

Analisis Desain Komunikasi Visual pada *Station Id* Trans Media Group

Linda R.M. Gurning¹⁾

linda.gurning@mediakomtrisakti.ac.id

Talita Leoni Rizkitysha²⁾

^{1) 2)}Program Studi Desain Komunikasi Visual
Sekolah Tinggi Media Komunikasi Trisakti Jakarta

ABSTRACT

Information and communication is one of the most important necessity in daily life. Media is really affecting human perception side because the function of media is transmitting the information between one to another, not to mention television as an electronic media. Besides as an information transmitter, a television channel should have station ID as their branding environment. The visual of station ID made as aesthetic as can be by not ignoring visual communication design rules.

The method used in this thesis about Trans Media Station ID is qualitative descriptive method. This method was chosen because the information was obtained by interviewing informants whom are station ID designer and then be enlightened by descriptive method.

After interviewing the informants, obtained information that the main concept of Trans 7 station ID is about the Indonesian culture, based on Trans 7 program are so thick with Indonesian culture. Meanwhile, the main concept of Trans TV station ID is Trans TV as the leading television who can be a determinant of Indonesian people show.

Although Trnas TV and Trans 7 have different concept in their station ID, but still there are a common thread to their station ID, namely with using the same color, because the color use in station ID is corporate color from Trans Media logo.

Keywords: *Station ID, Television, Motion Graphic, Identity.*

ABSTRAK

Informasi dan komunikasi merupakan salah satu kebutuhan terpenting yang dibutuhkan dalam keseharian. Media begitu mempengaruhi persepsi masyarakat karena media berfungsi sebagai penyampai informasi antara satu dengan yang lainnya, tak terkecuali televisi yang termasuk dalam media elektronik. Selain sebagai media penyampai informasi, sebuah stasiun televisi tentunya memiliki *station ID* sebagai alat *branding* stasiun televisi itu sendiri. Salah satu yang memiliki *station ID* yaitu Trans Media Group. Tampilan *station ID* dibuat seestetis mungkin dengan tidak menyampingkan kaidah desain komunikasi visual.

Metode yang digunakan pada skripsi mengenai *station ID* Trans Media kali ini yaitu metode deskriptif kualitatif. Metode ini dipilih karena informasi didapat melalui wawancara dengan narasumber yang tak lain adalah desainer *station ID* itu sendiri dan kemudian dijabarkan dengan cara dideskripsikan.

Setelah melakukan wawancara dengan narasumber, didapat informasi bahwa konsep utama *station ID* Trans 7 adalah budaya Indonesia, mengingat program Trans 7 yang begitu kental akan budaya Indonesia. Sedangkan konsep utama *station ID* Trans TV yaitu Trans TV sebagai televisi terdepan yang dapat menjadi penentu tayangan masyarakat Indonesia.

Meskipun Trans TV dan Trans 7 memiliki konsep berbeda pada *station ID*nya, namun tetap terdapat benang merah pada kedua *station ID*, yaitu pada penggunaan warna yang sama, karena warna yang digunakan adalah turunan dari logo Trans Media.

Kata kunci: *Station ID*, Televisi, *Motion Graphic*, Identitas.

I. PENDAHULUAN

Dalam memenangi persaingan bisnis, setiap stasiun televisi berupaya memiliki program tayangan menarik yang menjadi unggulan. Selain itu, stasiun televisi berupaya menarik pengaruh melalui sebuah *station ID*. *Station ID* dibuat bukan tanpa memiliki fungsi. Menurut Krasner (2008:33), fungsi dari sebuah *station identifications* atau yang sering disingkat sebagai *station ID* adalah media yang berfungsi sebagai pengidentifikasi saluran yang sedang mengudara. Dalam pembuatan *station ID*, disamping harus memperhatikan estetika, kejelasan logo saluran televisi tersebut juga harus diperhatikan, karena pada *motion graphic*, semuanya terpacu oleh waktu. Secara singkat, menurut Taylor (104:2011), *motion graphic* mengacu pada perpindahan objek dari sebuah desain. Tiga elemen utama *motion graphic* yaitu kecepatan, arah, dan jalur pergerakan dari objek itu sendiri. Itulah sebabnya *motion graphic* sangat terpacu oleh waktu.

Begitu pula dengan Trans 7, sebuah stasiun televisi swasta yang mengutamakan kecerdasan, ketajaman, kehangatan penuh hiburan, dan kepribadian yang aktif. Keinginannya untuk menjadi stasiun televisi terbaik di Asean membuat Trans 7 terus meningkatkan kualitas, tanpa terkecuali kualitas visualnya. Selain visual terbaik secara estetis yang ditampilkan, visual tersebut juga dibuat sesuai dengan standar identitas yang telah ditetapkan, dan ini juga berlaku pada visual *station ID*. Meskipun pada setiap tampilan visual terlihat berbeda

dari segi ukuran, tata letak, maupun bentuk visual (diam atau bergerak), namun ada empat kunci yang menjadi benang merah dari sebuah desain korporasi. Landa (2011:240) telah menjabarkan empat kunci yang menghubungkan sebuah desain. Empat kunci tersebut yaitu warna, logo, jenis huruf, dan bentuk. Sesuai dengan teori Landa, stasiun televisi Trans 7 juga telah memiliki aturan dalam hal warna, logo, jenis huruf, dan bentuk yang boleh digunakan dalam setiap desain korporasi yang mereka keluarkan.

