

PERAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL DALAM KAMPANYE KRITIK SOSIAL ISU LGBT

Faiz Naufal¹⁾

¹Universitas Putra Indonesia YPTK Padang

Corresponding Author: ¹ faiznaufal2203@gmail.com

Article Info

Article history:

Received: 09, 02, 2025

Revised: 10, 15, 2025

Accepted: 10, 16, 2025

Published: 10, 31, 2025

Keywords:

Kampanye Sosial

Kritik Sosial

Budaya Lokal

Perancangan Poster

Desain Komunikasi Visual

Isu Sosial LGBT

ABSTRACT

Fenomena Lesbian, Gay, Biseksual, dan Transgender (LGBT) merupakan isu sosial yang memunculkan beragam respons di masyarakat Indonesia, khususnya di wilayah yang memiliki landasan nilai agama dan budaya yang kuat seperti Kota Padang. Dalam konteks budaya Minangkabau yang berpegang pada prinsip Adat Basandi Syarak, Syarak Basandi Kitabullah (ABS-SBK), isu LGBT kerap dipandang sebagai fenomena yang bertentangan dengan norma sosial yang berlaku. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran desain komunikasi visual dalam menyampaikan kritik sosial terhadap isu LGBT melalui media kampanye sosial. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik studi literatur dan analisis media visual berupa poster dan video kampanye sosial. Analisis difokuskan pada elemen visual, pesan simbolik, serta pendekatan komunikasi yang digunakan dalam menyampaikan nilai budaya dan moral kepada masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa desain komunikasi visual memiliki potensi sebagai medium komunikasi yang efektif dalam membentuk opini publik dan menyampaikan kritik sosial secara persuasif, edukatif, dan kontekstual sesuai dengan nilai budaya lokal. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi komunikasi visual yang etis dalam mengangkat isu sosial yang sensitif di masyarakat.



This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY SA 4.0)

1. PENDAHULUAN

Fenomena Lesbian, Gay, Biseksual, dan Transgender (LGBT) merupakan isu sosial yang terus memunculkan perdebatan di berbagai negara, termasuk Indonesia. Isu ini tidak hanya berkaitan dengan persoalan identitas dan hak individu, tetapi juga beririsan dengan sistem nilai, norma sosial, serta budaya lokal yang hidup di tengah masyarakat. Dalam konteks Indonesia sebagai negara yang menjunjung nilai agama dan budaya, isu LGBT sering kali dipersepsikan secara beragam dan memunculkan respons sosial yang kompleks.

Perbedaan pandangan terhadap fenomena LGBT menjadi semakin signifikan di wilayah yang memiliki identitas budaya dan religius yang kuat, seperti Sumatera Barat. Masyarakat Minangkabau dikenal dengan prinsip Adat Basandi Syarak, Syarak Basandi Kitabullah (ABS-SBK), yang menempatkan nilai adat dan agama sebagai landasan utama dalam kehidupan sosial. Dalam kerangka nilai tersebut, berbagai fenomena sosial modern, termasuk isu LGBT, kerap dipandang sebagai tantangan terhadap tatanan sosial dan moral yang telah mengakar.

Seiring berkembangnya teknologi informasi dan media digital, wacana mengenai LGBT tidak hanya berkembang melalui diskursus verbal, tetapi juga melalui media visual. Poster, video pendek, dan kampanye sosial berbasis visual menjadi sarana yang efektif dalam membentuk opini publik, menyampaikan pesan moral, serta merepresentasikan sikap sosial masyarakat. Desain komunikasi visual memiliki peran penting dalam menyederhanakan pesan yang kompleks dan menyampainya secara persuasif kepada audiens yang luas.

Namun, penggunaan media visual dalam mengangkat isu-isu sosial yang sensitif memerlukan pendekatan yang etis dan kontekstual. Pesan yang disampaikan secara agresif atau konfrontatif berpotensi menimbulkan resistensi sosial dan konflik di ruang publik. Oleh karena itu, diperlukan kajian akademik yang menganalisis bagaimana desain komunikasi visual dapat digunakan sebagai media kritik sosial dengan tetap memperhatikan nilai budaya lokal dan etika komunikasi.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini berfokus pada analisis peran desain komunikasi visual dalam kampanye sosial yang mengangkat isu LGBT di Kota Padang. Penelitian ini tidak bertujuan untuk menilai atau menghakimi individu, melainkan mengkaji bagaimana media visual digunakan untuk menyampaikan kritik sosial dan nilai budaya lokal secara persuasif dan edukatif. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian desain komunikasi visual, khususnya dalam konteks isu sosial yang sensitif dan berbasis budaya lokal.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk menganalisis peran desain komunikasi visual dalam menyampaikan kritik sosial terhadap isu LGBT dalam konteks budaya lokal masyarakat Kota Padang. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada pemaknaan, interpretasi visual, serta analisis pesan simbolik yang terkandung dalam media kampanye sosial.

