

PENERAPAN ARTIFICIAL INTELLIGENCE PADA MEDIA DESAIN GRAFIS MENGGUNAKAN ANALISIS INTERPRETASI EDMUND FELDMAN

**Ine Rachmawati¹, Dzulfiqar Fickri R.osyid², Suhadi Parman³,
Yuni Awalaturrohmah Solihan⁴, Galih Mandala Putra⁵**

Universitas Catur Insan Cendekia

Jl. Kesambi 202, Kota Cirebon, Jawa Barat. Telp (0231)220350

e-mail: ine.rachmawati@cic.ac.id¹, dzulfiqar.fickrirosyid@cic.ac.id², suhadi.parman@cic.ac.id³,
yuniasolihah@cic.ac.id⁴, galih.putra@cic.ac.id⁵

Abstrak

Seiring perkembangan zaman, teknologi terus berkembang secara masif dan semakin terintegrasi dalam kehidupan masyarakat. Salah satu teknologi terkini yang semakin populer adalah kecerdasan buatan atau artificial intelligence (AI). AI merupakan cabang ilmu komputer yang berfokus pada pengembangan sistem komputer yang mampu menjalankan tugas-tugas yang biasanya memerlukan kecerdasan manusia. Dalam lingkup desain komunikasi visual, AI tidak hanya berurusan dengan unsur-unsur grafis, tetapi juga menuntut desainer untuk lebih kreatif dalam menarik perhatian audiens. Namun, penerapan AI dalam desain komunikasi visual beberapa tahun terakhir ini telah menimbulkan pro dan kontra. Di satu sisi, AI mempermudah pekerjaan desainer melalui berbagai tools yang tersedia. Di sisi lain, ada kekhawatiran bahwa AI akan menggantikan peran desainer manusia. Hal ini dikarenakan teknologi AI bekerja dengan mengumpulkan gambar dari internet, dan mengolahnya menjadi database untuk menciptakan karya berdasarkan deskripsi yang dibuat. Hal ini menimbulkan masalah terkait orisinalitas karya, karena AI dianggap hanya memodifikasi gambar yang sudah ada. Berbeda dengan desainer manusia yang melalui proses kreatif yang panjang dan mendalam. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan AI dalam media desain grafis melalui pendekatan analisis interpretasi Edmund Feldman. Pendekatan ini melibatkan empat langkah utama: deskripsi, analisis formal, interpretasi, dan evaluasi. Melalui pendekatan ini, penelitian ini akan mengevaluasi sejauh mana karya yang dihasilkan oleh AI dapat dianggap orisinal dan seberapa jauh AI dapat menggantikan peran desainer manusia dalam proses kreatif. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang dampak penerapan AI dalam desain grafis dan menawarkan perspektif yang seimbang mengenai masa depan kolaborasi antara AI dan desainer manusia.

Kata kunci: Analisis, AI, desainer, Edmund Feldman, Interpretasi, orisinalitas

Abstract

As time progresses, technology continues to develop massively and becomes increasingly integrated into society. One of the latest and most popular technologies is artificial intelligence (AI). AI is a branch of computer science focused on developing computer systems capable of performing tasks that typically require human intelligence. In the field of visual communication design, AI not only deals with graphic elements but also challenges designers to be more creative in capturing the audience's attention. However, the application of AI in visual communication design has sparked debates in recent years. On one hand, AI facilitates designers' work with various available tools. On the other hand, there is concern that AI will replace human designers. This is because AI technology collects images from the internet and processes them into a database to create works based on user descriptions. This raises issues of originality, as AI is perceived to only modify existing images, unlike human designers who undergo a long and deep creative process. This research aims to analyze the application of AI in graphic design media using Edmund Feldman's interpretation analysis. This approach involves four main steps: description, formal analysis, interpretation, and evaluation. Through this approach, the research will assess the extent to which AI-generated works can be considered original and how far AI can replace human designers in the creative process. The research results are expected to provide a deeper understanding of the impact of AI

application in graphic design and offer a balanced perspective on the future collaboration between AI and human designers..

Keywords: Analysis, AI, designers, Edmund Feldman, Interpretation, originality

1. PENDAHULUAN

Perkembangan zaman menghadirkan pertumbuhan teknologi yang begitu masif, hal ini tentunya berdampak dan melekat pada masyarakat. Salah satu teknologi saat ini yaitu penggunaan teknologi bernama kecerdasan buatan yang lebih populer dengan istilah AI atau *artificial intelligence*. AI merupakan cabang ilmu komputer yang berkaitan dengan pengembangan sistem komputer yang mampu melakukan tugas-tugas yang biasanya dilakukan oleh kecerdasan manusia. Tujuan utama dari pengembangan sistem komputer ini untuk membuat program komputer yang dapat memproses data, melakukan tugas-tugas seperti memahami bahasa manusia, menulis kode, menghasilkan grafik, dan memecahkan permasalahan [1]. Penggunaan AI dapat juga dimanfaatkan dalam merancang desain grafis, kehadirannya dapat mengoptimalkan daya kreativitas seorang desainer dalam ranah perkembangan teknologi [2]. Desain grafis atau desain komunikasi visual kedua istilah ini bisa dikatakan sama, hanya saja sedikit berbeda pada ruang lingkupnya. Istilah desain komunikasi visual (DKV atau Deskomvis) dipakai untuk menggantikan istilah Desain Grafis (*graphic design*) karena peran dan lingkup komunikasi visual ternyata berkembang lebih luas. Desain grafis saat ini tidak hanya berurusan dengan unsur-unsur grafis.