Mengintegrasikan unsur-unsur Desain Komunikasi Visual beserta segala hal mengenai identitas sebuah perusahaan di dalam objek bergerak bukanlah hal yang mudah. Tentunya akan sangat menarik untuk membahas salah satu jenis dari *motion graphic* di televisi yaitu *station ID*, khususnya *station ID* milik saluran televisi Trans 7 dan Trans TV yang juga tergabung dalam Trans Media Group.

II. METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode deskriptif kualitatif, di mana informasi mengenai pembuatan *station ID* Trans Media Group dibahas tuntas dengan menemui para desainer *station ID* itu sendiri. Sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, studi pustaka dan studi observasi.

Wawancara dilakukan bersama empat orang narasumber yang tak lain ialah dua kru grafis Trans 7 yaitu Tombak Matahari selaku *computer graphic promo supervisor*

dan Johan Permana, animator dari program Laptop Si Unyil. Desain *station ID* Trans 7 dikerjakan oleh beberapa desainer Trans 7, salah satunya adalah Tombak Matahari. Sedangkan dari Trans TV, informasi didapat dari desainer yang mengerjakan *station ID* Trans TV itu sendiri, yaitu melalui wawancara dengan Triyono Budi Santosa selaku ketua departemen *computer graphic* dan Aditya Bimantara selaku *graphic designer*. Selain itu, studi observasi juga dilakukan dengan mendatangi langsung kantor Trans Corp sebagai pihak pembuat. Pembuatan *station ID* dilakukan secara *in-house* dan tidak melalui agensi.

III. TINJAUAN TEORITIS

A. Desain Komunikasi Visual di Televisi

Visual di televisi berbeda dengan visual di media lainnya. Visual di televisi seringkali disebut sebagai salah satu dari aplikasi desain pada layar. Segala pesan atau bentuk komunikasi disampaikan melalui layar. Menurut Harris dan Ambrose (2009:122), desain pada layar memiliki perbedaan secara fisik dibandingkan dengan desain cetak. Layar dapat menampilkan gamut warna yang lebih banyak dengan resolusi yang semakin meningkat. Bila pada desain cetak yang diandalkan hanyalah cahaya lampu putih untuk melihatnya, pada layar akan banyak pengaturan pada pencahayaannya. Namun meskipun layar dapat menampilkan banyak warna dengan resolusi yang berbeda-beda, tetaplah penting untuk membuat desain yang pesannya jelas di setiap kepentingannya.

Jika di media lain seperti media

cetak visual hanya ditampilkan dalam bentuk statis, maka di televisi, visual yang ditampilkan dapat memiliki kesan dinamis. Adanya pergerakan grafis di televisi membuat televisi menjadi media yang kian digemari oleh masyarakat. Salah satu sentuhan grafis di televisi adalah *motion graphic*. Secara singkat, menurut Taylor (104:2011), *motion graphic* mengacu pada perpindahan objek dari sebuah desain. Tiga elemen utama *motion graphic* yaitu kecepatan, arah, dan jalur pergerakan dari objek itu sendiri. Itulah sebabnya *motion graphic* sangat terpacu oleh waktu.

B. Network Branding

Branding merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan, tak terkecuali saluran televisi. Selama 24 jam penuh, perusahaan televisi menayangkan tayangan yang secara tidak langsung akan membangun citra stasiun televisi itu sendiri. Oleh karena itu, berbagai *network branding* dilakukan untuk pencitraan stasiun televisi. Menurut Krasner (38:2008), pembagian *network branding* yakni sebagai berikut.

1. Station ID

Station identifications (atau yang sering disebut sebagai *network ID*) berguna sebagai pengidentifikasi saluran televisi yang sedang ditayangkan. Ketika menganimasi *station ID*, estetika dan keefektifan sebuah logo harus diperhatikan lebih detil, karena *station ID* sangat terpacu dengan waktu. Meskipun *station ID* kebanyakan berdurasi 5 hingga 10 detik, jalan cerita juga harus diperhatikan, karena akan mempengaruhi kepercayaan

audiens akan pesan yang disampaikan.

2. *Bumper*

Bumper adalah suatu bentuk presentasi di mana transisinya diletakkan di antara sebuah program dan iklan. Sebuah bumper biasanya berdurasi selama 2 hingga 5 detik, dan kebanyakan, sebuah bumper berisi nama/logo program yang sedang berlangsung beserta nama saluran televisi tersebut.

3. *Lower Thirds*

Lower thirds adalah sebuah kombinasi antara grafis dan teks yang diletakkan di bagian bawah pada *screen*. Biasanya *lower thirds* berisi informasi mengenai saluran televisi yang sedang ditayangkan, nama presenter, dan konten program yang sedang ditayangkan. *Lower thirds* seringkali ditemukan pada program berita atau program dokumenter. Teks dan grafis pada *lower thirds* pun sering dianimasikan ketika kedua elemen tersebut masuk ke dalam *screen*, dan selanjutnya, elemen tersebut akan dibiarkan statis dan yang bergerak hanyalah bagian backgroundnya.

