur. Salah satu contoh kartun pada masa *renaissance* adalah sketsa Leonardo da Vinci yang menggambarkan adegan *St. Anna with the Virgin and Child* (1499) yang kemudian terkenal dengan julukan *Burlington House Cartoon*. Nilai seni dan bobot historis karya kartun tersebut tidak kalah dari karya yang sebenarnya. Istilah *Cartoon* dalam artian gambar lucu seperti sekarang ini baru timbul di Inggris pada tahun 1842 yaitu pada waktu Ratu Victoria menyelenggarakan sayembara membuat kartun untuk suatu keperluan yang sangat serius, yaitu merancang fresco untuk tembok gedung parlemen baru di London.⁴

Pada perkembangannya kartun tidak hanya sekedar gambar-gambar jenaka, tetapi sudah memiliki arti yang lebih luas yaitu suatu karya seni yang proses kreatifnya direncanakan untuk bertindak lucu, mem-visual-kan dialog atau pesan dengan elemen-elemen piktorial yang lucu dan menyampaikan menyampaikan pesan atau menciptakan dialog dengan bahasa gambar dihadapan masyarakat sebanyak mungkin secara akrab dan komunikatif serta bisa dinikmati tanpa harus berpikir secara mendalam. Maka jika ada kartun yang pada tampilan awalnya kurang begitu komunikatif, ia akan segera dilupakan begitu saja oleh *audience*. Jadi pemeran utama dari sebuah kartun adalah manusia dalam pengertian dan lingkupnya yang universal. Walaupun hanya sekedar lelucon, tapi sebenarnya mempermainkan manusia yang terlibat di dalamnya, dan manusia itu tak lain dari sang kreator dan *audience*. Tokoh-tokoh kartun yang tercatat dalam sejarah misalnya *William Hogarth* (1697-1764), *Thomas Rowlandson* (1756-1827) dan lain-lain.

Karikatur yang berasal dari kata latin *caricare* yang artinya kurang lebih membelokkan atau mendistorsikan gambar atau dalam bahasa Itali *caricatura* yang artinya melebih-lebihkan. Karikatur merupakan salah satu bentuk gambar yang menampilkan kembali sesuatu obyek konkret (biasanya manusia) dengan

⁴ Kartun-kartun peserta cukup banyak yang masuk, tetapi desainnya ternyata "aneh-aneh" dan "lucu-lucu". Satiris John Leech begitu geli melihat kartun-kartun itu, sehingga dia sampai hati membuat gambar-gambar sindiran di majalah *Punch* dengan judul *Cartoons* !. Publikasi unik tersebut ternyata menjadi sangat populer, sehingga sejak saat itu istilah kartun merakyat sebagai nama untuk gambar-gambar jenaka. Sampai sekarang. (Jaya Suprana, Kartun dan Karikatur jangan Disamakan, Kompas, 29 Juni 1986 h. VIII)

cara melebih-lebihkan ciri khas obyek tersebut. Karikatur merupakan bentuk seni piktorial yang ruang gerak dan upaya melucunya bertumpu pada bentuk visual. Dalam perjalanannya, karikatur lebih banyak berperan sebagai media kritik gambar, mendistorsikan tokoh-tokoh sebagai upaya mengkritisi suatu keadaan.

Karikatur semakin berkembang seiring dengan pesatnya perkembangan persurat kabaran, sehingga kadang berperan sebagai tajuk rencana dalam gambar atau lazim disebut *editorial cartoons*, karena mengungkapkan pikiran-pikiran dari media massa yang bersangkutan. Perbedaannya dengan kartun, karikatur tidak bergumul dengan unsur "kisah". Tokoh karikatur terkenal adalah *Honore Daumier* (1808-1879) berasal dari Perancis.

Perkembangan kartun dan karikatur pada akhirnya seperti *puzzle*, ia bisa terbelah-belah, tetapi bisa menyatu dalam sebuah bentuk yang bisa dibaca dengan jelas, bisa berpadu secara difusif dengan menarik.

Dari paparan tersebut di atas maka dapat dikenali apabila sebuah gambar jenaka sudah banyak memiliki hasrat ingin 'bercerita' maka sebaiknya gambar tersebut disebut sebagai kartun. Akan tetapi bila sebuah gambar yang tujuan melucunya dengan sekedar 'melebih-lebihkan' atau mengurangi ciri khas suatu obyek atau tokoh tanpa banyak narasi, maka lebih tepat gambar tersebut disebut karikatur.