Sejalan dengan makin berkembangnya teknologi, maka seorang desainer dituntut lebih kreatif dalam merebut perhatian *audiens* dengan berbagai cara [3]. Melajunya perkembangan zaman, banyak bermunculan *tools* desain yang digunakan oleh seorang desainer untuk mengoptimalkan rancangan desainnya seperti *Canva, Figma, Picsart, Adobe Photoshop, Adobe Lightroom* dan lain sebagainya, *tools* ini dibekali berbagai fitur dan kemampuan yang mendukung pekerjaan desain serta disematkan teknologi AI [4]. Disematkannya teknologi AI pada *tools-tools* desain saat ini tidak hanya membantu seorang desainer dalam menciptakan karya yang unik, namun kehadiran AI juga menambah referensi visual dari segi teknik seperti memperhatikan aspek-aspek yang penting seperti prinsip penggunaan warna, penerapan teori *gestalt*, dan gaya visual [5]. Namun beberapa tahun ini, AI dalam desain komunikasi visual menimbulkan pro dan kontra. Di satu sisi, AI memudahkan seorang desainer dengan *tools* yang tersedia, tetapi di sisi lain, ada kekhawatiran bahwa AI akan menggantikan pekerjaan desainer. Teknologi AI bekerja dengan mengumpulkan gambar dari internet dan mengolahnya menjadi database untuk menciptakan karya berdasarkan deskripsi yang diberikan pengguna, hal ini menjadikan karya AI kurang orisinal karena dianggap hanya memodifikasi gambar yang sudah ada. Berbeda dengan desainer yang melalui proses kreatif panjang [6]. Perbandingan antara AI dan manusia dalam menciptakan desain menunjukkan bahwa AI tidak dapat memahami pengalaman seperti manusia. Manusia memiliki empati dan pemikiran kreatif yang unik, menghasilkan karya seni yang original. AI tidak memiliki kemampuan ini, sehingga karya seni manusia memiliki nilai dan ciri khas tersendiri. Manusia perlu meningkatkan keterampilan unik yang dimiliki dan AI hanya sebagai alat penunjang. AI dan desain tidak akan menjadi kontroversi jika digunakan secara adil dan etis, dengan menghormati hak cipta, aturan plagiarisme, dan menghargai kreativitas serta nilai seni [7]. Berikut tiga desain yang di rancang menggunakan AI yang menimbulkan kontroversi di tengah masyarakat beberapa tahun belakangan ini.



Gambar 1. Poster film Pasutri Geje Menggunakan Teknologi AI

Gambar 1 merupakan poster film berjudul Pasutri Geje di produksi oleh Falcon Picture. Poster ini diunggah pada Instagram resmi Falcon Picture pada 20 Juni 2023, mendapatkan kurang lebih 9.753 likes dan 1.706 komentar. Menurut laman Kompas.com bahwa poster tersebut menjadi trending topic di twitter pada Selasa, 20 Juni 2023. Banyak warganet mengkritik poster film yang diadaptasi dari webtoon tersebut, banyak warganet menilai poster AI yang digunakan Pasutri Geje tidak sesuai dengan jalan ceritanya. Tidak hanya ramai diperbincangkan melalui twitter, namun pada kolom Instagram Falcon Picture juga banjir kritikan dari warganet. Alasan film Pasutri Gaje dikritik karena warganet menilai Falcon Picture selaku rumah produksi sama sekali tak menghargai para webtoonist dengan membuat poster menggunakan teknologi AI. Selama ini para webtoonist dinilai sudah bekerja keras menyuguhkan beragam kisah dengan ilustrasi menarik karya tangan mereka sendiri. Namun hal ini dibantah oleh pihak Falcon Picture yang mengatakan bahwa poster tersebut hanya untuk rilisan pertama [8], [9]. Selain poster film, karya yang dihasilkan oleh teknologi AI dan banyak kritikan dari warganet yaitu iklan mi instan Indomie. Indomie merupakan salah satu merk mi instan yang digemari oleh masyarakat Indonesia. Varian rasa Indomie sangat beragam dimulai dari masakan khas otentik Indonesia, hingga varian terbaru saat ini mengusung tema Ramen Series khas Jepang. Sebagai upaya dalam mempromosikan produknya ini PT Indofood CBP, perusahaan pemegang merek dagang mi instan Indomie, baru saja meluncurkan iklan terbaru mereka yang menggunakan teknologi kecerdasan buatan (AI). Video iklan ini dipublikasikan pada hari Senin 28 Agustus 2023 lalu di kanal YouTube resmi Indomie.



*Gambar 2. Video Iklan Menggunakan Teknologi AI Pada Produk Indomie Ramen Series Sebagai Upaya Dalam Mempromosikan Produknya
Sumber : artikel website mediaformasi.com 2023*

Warganetpun ramai mengkritik iklan Indomie dengan teknologi AI, salah satu komentar warganet mengatakan bahwa banyak cara untuk merayakan setiap momen kehidupan, misalnya tidak menggunakan AI untuk membuat ilustrasi. Ini memang bukan tanpa alasan, mengingat Indomie adalah sebuah brand besar yang pastinya mampu untuk menyewa ilustrator dengan skill yang mempunyai untuk membuat ilustrator yang bagus untuk iklan mereka. Namun tak sedikit juga warganet memberikan respon positif, bahwa iklan ini dinilai kreatif dan inovatif sebagai upaya mempromosikan produknya [10], [11]. Contoh ketiga dalam perancangan desain grafis menggunakan teknologi AI yaitu ilustrasi sebagai media kampanye politik *gemoy* Prabowo-Gibran.



Gambar 3. Ilustrasi Yang Memuat Karakter Animasi Pada Wajah Prabowo-Gibran
Sumber: instagram @prabowo.gibran2, 2024