4. *Mortises*

Mortises adalah sebuah *network branding* yang dapat didefinisikan sebagai grafis bertampilan penuh dalam suatu *screen*. *Mortises* terkadang dikombinasikan dengan *lower thirds*.

5. *Line Ups & Upfronts*

Line up adalah sebuah grafis bertampilan penuh yang menginformasikan

penonton mengenai jadwal program selanjutnya dengan cara memasukan nama program, tanggal, dan waktu penayangan. Sedangkan *upfronts* yaitu sebuah cara pemasaran yang didesain untuk mempromosikan acara mereka melalui iklan.

6. *Tags*

Tag dapat berupa website, nomor telepon, atau info tambahan yang diletakkan pada awal ataupun akhir dari sebuah *motion graphic*. Lamanya pun hanya sekitar 3-4 detik.

7. *Show Openers*

Samalahnyasepertisampuldari sebuah majalah, *show opener* merupakan sampul dari program yang akan ditayangkan. Desain *show opener* yang dibuat dengan imajinasi tinggi dapat membantu mempromosikan identitas saluran televisi tersebut sehingga membuat audiens merasa terpukau maupun sebaliknya, memilih untuk mengganti saluran televisi yang sedang menayangkan *show opener* tersebut. Durasi *show opener* biasanya berkisar antara 15-30 detik.

8. *Show Packages*

Sebuah *show packages* adalah sistem informasi dalam bentuk video yang berisi pencampuran elemen branding yang digunakan sebagai alat promosi sebuah program. Elemen branding yang dimaksud terdiri atas *opening*, serial-serial *bumper*, *mortises*, *lower thirds*, *map*, dan logo untuk desain *on air*. Elemen-elemen tersebut harus bisa mendemonstrasikan sebuah sinergi

visual, meskipun pada setiap elemennya terdapat beberapa perbedaan.

9. *Interstitials*

Interstitials merupakan mini program berdurasi selama 30-60 detik yang muncul di antara sebuah film dengan acara lainnya. Masing-masing *interstitials* memiliki tujuan spesifik, misalnya ada yang didesain untuk menyoroti isu-isu tertentu. Misalnya pada program berita, *interstitials* digunakan untuk menginformasikan audiens tentang berita-berita terpenting pada edisi kali itu. Selain itu, penggunaan *interstitials* dalam program berita merupakan cara yang tepat saat harus mentransisikan dari pembaca berita menuju video berita, baik berupa laporan langsung maupun rekaman. *Interstitials* di studio jenis ini hanya berdurasi 1-2 detik.

10. *Network Packages*

Sama seperti *show packages*, *network packages* adalah sistem informasi berupa video lengkap yang terdiri atas elemen-elemen promosi sebuah saluran televisi seperti *station ID*, *bumpers*, *lower thirds*, dan *mortises*.

11. *Promotional Campaign*

Promotional campaign didesain untuk membuat masyarakat lebih peduli akan sebuah produk, merek, atau layanan. Memiliki pesan yang jelas merupakan cara agar kampanye berjalan dengan sukses. Selain itu, menyusun brief untuk menentukan kampanye dan mengidentifikasi target

audiens juga harus dilakukan demi mencapai kesuksesan dari sebuah kampanye.

VI. PEMBAHASAN

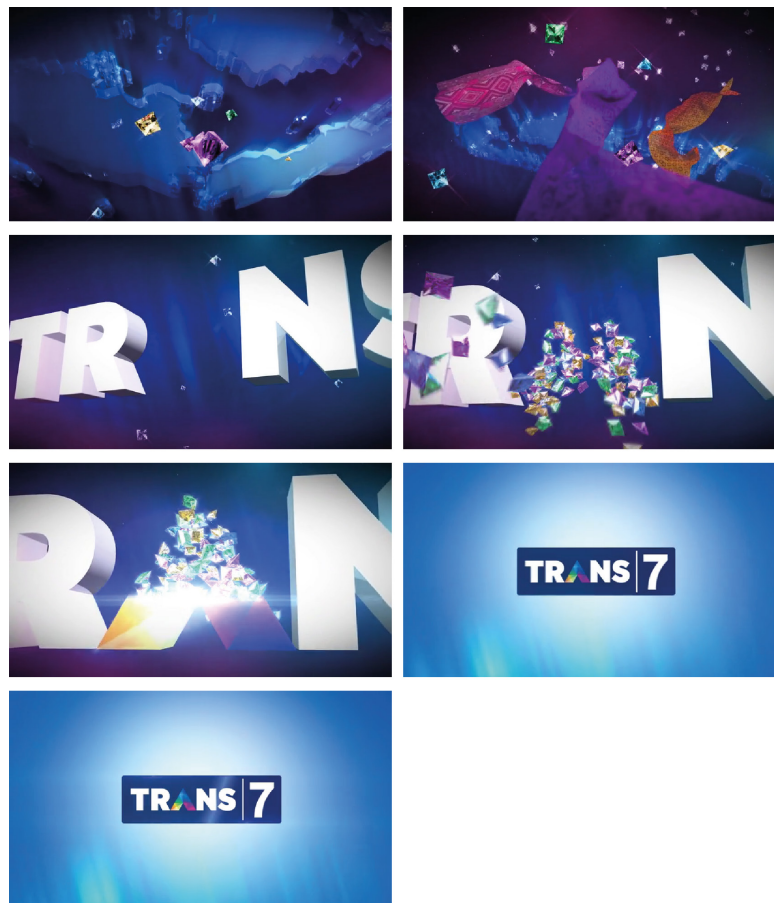
Trans 7 sebagai televisi yang memiliki misi untuk mengedukasi dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat Indonesia berkomitmen untuk selalu menjaga keutuhan bangsa serta nilai demokrasi. Oleh karena itu, Trans 7 ingin memberikan pesan-pesan tersebut kepada masyarakat melalui *station ID*nya.