A. Jenis dan Objek Penelitian

Jenis penelitian ini adalah studi analisis media visual. Objek penelitian berupa karya desain komunikasi visual dalam bentuk poster dan video kampanye sosial yang mengangkat isu LGBT dengan pendekatan kritik sosial dan nilai budaya lokal. Karya visual yang dianalisis merupakan karya konseptual yang dirancang oleh mahasiswa Desain Komunikasi Visual serta didukung oleh dokumentasi media visual sejenis yang relevan dengan konteks penelitian.

B. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik, yaitu:

- 1) Studi Literatur, digunakan untuk memperoleh landasan teori yang berkaitan dengan desain komunikasi visual, kampanye sosial, serta kritik sosial.
- 2) Observasi Visual, dilakukan dengan mengamati secara langsung elemen-elemen visual pada poster kampanye sosial, meliputi warna, tipografi, ilustrasi, serta tata letak visual.

C. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif dengan tahapan sebagai berikut:

- 1) Mengidentifikasi elemen visual yang digunakan dalam media kampanye sosial.
- 2) Menganalisis makna simbolik dan pesan komunikasi visual yang disampaikan melalui pendekatan persepsi visual dan konteks budaya.
- 3) Mengkaji keterkaitan antara pesan visual dengan nilai moral.
- 4) Menarik kesimpulan mengenai peran dan efektivitas desain komunikasi visual dalam menyampaikan kritik sosial terhadap isu LGBT.

D. Keabsahan Data

Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menggunakan triangulasi sumber, yaitu membandingkan hasil analisis visual dengan teori desain komunikasi visual serta referensi budaya dan sosial yang relevan. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa interpretasi visual yang dihasilkan memiliki dasar akademik dan konteks yang jelas.

3. HASIL DAN DISKUSI

A. Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini berupa perancangan media komunikasi visual dalam bentuk poster kampanye sosial yang berfungsi sebagai media kritik sosial terhadap isu LGBT dalam konteks budaya lokal masyarakat Kota Padang. Perancangan poster dilakukan melalui beberapa tahapan, mulai dari perumusan konsep, brainstorming ide visual, tahap pra-produksi, proses produksi, hingga pasca-produksi dan pengembangan media pendukung.

Pendekatan perancangan ini bertujuan untuk menghasilkan karya visual yang tidak hanya memiliki nilai estetika, tetapi juga mampu menyampaikan pesan sosial secara persuasif, dan kontekstual.

B. Konsep Perancangan

Konsep utama perancangan poster kampanye sosial ini adalah penguatan nilai budaya dan moral lokal sebagai bentuk kritik sosial terhadap fenomena LGBT. Kritik sosial tidak disampaikan melalui pesan verbal yang bersifat konfrontatif, melainkan melalui pendekatan simbolik dan metaforis agar pesan dapat diterima secara reflektif oleh masyarakat.

Konsep perancangan menekankan bahwa media visual berperan sebagai sarana komunikasi edukatif yang mengajak audiens untuk berpikir kritis terhadap fenomena sosial, tanpa melakukan stigmatisasi terhadap individu atau kelompok tertentu.

C. Brainstorming

Tahap brainstorming ide visual dilakukan untuk merumuskan pendekatan visual yang paling kuat secara emosional dalam menyampaikan kritik sosial terhadap isu LGBT. Pada tahap ini, perancangan tidak melibatkan unsur budaya atau simbol lokal tertentu, melainkan berfokus pada eksplorasi metafora visual universal yang dapat dipahami secara luas oleh audiens.

Proses brainstorming diarahkan pada pencarian simbol visual yang merepresentasikan konflik batin, ketegangan identitas, serta dampak sosial dari fenomena LGBT tanpa menampilkan representasi figur atau simbol yang bersifat eksplisit. Pendekatan metaforis dipilih untuk menghindari visualisasi yang provokatif sekaligus memberikan ruang interpretasi bagi audiens.

Dari berbagai gagasan yang dikembangkan, dipilih konsep cermin retak sebagai ide visual utama. Cermin dimaknai sebagai simbol refleksi diri dan identitas, sedangkan retakan pada cermin merepresentasikan konflik, kegamanan, dan ketidakharmonisan yang muncul dalam isu yang diperdebatkan secara sosial. Metafora ini dinilai memiliki kekuatan emosional yang tinggi serta bersifat universal, sehingga pesan kritik sosial dapat disampaikan secara implisit namun tetap kuat.