PICTURES DO THE TALKING

Bagaimanapun juga informasi bergambar akan lebih menarik dibanding yang berbentuk tulisan, karena hampir setiap *audience* lebih menyukai gambar. Media gambar merupakan metode yang paling cepat untuk menanamkan pemahaman, walau gambar tidak disertai tulisan sekalipun.⁵ Pendapat ini bukan berarti sebuah karya desain iklan tanpa gambar atau iklan yang hanya bermain kata-kata (*words alone work*) kurang menarik, tetapi karena pembahasan awal

⁵ Menurut Dra. Artini Kusmiati R., Visualisasi adalah cara atau sarana yang paling tepat untuk membuat sesuatu yang abstrak menjadi lebih jelas. Penampilan secara visual selalu mampu menarik emosi pembaca dan dapat menolong seseorang untuk menganalisa, merencanakan dan memutuskan suatu problema, kemudian mengkhayalkannya pada kejadian sebenarnya. (Teori Dasar Desain Komunikasi Visual, Penerbit Djambatan, Jakarta, 1999, h.85-86)

adalah tentang ilustrasi maka penekanannya atau pembahasannya lebih dititik beratkan pada segi ilustrasinya. Ilustrasi disini tidak hanya terbatas pada ilustrasi dua dimensi saja, namun juga ilustrasi tiga dimensi bahkan animasi.

Ilustrasi sendiri artinya adalah sebuah gambar yang dikerjakan khusus untuk menyertai teks tercetak, seperti yang ada pada buku dan iklan, agar dapat memperkuat arti atau menambah efek dari suatu kalimat.⁶

Sedangkan corak atau bentuk ilustrasi terbagi atas 5 macam :

1. Corak ilustrasi realistik, yaitu corak ilustrasi yang menggambarkan secara nyata wujud obyek yang ditangkap oleh indra penglihatan, serta menggambarkan secara nyata cerita isi suatu naskah yang disertainya.
2. Corak ilustrasi dekoratif, yaitu ilustrasi yang bentuk-bentuk visualnya terletak pada permainan unsur-unsur garis, bidang, warna dan komposisi yang dalam hasil keseluruhannya tetap bersifat datar (*flat*).
3. Corak ilustrasi kartun, adalah ilustrasi yang menggunakan bentuk-bentuk jenaka atau bentuk-bentuk realis yang mengalami perubahan atau distorsi.
4. Corak ilustrasi ekspresionistik, yaitu jenis ilustrasi yang mengutamakan kebebasan berekspresi dalam membuat karya ilustrasi, dari sifat bebas tersebut menimbulkan obyek-obyek yang bebas pula.
5. Corak ilustrasi surealistik, yaitu corak ilustrasi yang menggambarkan khayalan atau mimpi, tidak jelas batas antara kenyataan dengan angan-angan.
6. Corak ilustrasi absurd, yaitu corak ilustrasi yang menggambarkan wujud-wujud yang tidak masuk akal atau aneh untuk kepentingan naskah yang disertainya.

Penjelasan tentang ilustrasi dan coraknya pada tulisan ini dimaksudkan untuk menjelaskan pengertian tentang medium yang dimaksud pada judul di atas karena ilustrasi disini berfungsi untuk membantu mengkomunikasikan pesan dengan tepat, cepat, tegas dan merupakan terjemahan dari sebuah konsep yang

⁶ Ralph Mayer dalam bukunya menjelaskan sebagai berikut *Illustration: a picture especially executed to accompany, a printed text, such as book or an advertisement in order to reinforce the meaning or enhance the effect to the text.* (A Dictionary of Art Term and Techniques, Thomas Y. Crowell Company, New York, 1967, p. 191)

hendak dituju. Demikian juga dengan ilustrasi yang menggunakan corak atau bentuk-bentuk kartunal diharapkan bisa membentuk suatu suasana penuh emosi menjadikan gagasan seakan-akan nyata, dengan ilustrasi maka pesan yang akan disampaikan menjadi lebih berkesan, karena *audience* akan lebih mengingat gambar daripada kata-kata.

BENTUK-BENTUK KARTUNAL SEBAGAI MEDIUM PENYAMPAIAN PESAN DALAM IKLAN

Sebuah gambar mampu merangsang dan menarik perhatian, maka dengan demikian menimbulkan keinginan untuk segera mengetahui isi atau pesan yang akan disampaikan oleh suatu produk. Seiring dengan berkembangnya teknologi informasi dan pembangunan prasarana jalan raya maka semakin memudahkan penyebaran informasi hingga ke pelosok desa, baik melalui televisi, media cetak maupun poster-poster periklanan melalui sistem distribusi yang terpadu. Penyampaian pesan dalam iklan lewat poster maupun media *outdoor* dengan cepat bisa diterima sampai pada masyarakat pedesaan, sehingga penggunaan ilustrasi sebagai *attention getter* dinilai yang paling efektif, karena iklan dengan menggunakan ilustrasi tidak menimbulkan kesulitan bagi orang yang baru saja *melek* huruf bahkan orang buta hurufpun dapat dijelaskan dengan gambar tersebut, tanpa mengalami kesulitan karena teks.

Penggunaan bentuk-bentuk kartunal sebagai penyampai pesan suatu iklan harus dilihat dari konsep awal penciptaannya dan dapat menjelaskan kritik masyarakat terhadap iklan. Suatu hal yang cenderung terlihat semakin banyak disampaikan melalui surat-surat pembaca di media cetak. Pandangan negatif tentang iklan ini biasanya menyebutkan hal-hal sebagai berikut :

1. Iklan dianggap dapat merusak tata bahasa yang berlaku.
2. Periklanan dianggap dapat mendorong orang menjadi lebih materialistis.