Agar pesan mengenai Trans 7 sebagai televisi edukasi dan selalu menjaga keutuhan bangsa melalui tayangan-tayangannya dapat tersampaikan dengan baik kepada masyarakat, maka *station ID* dibuat secara detil, baik dari segi konsep maupun implementasi desain komunikasi visualnya.

A. Konsep *Station ID* Trans 7

Target audiens utama Trans 7 adalah masyarakat Indonesia, maka disepakati unsur Indonesia juga harus dimasukkan ke dalam desain *station ID*. Namun unsur Indonesia tersebut pun harus tetap berkaitan dengan identitas Trans 7. Dikutip dari situs resmi Trans 7, Trans 7 memiliki banyak program yang berbau Indonesia seperti Ragam Indonesia, Jejak Petualang, dan Indonesiaku. Program-program tersebut seringkali mengangkat kultur di Indonesia.

Seluruh program edukasi budaya ditayangkan demi menanamkan rasa cinta



Gambar 1: *Thumbnail Station ID Trans 7*

tanah air, maka di dalam *station ID* Trans 7 dibutuhkan penambahan unsur-unsur kebudayaan nusantara. Selain itu, *station ID* ini dibuat dengan konsep kebudayaan seperti ini agar setiap kali audiens melihat *station ID* Trans 7, mereka akan merasa teringat kembali dengan kekayaan budaya yang tersebar di seluruh Indonesia dan berusaha menjaganya semaksimal mungkin.

B. Bentuk dan Ilustrasi

Ada begitu banyak kebudayaan yang bisa diangkat menjadi bahasa visual dari Sabang hingga Merauke. Bisa melalui rumah adat, baju adat, kesenian, lagu adat, senjata khas dari tiap daerah, bahasa, ritual adat, dan

sebagainya. Penjelasan mengenai bentuk dan ilustrasi yang akan digunakan seperti selendang, peta Indonesia, dan berlian akan dijelaskan berikut ini.

1. Selendang

Indonesia adalah negara yang kaya, baik dari segi sumber daya alam, bahasa, kebudayaan, adat, dan sebagainya. Selendang menjadi benang merah budaya Indonesia karena memiliki kaitan yang kuat dengan kebudayaan Indonesia.

Setelah menggunakan selendang sebagai ikon budaya nusantara, diputuskan untuk menggunakan tiga selendang dengan motif yang berbeda-beda. Tiga motif selendang itu pun diambil dari tiga wilayah



Gambar 2: Frame *Station ID* Trans 7 Berelemen Selendang



Gambar 3: Frame *Station ID* Trans 7 Berelemen Peta Indonesia dan Berlian

Indonesia yang saling berjauhan, seperti dari selendang berwarna merah muda yang berasal dari Nias, berwarna ungu dari Cirebon, dan warna coklat dari salah satu wilayah Indonesia bagian timur. Selendang-selendang tersebut bergerak melayang dengan penuh gemulai layaknya seorang penari yang memainkan selendangnya dengan penuh lemah gemulai. Setelahnya, selendang bergerak menuju daerah asal motif selendang tersebut.

2. Peta Indonesia

Selain pesan Trans 7 yang kaya akan program budaya, pesan yang ingin disampaikan pada audiens lainnya yaitu segmentasi utama Trans 7 yang merupakan masyarakat Indonesia yang tinggal dari Sabang hingga Merauke. Untuk menyampaikan pesan tersebut, bahasa visual

yang digunakan ialah penggunaan ilustrasi peta Indonesia. Ilustrasi peta Indonesia itu sendiri pun tidak dibuat flat seperti ilustrasi peta Indonesia pada umumnya.

Program-program intelektual yang ditayangkan di Trans 7 juga merupakan salah satu faktor mengapa visual station ID Trans 7 harus dibuat seelegan mungkin. Untuk mewujudkan kesan elegan tersebut, maka peta Indonesia dibuat seelegan dan seminimalis mungkin. Sesuai dengan filosofi logo Trans 7 yang memiliki filosofi batu safir, maka unsur batu safir dimunculkan pada peta Indonesia yaitu melalui warna dan teksturnya. Wujud visual dari batu safir adalah warnanya yang biru berkilau.

Layaknya berlian, nilai dan keindahan tinggi yang dimiliki oleh batu safir membuat batu safir juga menjadi simbol dari kekayaan, yang dalam konteks ini kekayaan intelektual,

sumber daya alam, dan kebudayaan yang dimiliki oleh Indonesia. Pesona keindahan pemandangan di Indonesia juga dapat dianalogikan seperti keindahan sebuah batu permata berkilau yang tak lain adalah batu safir. Untuk memberikan efek berkilau, peta Indonesia seakan terbuat dari tekstur batu safir yang tentunya memiliki refleksi dan transparan seperti kaca.