Pasangan calon (paslon) nomor urut dua mengandalkan AI untuk membuat ilustrasi gemoy. Ilustrasi ini jadi bahan kampanye, dicetak menjadi baliho dan poster yang menghiasi berbagai sudut kota di seluruh penjuru Indonesia. Para pekerja seni mengkritik praktik massal penggunaan AI ini. Jemima, seorang ilustrator yang berdomisili di Jakarta berpendapat bahwa penggunaan AI untuk ilustrasi paslon nomor urut dua ini memperlihatkan betapa kurang dihargainya para pekerja seni oleh kebanyakan masyarakat Indonesia. Serta momen ini juga menjadi pengingat bahwa AI telah sukses merenggut perhatian dan apresiasi dari pekerja seni [12]. Ilustrasi yang digunakan pada kampanye Pilpres Prabowo-Gibran 2024 mengusung tema “gemoy”, hal ini terlihat pada sajian visual yang menggemaskan dengan memuat karakter animasi wajah Prabowo-Gibran. Ilustrasi ini diunggah pada instagram @prabowo.gibran2 diunggah pada 11 Desember 2023, dan mendapatkan 406 likes. Pada Pilpresnya kali ini, Prabowo Subianto tampak berbeda, setelah dikenal sebagai sosok yang sangat tegas, kini Prabowo justru lekat dengan sebutan “gemoy”. “Gemoy” sendiri merupakan istilah non formal yang kerap dipakai oleh anak milenial dan Gen Z untuk menunjukkan sosok yang menggemaskan. Ketua TKD Prabowo-Gibran DKI Jakarta, Ahmed Zaki Iskandar membeberkan makna di balik kampanye “gemoy” yang menggunakan gambar animasi. Zaki mengatakan, ada alasan khusus membranding Prabowo-Gibran menjadi paslon “gemoy”, salah satunya untuk memberikan pesan kepada masyarakat bahwa pemilu ini damai dan bahagia. Zaki mengklaim, masyarakat memberikan respons positif terkait branding yang dibawa oleh Prabowo-Gibran. Hal ini dilihat dari respons masyarakat di media sosial. Istilah yang disematkan pada kedua pasangan calon Presiden Prabowo-Gibran, “Gemoy” sempat menjadi trending topik di aplikasi X. Trend yang terjadi di media sosial yang belakangan ini menjadi trending topik adalah kata “Prabowo gemoy” [13], [14].

Penggunaan ilustrasi karakter yang menggemaskan pada kedua pasangan calon Presiden Prabowo-Gibran, mencerminkan adanya upaya mereka dalam menyampaikan *Personal Branding*. Sementara itu, media sosial seperti Instagram pun dapat digunakan sebagai media personal branding seseorang dengan mencitrakan nilai-nilai positif. *Personal branding* sendiri merupakan proses dalam membentuk persepsi dan menyampaikan persepsi tersebut di mata masyarakat, hal ini dilakukan demi mendapatkan citra yang positif [15] Salah satu cara untuk melakukan personal branding adalah dengan menggunakan bahasa visual yang mencerminkan citra diri. Visual dipercaya sebagai media yang mengajak pemirsa untuk membayangkan, sehingga dari proses tersebut muncul interpretasi atau penilaian terhadap citra yang ditampilkan. Penelitian ini penulis mencoba menganalisis secara visual dari ketiga media yang sudah dipaparkan sebelumnya. Ketiga media ini dianggap memiliki nilai kontroversi ditengah perdebatan penggunaan teknologi AI atau orisinalitas yang diciptakan dari proses kreatif yang panjang bagi seorang desainer. Batasan menganalisis hanya meninjau dari sisi teknik visual yang diciptakan oleh teknologi AI pada ketiga media diatas. Apakah perancangan desain menggunakan AI mempengaruhi dari segi tampilan estetika saat ini. Sajian estetika yang diciptakan melalui teknologi AI apakah dapat merepresentasikan gejala fenomena sosial saat ini.

2. METODE PENELITIAN

Metode analisis interpretasi yang diperkenalkan oleh Edmund Feldman digunakan untuk menganalisis media desain grafis yang dibuat dengan teknologi AI. Pemilihan ketiga media yang telah dibahas pada bagian pendahuluan didasarkan pada fakta bahwa media tersebut pernah menjadi viral di masyarakat. Dalam proses analisis, pemirsa dapat meninjau karya seni dari aspek eksternal dan internal. Menurut Feldman [16] tahap-tahap analisis karya seni meliputi deskripsi, analisis formal, interpretasi, dan penilaian. Metode analisis yang diuraikan oleh Feldman ini dapat dijadikan panduan untuk menganalisis atau menginterpretasi sebuah karya seni termasuk karya desain.

1. Deskripsi

Tahap deskripsi merupakan tahap pertama yang dilakukan dalam mengamati keseluruhan tampilan visual. Bagian ini melibatkan pengamatan terhadap material yang digunakan, warna, bentuk, garis, dan komposisi visual. Tahap ini adalah langkah awal untuk memahami bentuk secara keseluruhan, baik dari segi tampilan yang disajikan maupun strukturnya. Menurut Barrett [17] deskripsi merupakan penggambaran verbal yang dilakukan oleh seorang kritikus seni untuk menonjolkan ciri-ciri khusus dari sebuah karya seni, sehingga karya tersebut dapat dikenali dan diapresiasi. Deskripsi juga bisa dianggap sebagai proses pengumpulan data. Tahap ini dapat meliputi pengamatan pada bagian objek seperti mengidentifikasi elemen-elemen visual dalam karya seni atau desain seperti warna, bentuk, tekstur dan elemen media yang termuat didalamnya. Selain objek hal lain yang dapat diamati pada bagian subjek yaitu proses pengamatan mengenai tampilan atau gaya desain yang digunakan. Selanjutnya tahapan pada konteks teknis yang digunakan meliputi alat dan teknik AI yang digunakan dalam membuat karya tersebut.

2. Analisis Formal

Tahap kedua adalah analisis formal, dimana pada tahap ini dapat melakukan penilaian dan menghubungkan berbagai elemen bentuk yang tersirat didalamnya. Pada proses ini melibatkan penarikan kesimpulan mengenai arti dan makna yang terkandung dalam kesinambungan antara elemen-elemen tersebut. Misalnya, dalam sebuah karya seni menggunakan warna merah, torehan garis membentuk api, dan beberapa manusia digambarkan di tengah-tengah garis tersebut, ketiga elemen ini dapat dihubungkan satu sama lain. Analisis formal adalah proses menguraikan dan menemukan hubungan antara elemen-elemen seperti bentuk, warna, dan tekstur dalam penampilan fisik karya seni [16]. Bagian analisis formal yang dapat dilakukan dapat meliputi seperti komposisi meliputi pengamatan bagaimana elemen-elemen visual disusun dan diatur dalam desain. Pengamatan kedua yaitu penggunaan prinsip desain seperti keseimbangan, ritme, kontras, harmoni, dan proporsi dalam karya. Pengamatan yang ketiga yaitu evaluasi bagaimana AI mengaplikasikan prinsip-prinsip desain ini dan bandingkan dengan pendekatan manusia.