3. Iklan dianggap dapat mendorong orang membeli barang yang tidak diinginkannya.
4. Iklan dianggap terlalu eksesif dan terlalu berlebihan.
5. Periklanan dianggap bersikap ofensif dan memiliki citarasa buruk.
6. Periklanan dianggap menciptakan suatu stereotip.
7. Periklanan dianggap bersikap deseptif atau berbohong.⁷

Seperti yang telah dijelaskan pada awal tulisan ini, maka wajar saja jika produk-produk yang *target audience*-nya anak-anak menggunakan pendekatan dengan bentuk-bentuk kartunal untuk sarana promosinya, seperti makanan kecil (*snack*), toko mainan, restoran *fast food*. Tetapi apabila *target audience*-nya bukan lagi anak-anak atau bahkan yang harus dijaui oleh anak-anak juga menggunakan bentuk-bentuk kartunal untuk promosinya seperti iklan mobil, telpon seluler, rokok atau racun hama, ini semua membuktikan bahwa bentuk-bentuk kartunal atau kartun itu sendiri bisa diterima oleh semua golongan, artinya semua lapisan masyarakat bisa dengan mudah membaca pesan yang ingin disampaikan suatu iklan lewat penyampaiannya melalui kartun.

SIMPULAN

Berdasarkan pemaparan tersebut di atas diketahui bahwa penggunaan bentuk-bentuk kartunal sebagai medium penyampai pesan dalam iklan hendaknya direncanakan dengan sungguh-sungguh, karena bentuk-bentuk kartunal mudah diterima oleh semua lapisan masyarakat baik dari segi usia maupun golongan sehingga tidak menimbulkan salah persepsi dari sebagian masyarakat seperti kasus iklan sebuah produk rokok seperti dijelaskan pada awal tulisan ini.

⁷ Bove dan Aren seperti yang dikutip oleh majalah komunikasi Cakram edisi khusus 01/2002 menegaskan selain ketujuh kritik sosial terhadap industri periklanan, ada pula kritik yang berlandaskan faktor ekonomi seperti : Periklanan dianggap dapat mendorong orang menjadi lebih materialistis. Mereka yang mengkritik iklan disini beranggapan bahwa periklanan secara sadar mempengaruhi sistem nilai masyarakat dengan menggambarkan kehidupan yang berbahagia lebih disebabkan karena kepemilikan hal-hal yang bersifat material dibanding dengan hal-hal yang bersifat spiritual atau intelektual.

Meskipun ilustrasi dengan menggunakan bentuk-bentuk kartunal dinilai efektif, akan lebih efektif bila mampu membaca pangsa pasar yang hendak dituju atau diraih, sehingga bisa memberi dampak maksimal yang diinginkan oleh produsen. Satu hal yang tidak bisa diabaikan begitu saja, yaitu unsur-unsur edukasi, karena penikmat kartun sebagian besar adalah anak-anak, sehingga perbedaan persepsi seperti yang pernah terjadi tidak akan terulang, atau paling tidak bisa diminimalkan.

Pada akhirnya kartun dan bentuk-bentuk kartunal hadir sebagai salah satu bentuk karya seni yang berfungsi sebagai katalis dari kehidupan yang absurd, dan mampu mengubahnya menjadi khayalan yang memungkinkan kehidupan ini terus berjalan.

KEPUSTAKAAN

Cakram Komunikasi, *Perjalanan Iklan Indonesia, Ikut Mendenyutkan Perekonomian*, Cakram Komunikasi edisi khusus 1/2002.

Dermawan T., Agus, *KARIKARTUN*, artikel pada Majalah Dewi, III/no. 10, edisi Oktober 1986.

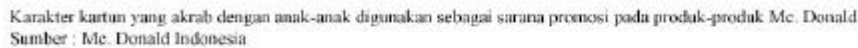
Kayam, Umar, *Seni Kartun, Paduan Ide dan Gambar*, artikel pada harian Kompas, 25 Februari 1985.

Kusmiati R., Artini, Dra., *Teori Dasar Disain Komunikasi Visual*, Penerbit Djambatan, Jakarta, 1999.

Kusnadi, *Kartun sebagai Karya Seni Rupa*, artikel pada harian Kompas, 7 Maret 1985.

Mayer, Ralp, *A Dictionary of Art Term and Techniques*, Thomas Y. Crowell Company, New York, 1967.

Suprana, Jaya, *Kartun dan Karikatur jangan Disamakan*, artikel pada harian Kompas, 29 Juni 1986.



Penggunaan bentuk kartunal untuk produk rokok yang sempat menimbulkan kontroversi di masyarakat
Sumber : Jawa Pos, Senin Kliwon, 10 Desember 2001



Sumber : Kompas,
Kamis, 13 Desember 2001