Selain itu, pada *station ID* dimunculkan juga berlian secara jelas dan utuh. Butiran berlian kecil yang bergerak agak cepat dari bawah ke atas ini bergerak melawan arah gravitasi. Berlian tersebut datang dari arah peta Indonesia layaknya Indonesia yang sedang aktif kemudian mengeluarkan butiran-butiran indah yang tak lain adalah berlian. Ini dapat diartikan bahwa Indonesia

dapat mengeluarkan output berkualitas yang ditandai oleh banyaknya berlian.

3. Warna pada *Station ID* Trans 7

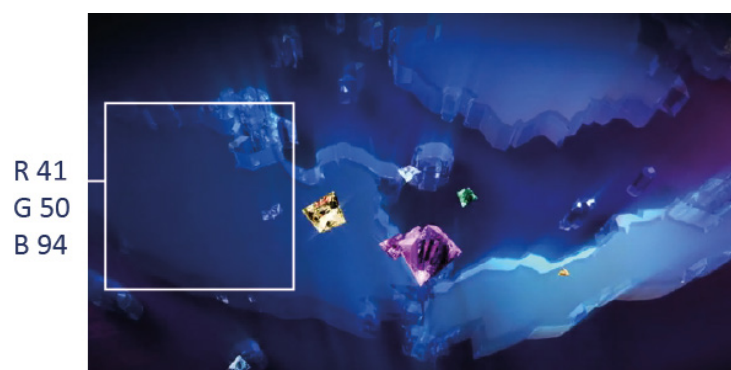
Ada beragam warna yang divisualisasikan ke dalam *station ID* Trans 7. Sebagian besar warna tentunya diambil dari identitas Trans 7 itu sendiri yaitu logo. Penjabaran warna yang diaplikasikan pada tiap objek *station ID* seperti selendang, peta Indonesia, berlian, *background frame* 1-5, dan *background frame* 6-7 akan dijelaskan berikut ini.

3. 1. Warna pada Selendang

Terdapat 3 selendang bermotif khas daerah Indonesia di dalam desain *station ID* Trans 7. Warna yang diaplikasikan pada



Gambar 4: Pedoman Warna Selendang pada *Station ID* Trans 7



Gambar 5 : Pedoman Warna Peta pada *Station ID* Trans 7



Gambar 6 : Pedoman Warna Berlian pada *Station ID* Trans 7

selendang yaitu ungu, merah muda, dan coklat. Warna-warna selendang tersebut tentunya diambil dari warna identitas Trans 7 itu sendiri, terkecuali warna coklat. Pemilihan warna-warna feminim seperti merah muda dan ungu menandakan bahwa segmentasi Trans 7 tidak hanya kaum pria tetapi juga wanita. Dikutip dari situs resmi Trans 7, penggunaan warna merah muda dan ungu juga merupakan simbol bahwa Indonesia memiliki keagungan dan kecantikan budaya yang akan selalu dipuja dan dihargai sepanjang masa. Warna coklat pada selendang merupakan warna yang paling berbeda di antara seluruh warna yang terdapat pada *station ID*. Warna coklat dimunculkan sebagai simbol Trans 7 yang merupakan televisi yang membumi.

3. 2. Warna pada Peta Indonesia

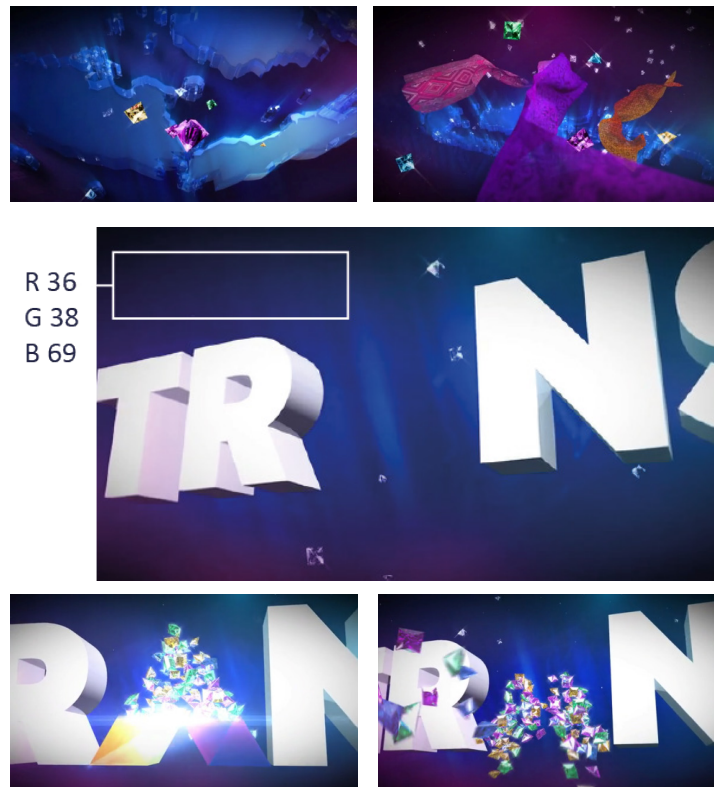
Seperti terlihat pada gambar, biru adalah warna yang mencirikan peta Indonesia. Warna biru yang tidak terlalu tua maupun muda ini diadopsi dari warna peta Indonesia pada *station ID* sebelumnya yang berwarna biru. Biru ini pun diambil dari biru batu safir yang juga menjadi filosofi dari persegi panjang pada logo Trans 7. Tujuan