3. Interpretasi

Tahap ketiga dalam menganalisis yaitu interpretasi. Tahap analisis berikutnya adalah interpretasi, di mana pemahaman makna yang mendalam dicapai dengan merelevansikan tahap deskripsi dan analisis formal. Interpretasi adalah proses mencari dan memahami makna keseluruhan yang diperoleh dari hasil analisis dua tahap sebelumnya terhadap keberadaan sebuah karya seni [16]. Tahap interpretasi dapat meliputi menemukan arti dan pesan yang tersirat didalam karya tersebut. Pesan apa yang berusaha untuk dapat dikomunikasikan oleh desain yang dirancang. Selain itu pada tahap ini mengidentifikasi simbol atau referensi budaya yang digunakan dalam desain dan bagaimana interpretasinya dalam konteks teknologi AI.

4. Penilaian

Tahap penilaian atau evaluasi merupakan tahap akhir yang dilakukan pada tahap analisis ini. Tahap ini merupakan bentuk interpretasi atau hasil dari pengamatan dari ketiga proses sebelumnya. Tahap evaluasi meliputi nilai efektivitas desain dalam mencapai tujuannya, baik dari segi estetika maupun komunikatif.

Dengan menggunakan analisis Feldman dapat menguraikan dan menilai media desain yang dihasilkan oleh teknologi AI secara mendalam dan terstruktur. Hal ini membantu dalam memahami kekuatan dan keterbatasan AI dalam bidang desain komunikasi visual.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut ini adalah tiga desain yang dibuat menggunakan teknologi AI. Pemilihan ketiga desain ini dilakukan karena ada pro dan kontra di masyarakat mengenai penggunaan AI dalam desain grafis. Ketiga media ini dipublikasikan untuk tujuan yang berbeda-beda. Pertama, poster film "Pasutri Gaje" digunakan untuk kebutuhan konferensi pers dan juga diunggah di Instagram @falconpicture. Kedua, video iklan Indomie seri ramen Jepang yang diunggah di kanal YouTube resmi Indomie. Ketiga, poster kampanye Pilpres Prabowo-Gibran yang digunakan untuk baliho dan juga diunggah di Instagram @prabowo.gibran2. Berikut adalah analisis dan hasil yang penulis paparkan berdasarkan metode Edmund Feldman.

1. Poster Film Pasutri Gaje

Poster film Pasutri Geje yang di produksi oleh Falcon Picture. Pasutri Gaje merupakan film yang diadaptasi dari webtoon. Poster ini dibuat oleh teknologi AI dan sempat mendapatkan kritikan dari warganet karena dianggap tidak menghargai hasil karya tangan para *webtoonist*. Berikut adalah pemaparan analisis terhadap poster film Pasutri Gaje menurut metode analisis Edmun Feldman.



Gambar 4. Poster Film Pasutri Geje Menggunakan Teknologi AI
Sumber : instagram @falconpicture

Tahap deskripsi merupakan tahap pertama yang dilakukan dalam mengamati keseluruhan tampilan visual berikut uraiannya:

- Material: Poster ini berupa poster digital dan diunggah pada instagram @falconpicture
- Warna: Poster didominasi oleh warna-warna cerah dan kontras, seperti merah, biru, dan kuning, yang memberikan kesan ceria dan menarik perhatian.
- Bentuk dan Garis: Bentuk-bentuk yang digunakan dalam poster ini terdiri dari elemen-elemen geometris dan penggunaan garis ekspresif.
- Komposisi Visual: Elemen-elemen visual pada poster ditempatkan secara seimbang. Teks judul ditempatkan di bagian atas dengan ukuran font yang besar, sementara gambar karakter utama ditempatkan di tengah poster. Informasi tambahan seperti nama sutradara dan tanggal rilis diletakkan di bagian bawah poster.
- Objek: Mengidentifikasi karakter utama dari film.
- Subjek: Proses pengamatan mengenai tampilan atau gaya desain yang digunakan dalam poster ini menunjukkan bahwa gaya desain cenderung modern dan ceria, mencerminkan genre film yang komedi romantis.
- Konteks teknis: Teknik AI yang mungkin digunakan dalam pembuatan poster ini meliputi pengenalan pola untuk menempatkan elemen-elemen secara estetis, dan pemilihan warna yang sesuai.

Tahap kedua adalah analisis formal, di mana pada tahap ini dapat melakukan penilaian dan menghubungkan berbagai elemen bentuk yang ada dalam poster. berikut ulasannya:

- a. Komposisi meliputi susunan elemen visual menampilkan komposisi yang seimbang, dengan tokoh utama ditempatkan di bagian tengah. Elemen-elemen tambahan seperti judul, nama pemain, dan informasi rilis ditempatkan di sekitar gambar tokoh utama, sehingga tidak mengalihkan fokus dari karakter atau tokoh utama. Elemen ini diatur dengan penempatan judul film ditempatkan di bagian atas dengan ukuran besar dan font yang mencolok, sementara informasi tambahan seperti nama sutradara dan tanggal rilis berada di bagian bawah dalam ukuran yang lebih kecil.
- b. Penggunaan Prinsip Desain seperti:
 - 1) Keseimbangan: poster menunjukkan keseimbangan simetris, dengan elemen-elemen yang terdistribusi secara merata di sekitar pusat poster. Ini menciptakan tampilan yang harmonis dan menarik.
 - 2) Ritme: Pengulangan elemen seperti warna-warna cerah dan bentuk geometris menciptakan ritme visual yang mengarahkan mata pemirsa ke seluruh poster.
 - 3) Kontras: Warna-warna cerah seperti merah, kuning, dan biru digunakan untuk menciptakan kontras yang kuat antara elemen-elemen utama dan latar belakang.
 - 4) Harmoni: Kombinasi warna dan bentuk dalam poster perpadu satu sama lainnya.
 - 5) Proporsi: Ukuran elemen-elemen dalam poster, seperti judul, karakter, dan teks informasi, dipilih dengan proporsi yang sesuai untuk memastikan semua elemen terlihat jelas dan dapat dibaca.
- c. Evaluasi Penggunaan AI yaitu penerapan prinsip desain pada poster film "Pasutri Gaje" menunjukkan bahwa AI dapat mengaplikasikan prinsip-prinsip desain dengan baik. Penggunaan warna, bentuk, dan komposisi menunjukkan pemahaman yang baik tentang keseimbangan dan kontras. Meskipun AI mampu menghasilkan desain yang estetis dan fungsional, ada elemen emosional dan sentuhan pribadi yang mungkin lebih terasa dalam desain yang dibuat oleh manusia. Namun, AI dapat menghasilkan hasil yang konsisten dan efisien dalam waktu yang lebih singkat.