Pemilihan konsep ini juga mempertimbangkan efektivitas komunikasi visual, di mana simbol sederhana dengan makna mendalam cenderung lebih mudah diingat dan mampu membangun respons emosional audiens tanpa perlu narasi verbal yang panjang..

D. Pra-Produksi

Tahap pra-produksi berfokus pada penentuan gaya visual, kesan yang ingin dibangun, serta elemen desain utama yang akan digunakan dalam poster.

1) Gaya dan Kesan Visual

Gaya visual yang digunakan bersifat minimalis, gelap, dan simbolik. Pendekatan ini dipilih untuk menciptakan kesan serius dan reflektif, sesuai dengan urgensi isu sosial yang diangkat. Poster dirancang agar mampu memancing respons emosional audiens melalui kekuatan visual, bukan melalui narasi verbal yang eksplisit atau provokatif.

2) Tipografi

Tipografi menggunakan jenis huruf sans serif dengan karakter tegas dan sederhana. Pemilihan tipografi ini bertujuan untuk menjaga keterbacaan pesan serta memperkuat kesan formal dan serius. Tipografi disusun terfragmentasi untuk merepresentasikan ketidaksatuan persepsi diri



Gambar 1 : Tipografi yang digunakan pada poster

3) Warna

Palet warna didominasi oleh merah tua dan hitam. Warna hitam digunakan untuk membangun suasana gelap, tekanan, dan konflik batin, sementara merah tua berfungsi sebagai simbol urgensi, peringatan, dan ketegangan emosional. Kombinasi kedua warna ini dirancang untuk memperkuat dampak psikologis visual serta menegaskan pesan kritik sosial yang ingin disampaikan.

Warna	Nama	Kode
	Merah Tua	#A40300
	Hitam	#09060B
	Abu-abu Terang	#E7E7E7

Tabel 1 : Pilihan warna yang digunakan

E. Proses Produksi

Pada Tahap produksi merupakan tahapan realisasi konsep dan rancangan visual ke dalam bentuk poster kampanye sosial. Pada tahap ini, seluruh elemen visual yang telah ditentukan pada fase pra-produksi diwujudkan secara konkret dengan memperhatikan kesatuan visual, kekuatan metafora, serta dampak emosional yang dihasilkan.

Poster dirancang menggunakan pendekatan visual metaforis dengan objek utama berupa cermin retak yang merefleksikan siluet figur manusia. Cermin diposisikan secara simetris dengan komposisi dua bidang yang saling berhadapan, sehingga menciptakan keseimbangan visual sekaligus memperkuat makna refleksi diri. Retakan pada permukaan cermin menjadi elemen utama yang merepresentasikan konflik identitas dan keguncangan nilai yang diangkat dalam isu sosial yang dibahas.

Warna merah tua digunakan sebagai latar utama untuk membangun kesan urgensi, tekanan emosional, dan peringatan terhadap isu yang diangkat, sementara warna hitam digunakan untuk menciptakan kesan gelap, serius, dan reflektif. Kombinasi warna ini dirancang untuk menarik perhatian audiens sekaligus membangun suasana emosional yang intens tanpa menggunakan elemen visual yang eksplisit atau provokatif.

Siluet manusia ditampilkan tanpa detail wajah untuk menghindari personalisasi dan stigmatisasi individu tertentu. Pendekatan ini bertujuan agar poster dipahami sebagai representasi fenomena sosial secara umum, bukan penilaian terhadap subjek personal. Pencahayaan diarahkan secara kontras untuk mempertegas bentuk siluet dan retakan cermin, sehingga hierarki visual terpusat pada objek utama poster.

Komposisi visual disusun secara simetris dengan titik fokus berada di bagian tengah poster, tepat pada pertemuan retakan cermin. Strategi komposisi ini digunakan untuk mengarahkan pandangan audiens secara langsung ke pesan utama dan memperkuat kesan dramatik yang dihasilkan oleh visual.

Melalui tahap produksi ini, poster kampanye sosial diharapkan mampu menyampaikan pesan kritik sosial secara kuat, emosional, dan reflektif, serta tetap berada dalam koridor etika komunikasi visual.

F. Pasca Produksi

Tahap pasca produksi dilakukan untuk mengevaluasi hasil akhir poster kampanye sosial yang telah dirancang, baik dari segi visual maupun penyampaian pesan. Evaluasi difokuskan pada keterbacaan pesan, kekuatan metafora visual, serta kesesuaian antara konsep awal dan hasil desain akhir.

Berdasarkan hasil evaluasi, poster menunjukkan kekuatan utama pada penggunaan metafora visual berupa cermin retak yang merepresentasikan konflik identitas dan proses refleksi diri. Retakan pada cermin menjadi pusat perhatian visual yang secara simbolik menggambarkan kondisi psikologis yang terpecah, sekaligus mengundang audiens untuk melakukan perenungan personal terhadap isu yang diangkat. Pemilihan siluet manusia tanpa identitas spesifik bertujuan untuk menghindari representasi figur tertentu, sehingga pesan bersifat universal dan tidak menunjuk pada individu atau kelompok secara langsung.