penggunaan warna biru batu safir pada peta Indonesia yaitu untuk memberikan pesan bahwa Trans 7 senantiasa menyajikan program yang informatif dan berkualitas untuk masyarakat Indonesia. Hal ini sejalan dengan yang dikatakan Morioka (2004:51) di dalam bukunya, bahwa biru merupakan warna pengetahuan.

3. 3. Warna pada Berlian

Pada bagian belakang selendang terdapat berlian-berlian kecil berkilau yang bergerak dari peta Indonesia menuju ke atas. Berlian kecil tersebut berwarna-warni dan ada juga yang berwarna putih keabuan. Selain diambil dari warna berlian pada aslinya, warna putih diambil dari visual identitas Trans 7 yaitu *logotype* Trans 7 itu sendiri. Menurut Rustan (2010:73), secara psikologi warna pun warna putih sering dianggap lambang kehormatan dan harapan, di mana Trans 7 merupakan harapan bangsa dalam memberikan tayangan yang cerdas. Dengan memberikan tayangan yang cerdas tentunya akan membuat stasiun televisi itu sendiri dihormati oleh masyarakat.

Selain warna putih, terdapat juga berlian yang berwarna-warni. Ini



Gambar 7 : Pedoman Warna *Background* Frame 1-5 *Station ID* Trans 7

mengartikan Indonesia yang memiliki beragam budaya dari Sabang sampai Merauke dan ragam budaya tersebut terpancar dari berlian berwarna-warni. Selain pemilihan warna merah muda, hijau, dan kuning karena diambil dari warna turunan logo Trans 7 juga karena warna-warna tersebut tidak senada dengan warna *background station ID* yang berwarna biru tua.

3. 4. Warna pada *Background Frame* 1-5

Terdapat dua jenis visual background yang terletak pada *station ID* Trans 7. Pada frame 5 menuju frame 6, terlihat jelas adanya perbedaan pada *background*, sehingga *background station ID* Trans 7 terbagi oleh dua jenis. Oleh karena itu, terlebih dahulu akan dibahas *background* pada frame 1 hingga frame 5.

Gradasi biru tua adalah warna yang dipilih sebagai warna *background frame* 1-5. Biru tua ini tentu saja diambil dari persegi panjang pada logo Trans 7. Biru tua pada persegi panjang di logo Trans 7 diambil dari warna batu safir. Menurut Friedman (2014:1), beberapa batu safir dapat memiliki warna berbeda jika dilihat dari *angle* yang berbeda. Di sisi pertama, warna yang muncul adalah warna biru tua dan di sisi lainnya, warna yang terlihat bisa berwarna ungu. Itulah sebabnya pada frame awal *station ID* Trans 7 terdapat sentuhan warna ungu.

Selain karena diambil dari warna logo Trans 7, biru tua ini juga berfungsi sebagai pemberi kontras agar objek-objek yang berada di depannya dapat lebih menonjol. Jika *station ID* ini dilihat secara suatu keutuhan, maka akan terlihat bahwa transisi dari frame 1-5 merupakan transisi yang



Gambar 8 : Pedoman Warna *Background*
Frame 6-7 *Station ID* Trans 7

berada di dalam persegi panjang logo Trans 7 itu sendiri.

3. 5. Pedoman Warna *Background* Frame 1-5 *Station ID* Trans 7

Pada frame 2 terlihat sedikit sentuhan warna ungu pada *background*. Secara psikologi warna yang dimuat di dalam buku Rustan (2010:73), warna ungu adalah simbolisasi dari kekayaan dan kreativitas. Kekayaan yang dimaksud di dalam station ID yaitu kekayaan lautan Indonesia yang lautannya jelas tergambar di sekeliling peta Indonesia. Sedangkan kreativitas yang dimaksud adalah kreativitas Trans 7 dalam menciptakan tayangan-tayangan kreatif yang senantiasa disajikan kepada masyarakat Indonesia. Warna anggun seperti warna ungu juga sengaja diberikan pada frame

kedua karena selendang yang erat kaitannya dengan kesan feminim merupakan fokus utama pada frame ini sehingga warna ungu diaplikasikan sebagai pendukung kesan feminim yang ingin ditimbulkan.