Tahap ketiga dalam menganalisis adalah interpretasi, di mana pemahaman makna yang mendalam dicapai dengan menghubungkan tahap deskripsi dan analisis formal. Interpretasi adalah proses mencari dan memahami makna keseluruhan yang diperoleh dari hasil analisis dua tahap sebelumnya, berikut penjabarannya:

- a. Pemaknaan dan Pesan Tersirat yang dikomunikasikan yaitu poster film "Pasutri Gaje" mungkin berusaha menyampaikan pesan tentang dinamika hubungan dalam sebuah keluarga atau pasangan. Penggunaan elemen-elemen visual yang cerah dan karakter yang terlihat bahagia menunjukkan tema komedi romantis yang ingin disampaikan kepada audiens. Relevansi dengan film dalam elemen-elemen visual dalam poster seperti karakter utama yang ditempatkan di tengah serta penggunaan warna-warna cerah menyiratkan bahwa film ini memiliki suasana yang menyenangkan dan penuh tawa.
- b. Evaluasi dan Kreativitas seperti sajian ekspresi dan emosi yang tersirat pada poster tersebut menunjukkan bagaimana AI mampu menangkap dan mengekspresikan emosi positif seperti kebahagiaan dan kehangatan. Proses Kreatif ini melibatkan pengamatan sejauh mana AI dapat memahami dan merepresentasikan konteks tema yang terdapat didalamnya, seperti konteks komedi romantis yang menjadi salah satu kata kunci dalam pendekatan sajian visual yang ingin ditampilkan, AI dapat membaca dengan algoritma dan database yang tersedia. AI dapat menggunakan algoritma untuk memilih warna dan komposisi yang secara estetis menyenangkan, tetapi sentuhan akhir mungkin memerlukan intervensi manusia untuk memastikan gaya visual dan tematik apa yang diinginkan benar-benar tersampaikan melalui kata kunci pencarian.
- c. Simbol dan Referensi Budaya pada poster mungkin menggunakan simbol-simbol yang umum dalam budaya pop Indonesia untuk menarik perhatian audiens lokal. Misalnya, penggunaan pakaian atau latar yang familiar bagi penonton Indonesia dapat menambah kedekatan emosional.

Melalui tahap interpretasi ini, kita dapat memahami pesan dan makna yang ingin disampaikan oleh poster film "Pasutri Gaje". Proses ini juga mengungkap sejauh mana AI berhasil menangkap dan

mengekspresikan emosi serta pengalaman manusia dalam desain, serta bagaimana simbol dan referensi budaya diinterpretasikan dalam konteks teknologi AI.

Pada tahap penilaian, efektivitas desain poster dinilai dari segi estetika dan komunikatif. Poster "Pasutri Gaje" berhasil menampilkan estetika yang menarik dengan padupadan warna-warna cerah dan komposisi seimbang. Poster ini juga efektif dalam menyampaikan pesan utama film kepada audiens, dengan gambar karakter utama, warna cerah, dan judul yang mencolok membantu audiens memahami genre dan suasana film yang komedi romantis. Secara keseluruhan, poster film "Pasutri Gaje" dinilai berhasil dalam menggunakan teknologi AI untuk menghasilkan desain yang estetis dan komunikatif, meskipun sentuhan emosional manusia tetap menjadi nilai tambah dalam proses desain.

2. Video Iklan Produk Indomie Ramen Series

Video iklan Indomie yang menarik perhatian dalam penggunaan AI dalam iklan Indomie adalah, bagaimana iklan tersebut berusaha menggabungkan unsur sinematik film yang digabungkan dengan unsur ilustrasi AI dengan gaya gambar *Anime*. Unsur AI tersebut ditampilkan dalam beberapa cuplikan dan berusaha menyampaikan tentang Tema khas Jepang dengan budaya Pop Kultur nya yang identik dengan gaya gambar *Anime* Iklan tersebut kurang lebih menceritakan tentang bagaimana Cerita rasa otentik dengan tema kejepangan, dapat menjadi sebuah bagian dari gaya hidup seseorang, hal tersebut digambarkan dari penceritaan tentang kegiatan sehari-hari Wanita yang tidak bisa dilepaskan dari Indomie.



Gambar 5. Video Iklan Indomie Menggunakan AI
Sumber : Kanal Youtube Indomie

Tahap deskripsi adalah langkah awal dalam mengamati keseluruhan tampilan visual iklan Indomie bertema "Cerita Rasa Otentik." Berikut pengamatan terhadap beberapa unsur penting. Berikut uraiannya:

- Material: Iklan ini adalah video digital yang diunggah di kanal YouTube resmi Indomie.
- Warna: Video didominasi oleh warna cerah seperti merah, kuning, dan biru, untuk sample indomie yang ditampilkan serta nuansa tradisional Jepang.
- Bentuk dan Garis: Video menggunakan bentuk Teknik videografi yang mumpuni dan penerapan Teknik sinematografi yang sesuai fungsinya.
- Komposisi Visual: Elemen-elemen visual ditempatkan seimbang, dengan fokus pada wanita dan produk Indomie.
- Objek: Wanita yang menjalani kegiatan sehari-hari, berbagai varian Indomie (Tori Miso, Shoyu, Takoyaki), dan elemen khas Jepang.
- Subjek: Gaya desain cenderung modern dengan sentuhan budaya Jepang, serta penerapan sinematografi didalamnya dengan menggunakan animasi AI untuk transisi.