Dari sisi tipografi, penggunaan kalimat reflektif “*What do you see when you look at yourself?*” disusun secara terfragmentasi di beberapa area poster. Pendekatan ini dipilih secara sadar untuk menciptakan pengalaman visual yang tidak linear, sejalan dengan konsep konflik batin dan ketegangan psikologis yang ingin disampaikan. Meskipun tidak mengikuti hierarki teks konvensional, susunan ini mendorong audiens untuk membaca poster secara perlahan dan reflektif.

Palet warna merah tua dan hitam dipertahankan pada tahap akhir tanpa perubahan signifikan karena dinilai telah mampu membangun suasana emosional yang kuat dan konsisten dengan konsep urgensi isu. Penyesuaian minor dilakukan pada tingkat kontras dan pencahayaan untuk memastikan detail retakan dan siluet tetap terlihat jelas dalam berbagai kondisi tampilan.

Secara keseluruhan, tahap pasca produksi memastikan bahwa poster kampanye sosial ini tidak hanya berfungsi sebagai media visual yang estetis, tetapi juga sebagai media refleksi sosial yang mampu memancing kesadaran audiens melalui pendekatan metaforis dan emosional. Evaluasi akhir menunjukkan bahwa desain telah sesuai dengan tujuan perancangan sebagai media kritik sosial yang persuasif dan beretika..

G. Hasil Poster



4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan proses perancangan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa desain komunikasi visual memiliki peran penting sebagai media kritik sosial dalam menyampaikan isu-isu sensitif, seperti fenomena LGBT, khususnya dalam konteks budaya lokal masyarakat Kota Padang. Melalui pendekatan visual yang simbolik, kontekstual, dan beretika, pesan sosial dapat disampaikan tanpa bersifat konfrontatif maupun diskriminatif.

Perancangan poster kampanye sosial yang dilakukan menunjukkan bahwa penguatan nilai budaya dan moral lokal dapat diintegrasikan ke dalam media visual melalui pemilihan konsep, simbol budaya, tipografi, warna, serta komposisi visual yang tepat. Proses perancangan yang sistematis, mulai dari perumusan konsep hingga pasca-produksi, memungkinkan terciptanya media komunikasi visual yang tidak hanya estetis, tetapi juga komunikatif dan edukatif.

Selain itu, penelitian ini menegaskan peran mahasiswa Desain Komunikasi Visual sebagai komunikator sosial yang bertanggung jawab dalam merespons fenomena sosial di masyarakat. Desainer tidak hanya dituntut untuk menghasilkan karya visual yang menarik, tetapi juga memahami dampak sosial dari pesan yang disampaikan. Dengan demikian, desain komunikasi visual dapat berfungsi sebagai sarana reflektif dalam membangun kesadaran masyarakat serta menjaga keberlanjutan nilai budaya lokal di tengah dinamika sosial modern.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan artikel ini. Ucapan terima kasih disampaikan kepada dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan masukan akademik, serta kepada institusi pendidikan yang telah menyediakan fasilitas dan lingkungan akademik yang mendukung proses penelitian. Selain itu, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang secara tidak langsung berkontribusi dalam penyediaan referensi dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini.

REFERENCES

- [1] M. Sayuti Dt. Rajo Pangulu, “LGBT Mengancam ABS-SBK,” Universitas Bung Hatta, Sep. 22, 2023. [Online]. Available: bunghatta.ac.id. [Accessed: Jan. 2025].
- [2] Universitas Andalas, “Minangkabau: Adat Basandi Syarak dan Syarak Basandi Kitabullah,” Universitas Andalas, Padang. [Online]. Available: unand.ac.id. [Accessed: Jan. 2025].
- [3] S. H. Dworkin, “LGBT Identity, Violence, and Social Justice: The Psychological is Political,” presented at the 110th Annual Meeting of the American Psychological Association, Chicago, IL, Aug. 2002. [Online]. Available: eric.ed.gov. [Accessed: Jan. 2025].
- [4] United Nations Development Programme (UNDP) and United States Agency for International Development (USAID), LGBTI Inclusion in Indonesia, UNDP–USAID Report, 2020.
- [5] Pew Research Center, “The Global Divide on Homosexuality,” Pew Research Center, 2023. [Online]. Available: pewresearch.org. [Accessed: Jan. 2025].
- [6] R. Raharjo, “Data Konselor VCT HIV Indonesia terkait Populasi Risiko,” Perhimpunan Konselor VCT HIV Indonesia, 2018.