3. 6. Warna pada *Background* Frame 6-7

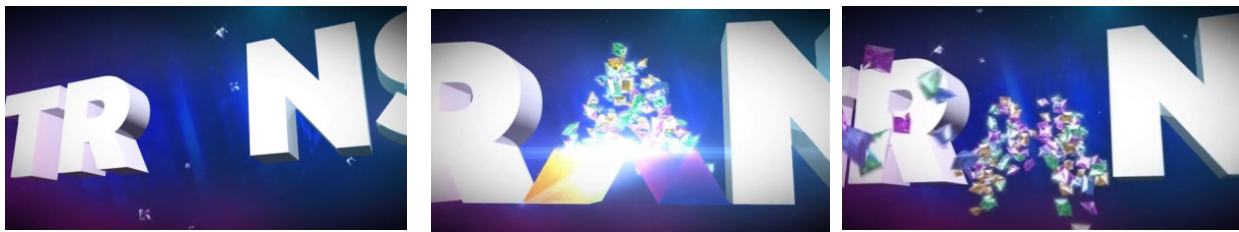
Background pada frame 6-7 ini memiliki warna gradasi biru muda. Biru muda dipilih agar penonton bisa merasakan ketenangan setelah melihat warna biru muda pada *station ID* Trans 7. Biru muda ini pun dapat diibaratkan seperti laut yang tenang. Hal ini dapat dilihat dari adanya pembiasan pada bagian bawah frame.

3. 7 *Motion* (Pergerakan) pada *Station ID* Trans 7

Di awal, terlihat cahaya yang berbeda



Gambar 9 : Frame 1 dan 2 *Station ID* Trans 7 – Budaya Indonesia



Gambar 10 : Frame 3, 4, dan 5 *Station ID* Trans 7 – Budaya Indonesia

antara sisi atas dengan sisi samping pada peta Indonesia sehingga timbul efek *depth* atau kedalaman. Selain itu, warna berlian yang melayang di langit diubah sesuai warna-warna yang terdapat pada logo Trans 7. Pewarnaan berlian yang semula berwarna putih keabu-abuan diubah menjadi warna-warna khas Trans 7 dilakukan demi menguatkan identitas Trans 7 dan kesan keberagaman pada kebudayaan nusantara.

Pada frame 2, pewarnaan dan transisi selendang pun dibuat lebih halus. Warna coklat tetap digunakan pada selendang agar tetap terlihat kalau selendang tersebut memiliki corak batik yang sangat kuat kaitannya dengan warna coklat. Peta Indonesia diletakkan di bawah tinggi 50%, karena di atas peta Indonesia tetap dimunculkan objek melayang seperti selendang dan berlian. Orientasi peta Indonesia pada frame 2 juga dibuat berputar ke arah kiri dan bergerak dengan pelannya.

Setelah melayang di langit, transisi berlian kecil pun berbaris membentuk huruf A pada Trans 7. Berlian kecil tersebut seakan ditarik oleh magnet yang tidak terlihat pada huruf A. Berlian kecil tersebut pun bergerak sangat cepat untuk menggantikan simbol kecepatan yang sebelumnya disimbolkan dengan sebuah komet.

Berlian-berlian kecil yang mulai

membentuk huruf A tersebut perlahan membentuk kesan *unity*. Dan benar saja, setelah itu huruf A telah tersusun lengkap dari berlian-berlian kecil, munculah huruf A yang sebenarnya, yaitu yang terkomposisi atas berlian besar pembentuk logo Trans 7. Berlian besar A muncul sebagai cerminan dari *unity* yang telah terbentuk. Pencahayaan tajam ditunjukkan dari efek berlian A utuh yang menyapu berlian-berlian kecil penyusunnya yang telah berbaris di waktu sebelumnya. Berlian A secara utuh muncul dari arah bawah ke atas. Filosofinya adalah transformasi yang dilakukan oleh Trans 7 terhadap kualitas program dan visualnya.

Prinsip *unity* lainnya mulai terbentuk jika dilihat dari kedekatan antar huruf pada logo Trans 7. Huruf-huruf tersebut telah disusun dengan komposisi yang pas, tidak terlalu rapat maupun renggang. Untuk menambah kesan kontras dengan *ground* dan huruf lainnya, berlian A diberikan pencahayaan yang lebih.

Pada akhirnya, warna biru tua beserta tulisan Trans 7 tersebut adalah bagian dari kotak latar tulisan Trans 7, dan skala perbandingan logo dengan *background* biru muda adalah 1:15. Warna biru muda itu pun juga diambil dari logo Trans 7. Biru muda adalah sebuah warna yang tenang dan juga termasuk warna laut, di