- g. Konteks Teknis: Penggunaan Teknik videografi dan AI terlihat dalam animasi transisi dan ilustrasi wanita dalam bentuk digital.
- h. Tema Jepang: Video menggambarkan suasana rumah Jepang yang sederhana, menekankan elemen budaya Jepang.
- i. Transisi AI: Video menampilkan aktris model iklan dalam bentuk manusia asli dengan transisi ke ilustrasi anime Jepang menggunakan AI

Analisis Formal Pada tahap ini, penilaian dan penghubungan berbagai elemen bentuk dalam iklan dilakukan. Berikut uraiannya:

- a. Susunan Elemen Visual: Video menampilkan komposisi seimbang, dengan wanita sebagai pusat perhatian. Produk Indomie dan elemen tambahan diatur di sekitar gambar utama
- b. Komposisi: Susunan Elemen Visual: Video menampilkan komposisi seimbang, dengan tokoh wanita sebagai pusat perhatian. Produk Indomie dan elemen tambahan diatur di sekitar gambar utama.
- c. Pengaturan Elemen: Produk ditempatkan di pusat frame, dengan teks dan animasi mengelilingi gambar utama.
- d. Penggunaan Prinsip Desain: Keseimbangan: Video menunjukkan keseimbangan dinamis dengan elemen-elemen yang terdistribusi secara merata.
- e. Ritme: Pengulangan elemen visual dan transisi animasi menciptakan ritme visual.
- f. Kontras: Warna cerah menciptakan kontras kuat antara produk dan latar belakang.
- g. Harmoni: Kombinasi penggunaan unsur sinematik dan penggunaan unsur animasi menciptakan tampilan kohesif.

Pada Tahap interpretasi ini mendalami pemahaman mendalam yang lebih jauh tentang makna iklan serta Pemaknaan dan Pesan Tersirat:

- a. Pesan yang Dikomunikasikan: Iklan berusaha menyampaikan keotentikan rasa Indomie melalui tema kegiatan sehari-hari wanita dengan varian rasa Jepang.
- b. Relevansi dengan Produk: Penggunaan elemen visual dan tema Jepang menyoroti varian Ramen Series, mencerminkan rasa khas Jepang yang ditawarkan.
- c. Ekspresi Emosi: Video menunjukkan AI mampu menciptakan ekspresi visual menarik dan dinamis
- d. Interpretasi dalam Konteks AI: menggabungkan elemen sinematografi dengan AI

Tahap Penilaian mengacu pada efektivitas desain dan evaluasi pada estetika. Iklan terlihat menarik secara visual dengan warna cerah dan penggunaan sinematografi yang sesuai dan dinamis. Iklan ini dirasa efektif dalam menyampaikan pesan tentang varian rasa Indomie dan inovasi teknologi AI, Selain itu, iklan juga dinilai komunikatif dalam menyampaikan pesan tentang varian rasa Indomie dan inovasi teknologi AI. Iklan ini dinilai Unik dalam penyampaiannya, namun penggunaan AI yang dirasa belum cukup rapih untuk menciptakan visual yang inovatif memberikan esensi tersendiri bagi para audiens nya, akan tetapi tetap mempertahankan sentuhan kreatif manusia dalam konsep dan eksekusi keseluruhan. Dari segi etika dan hak cipta, iklan ini menimbulkan kontra karena penggunaan AI dalam pembuatan ilustrasi dan animasi yang belum bisa diterima orang banyak. Melalui analisis ini, dapat dipahami bagaimana elemen visual dalam iklan Indomie disusun dan diinterpretasikan, serta bagaimana teknologi AI diterapkan untuk menciptakan iklan yang unik dan memberi kesan tersendiri.

3. Poster kampanye Gemoy Prabowo Gibran



*Gambar 3 Ilustrasi Yang Memuat Karakter Animasi Pada Wajah Prabowo-Gibran
Sumber: instagram @prabowo.gibran2, 2024*

Tahap deskripsi merupakan tahap pertama yang dilakukan dalam mengamati keseluruhan tampilan visual poster kampanye Pilpres 2024 Prabowo Gibran. Bagian ini melibatkan pengamatan terhadap material yang digunakan, warna, bentuk, garis, dan komposisi visual. Tahap ini adalah langkah awal untuk memahami bentuk secara keseluruhan, baik dari segi tampilan yang disajikan maupun strukturnya. Berikut uraiannya:

- Material poster ini berupa poster digital serta digunakan dalam bentuk baliho di berbagai lokasi strategis.
- Warna Poster didominasi oleh warna-warna tegas dan kontras, seperti merah, putih, dan hitam.
- Bentuk dan Garis yang digunakan dalam poster ini terdiri dari elemen-elemen geometris serta garis-garis yang digunakan tegas dan jelas, membantu mengarahkan mata pemirsa ke elemen penting dalam poster, seperti gambar kandidat dan slogan kampanye.
- Komposisi visual elemen-elemen pada poster ditempatkan secara seimbang. Gambar kandidat utama (Prabowo dan Gibran) ditempatkan di bagian tengah poster, dengan ukuran yang dominan. Teks slogan kampanye ditempatkan di bagian atas atau bawah dengan ukuran font yang besar dan mencolok, sementara informasi tambahan seperti tanggal pemilihan dan logo partai ditempatkan di bagian bawah atau samping poster.
- Objek poster ini menampilkan karakter utama dari kampanye yaitu Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka.
- Subjek proses pengamatan mengenai tampilan atau gaya desain yang digunakan dalam poster ini menunjukkan bahwa gaya desain cenderung terlihat menyenangkan dengan menampilkan karakter ilustrasi bergaya animasi.
- Konteks Teknis dalam pembuatan poster ini meliputi pengenalan pola untuk menempatkan elemen-elemen secara estetis, pemilihan warna yang sesuai, citra menyenangkan tergambar dalam ilustrasi gaya kartun yang disajikan.

Tahap kedua adalah analisis formal, di mana pada tahap ini kita dapat melakukan penilaian dan menghubungkan berbagai elemen bentuk yang tersirat dalam poster kampanye Pilpres 2024 Prabowo Gibran. Proses ini melibatkan penarikan kesimpulan mengenai arti dan makna yang terkandung dalam hubungan antara elemen-elemen tersebut. Berikut uraiannya:

- Komposisi meliputi susunan elemen visual menampilkan komposisi yang seimbang dengan tokoh utama ditempatkan di bagian tengah poster. Elemen-elemen tambahan seperti slogan kampanye, logo partai, dan informasi pemilihan ditempatkan di sekitar gambar tokoh utama, memastikan bahwa perhatian utama tetap pada kandidat.
- Pengaturan elemen pada judul kampanye dan nama kandidat ditempatkan di bagian atas atau bawah poster dengan ukuran font yang besar dan mencolok. Informasi tambahan seperti tanggal pemilihan dan logo partai ditempatkan di bagian bawah atau samping poster dalam ukuran yang lebih kecil, sehingga tidak mengalihkan fokus dari gambar tokoh utama.

- c. Penggunaan prinsip desain seperti keseimbangan simetris, dengan elemen-elemen yang terdistribusi secara merata di sekitar pusat poster. Ini menciptakan tampilan yang harmonis. Ritme atau pengulangan elemen seperti warna-warna tegas (merah, putih, hitam) dan bentuk geometris menciptakan ritme visual. Kontras menonjolkan gambar tokoh utama dan teks penting, sehingga mudah terlihat dan dibaca oleh pemirsa. Harmoni dengan mengkombinasikan warna dan bentuk dalam poster berpadu dengan baik, menciptakan kesatuan visual. Proporsi seperti judul, gambar tokoh, dan teks informasi, dipilih dengan proporsi yang sesuai untuk memastikan semua elemen terlihat jelas dan dapat dibaca. Tokoh utama yang dominan menonjolkan pentingnya kandidat dalam kampanye.
- d. Evaluasi Penggunaan AI pada penerapan prinsip desain pada poster kampanye Prabowo Gibran menunjukkan bahwa AI dapat mengaplikasikan prinsip-prinsip desain dengan baik. Penggunaan warna, bentuk, dan komposisi menunjukkan pemahaman yang baik tentang keseimbangan dan kontras.
- e. Perbandingan dengan pendekatan manusia yaitu meskipun AI mampu menghasilkan desain yang estetik dan fungsional, ada elemen emosional dan sentuhan pribadi yang mungkin lebih terasa dalam desain yang dibuat oleh manusia. AI dapat menghasilkan hasil yang konsisten dan efisien dalam waktu yang lebih singkat, namun sentuhan manusia dalam menambahkan elemen emosional dan budaya tertentu mungkin lebih mendalam.

Tahap ketiga dalam menganalisis adalah interpretasi, di mana pemahaman makna yang mendalam dicapai dengan merelevansikan tahap deskripsi dan analisis formal. Berikut adalah interpretasi berdasarkan poster kampanye Pilpres 2024 Prabowo Gibran:

- a. Pemaknaan dan pesan tersirat yang ingin dikomunikasikan menyampaikan kampanye yang menyenangkan ini terlihat dari perancangan poster yang dibuat gemoy atau terlihat menggemaskan. Penggunaan teks besar dan mencolok untuk nama kandidat dan slogan kampanye membantu memperkuat pesan utama kampanye tersebut.
- b. Poster menunjukkan bagaimana AI mampu menangkap dan mengekspresikan emosi positif seperti semangat, ketegangan, dan kepercayaan diri. Penggunaan warna-warna kontras dan komposisi yang seimbang menciptakan suasana yang dinamis dan menarik perhatian.
- c. Evaluasi ini melibatkan pengamatan sejauh mana AI dapat memahami dan merepresentasikan konteks tema kampanye politik. AI mungkin menggunakan algoritma untuk memilih warna dan komposisi yang secara estetik menyenangkan, namun sentuhan akhir mungkin memerlukan intervensi manusia untuk memastikan bahwa gaya visual dan pesan tematik yang diinginkan benar-benar tersampaikan. Ini menunjukkan bahwa sementara AI dapat memberikan dasar yang kuat untuk desain, pengalaman dan kreativitas manusia masih diperlukan untuk mencapai hasil yang optimal.
- d. Poster mungkin menggunakan simbol-simbol yang umum dalam budaya politik Indonesia untuk menarik perhatian audiens lokal. Misalnya, penggunaan warna merah dan putih yang mendominasi poster bisa merujuk pada bendera Indonesia, menambah elemen nasionalisme dan kebanggaan.

Tahap keempat mengevaluasi efektivitas poster kampanye Pilpres 2024 Prabowo Gibran dalam mencapai tujuannya, baik dari segi estetika maupun komunikatif. Poster ini menampilkan desain yang menarik dan profesional, dengan komposisi elemen visual yang seimbang dan pesan yang disampaikan secara jelas dan efektif. Penggunaan teknologi AI dalam desain ini menunjukkan potensi yang baik, meskipun intervensi manusia masih diperlukan untuk memastikan kesesuaian tema dan pesan kampanye.

4. KESIMPULAN

Penggunaan teknologi kecerdasan buatan (AI) telah merambah ke berbagai aspek kehidupan kita, termasuk dalam industri desain grafis. Penggunaan AI dalam desain grafis menimbulkan perdebatan terkait keaslian, efektivitas, dan dampaknya terhadap proses kreatif manusia. Melalui pendahuluan ini, Anda memberikan konteks penting tentang peran AI dalam desain grafis kontemporer. Dalam analisis ada tiga contoh desain grafis yang menggunakan teknologi AI yaitu poster film "Pasutri Gaje", video iklan Indomie seri ramen Jepang, dan poster kampanye Pilpres Prabowo-Gibran. Setiap contoh dianalisis secara rinci melalui pendekatan deskriptif, analisis formal, interpretasi, dan evaluasi. Dalam setiap kasus,

diungkapkan bagaimana teknologi AI digunakan untuk menciptakan desain yang estetik dan fungsional, tetapi juga mengakui bahwa sentuhan emosional dan kreativitas manusia tetap penting dalam mencapai hasil yang optimal. Hasil analisis menyoroti peran yang semakin meningkat dari teknologi AI dalam industri desain grafis, sekaligus menyoroti kompleksitas dan tantangan yang terkait dengan penggunaannya. Meskipun AI dapat menghasilkan desain yang estetik dan fungsional, intervensi manusia tetap diperlukan untuk memastikan keaslian, relevansi konteks, dan keberhasilan komunikatif. Peran Manusia dengan teknologi AI dalam proses desain, tetapi juga mengakui bahwa sentuhan manusia dalam memahami emosi, konteks budaya, dan kreativitas tetap penting dalam menciptakan desain yang efektif dan memikat. Secara keseluruhan, analisis ini memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana teknologi AI digunakan dalam industri desain grafis, menyoroti kelebihan dan batasan dalam konteks estetika, komunikasi, dan keaslian.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] P. T. Kecerdasan *et al.*, “Guru SMK Desain Komunikasi Visual SMKN 1 Gorontalo Artificial Intelligence Technology Training to Increase Productivity of Visual Communication Design Vocational School Teachers at SMKN 1 Gorontalo”, [Online]. Available: <https://jicnusantara.com/index.php/jicn>
- [2] S. H. T. Wijaya and S. C. Anggrianto, “Aplikasi Desain Canva: Ancaman atau Alat yang membantu kerja Desainer Grafis?,” *IMATYPE: Journal of Graphic Design Studies*, vol. 2, no. 1, p. 1, Feb. 2023, doi: 10.37312/imatype.v2i1.6602.
- [3] R. Supriyono, *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi, 2010.
- [4] D. Satrinia, R. Ramadani Firman, and T. Nur Fitriati, “Potensi Artificial Intelligence dalam Dunia Kreativitas Desain,” *Journal of Informatics and Communications Technology*, vol. 5, no. 1, pp. 159–168, 2023, doi: 10.52661.
- [5] M. Muhaemin and G. Artikel, “Analisis Pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) sebagai Referensi dalam Desain Komunikasi Visual Analysis of Utilizing Artificial Intelligence (AI) as a Reference in Visual Communication Design Article Info ABSTRAK,” 2023.
- [6] A. Nur Fadilla and P. Munadiyah Ramadhani, “Problematika Penggunaan AI (Artificial Intelligence) di Bidang Ilustrasi: AI VS Artist,” vol. 4, no. 1, 2023, doi: 10.33153/citrawira.v4i1.47.
- [7] A. Z. Qonit, “Mengulas Kontroversi AI dan Seni Menurut Guru Besar Artificial Intelligence Telkom University ,” Telkom University. Accessed: May 26, 2024. [Online]. Available: <https://telkomuniversity.ac.id/mengulas-kontroversi-ai-dan-seni-menurut-guru-besar-artificial-intelligence-telkom-university/>
- [8] F. Noviandi, “Tanggapi Kritik Poster AI Film Pasutri Gaje, Kiky Saputri Malah Diceramahi Balik,” Suara.com. Accessed: May 26, 2024. [Online]. Available: <https://www.suara.com/entertainment/2023/06/22/062000/tanggapi-kritik-poster-ai-film-pasutri-gaje-kiky-saputri-malah-diceramahi-balik>
- [9] C. Lova and Kristyarini, “Falcon Pictures Tanggapi Kritis Poster Film Pasutri Gaje Pakai AI,” Kompas. Accessed: May 26, 2024. [Online]. Available: <https://www.kompas.com/hype/read/2023/06/20/195741866/falcon-pictures-tanggapi-kritik-poster-film-pasutri-gaje-pakai-ai>
- [10] A. Widowati, “Iklan Indomie yang menuai kritik pedas dari netizen bagian dari strategi marketing? Netter: Tujuannya...,” hops.id. Accessed: May 26, 2024. [Online]. Available: <https://www.hops.id/unik/29410387798/iklan-indomie-yang-menuai-kritik-pedas-dari-netizen-bagian-dari-strategi-marketing-netter-tujuannya>
- [11] Rilia, “Indomie Gunakan AI di Iklan Terbaru Mereka, Hemat Biaya atau Bunuh Kreativitas?,” mediaformasi.com. Accessed: May 26, 2024. [Online]. Available: <https://mediaformasi.com/2023/09/indomie-gunakan-ai-di-iklan-terbaru-mereka-hematbiaya-atau-bunuh-kreativitas/>
- [12] Jasmine Floretta V.D, “Nasib di Ujung Tanduk Para Pekerja Seni Inisiasi Gerakan ‘Tolak Gambar AI,’” <https://magdalene.co>. Accessed: May 26, 2024. [Online]. Available: <https://magdalene.co/story/inisiasi-gerakan-tolak-gambar-ai-oleh-para-pekerja-seni/>
- [13] Tim Redaksi, “TKD Ungkap Makna Kampanye Gemoy Prabowo-Gibran,” Kumparan.com. Accessed: May 26, 2024. [Online]. Available: <https://kumparan.com/kumparannews/tkd-ungkap-makna-kampanye-gemoy-prabowo-gibran-21dtmSr1xt6>

-
- [14] Tim Redaksi, "Melihat Gaya Kampanye 'Gemoy' Prabowo," *Kumparan.com*. Accessed: May 26, 2024. [Online]. Available: <https://kumparan.com/kumparannews/melihat-gaya-kampanye-gemoy-prabowo-21dNVHgR5Wm/full>
- [15] F. Mulyadi, "Strategi Personal Branding Prabowo Subianto Sebagai Capres Melalui Media Sosial," 2023.
- [16] S. Soedjono, *Pot – Pourri Fotografi*. Jakarta: Universitas Trisakti, 2007.
- [17] M. D. Marianto, *Art & Levitation Seni Dalam Cakrawala*. Yogyakarta: Pohon Cahaya, 2015.