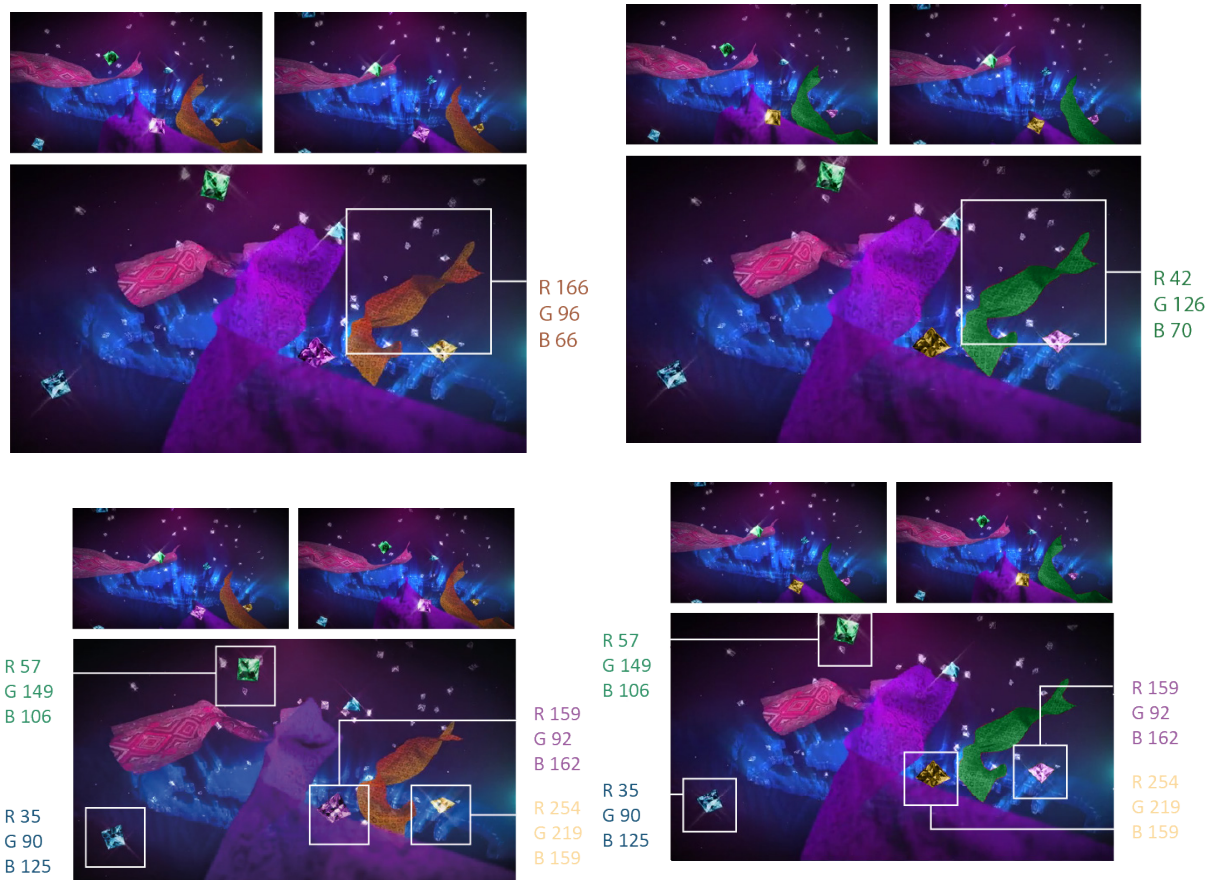
mana ketika seseorang melihat laut, orang tersebut akan merasa tenang. Inilah yang diharapkan oleh Trans 7. Trans 7 berharap setiap orang yang menyaksikan programnya dapat merasa tenang dan jernih pikirannya. Untuk menegaskan logo Trans 7 itu sendiri, ditambahkan pencahayaan yang bergerak dari kiri ke kanan di dalam kotak logo Trans 7.

C. Analisis Kesesuaian Strategi Komunikasi dengan Visual Trans 7

Secara konsep, *station ID* Trans 7 yang telah dibuat ini sudah berhasil mewakili identitas Trans 7 secara keseluruhan, baik dalam hal Trans 7 sebagai televisi yang

mengedepankan intelektual pada program-programnya, target audiensnya yang merupakan masyarakat Indonesia dan sudah disimbolkan dengan elemen-elemen yang digunakan, maupun penggunaan selendang sebagai simbolisasi penonton Trans 7 yang ternyata banyak juga kaum perempuan yang menyaksikannya. Namun ternyata masih terdapat beberapa kekurangan dalam segi visual.

Penggunaan warna coklat pada selendang cukup mengurangi nilai konsistensi pada *station ID*. Seperti yang telah dijelaskan, seharusnya semua warna pada *station ID* menggunakan warna dari identitas Trans 7 itu sendiri, seperti jingga, kuning, hijau muda, hijau tua, biru muda, biru



Gambar 11 : Perubahan pada Berlian

tua, ungu, dan merah muda. Kemunculan warna coklat di dalam desain ini cukup menjadi distraksi harmonisasi warna yang telah terbentuk.

Dari hal-hal yang telah dijelaskan di atas, maka disimpulkan bahwa selendang berwarna coklat lebih baik diberi warna hijau demi memberikan kesan konsisten. Hijau adalah salah satu warna pada logo Trans 7 dan merupakan warna yang diaplikasikan pada berlian.

Selain kesalahan pada pewarnaan selendang, kesalahan lainnya adalah corak batik yang kurang terlihat pada selendang. Warna yang digunakan pada selendang seperti merah muda dan ungu terlalu mencolok, sehingga garis-garis yang berbentuk corak batik itu pun kurang terlihat. Jika warna merah muda dan ungu tetap ingin digunakan demi mempertahankan kesan feminim, maka warna yang harus digunakan pada corak batik adalah warna yang kontras dengan warna tersebut ataupun warna yang jauh lebih gelap.

Kesalahan lainnya pada frame ini adalah penggunaan berlian merah muda di atas selendang berwarna ungu pada bagian tengah frame. Tidak seperti pasangan berlian dan selendang di area lainnya yang memiliki kontras, warna merah muda pada berlian terlalu menyatu dengan warna ungu pada selendang, sehingga secara kasat mata, selendang begitu menyatu dengan berlian dan berlian sebagai bentuk yang lebih kecil akan kurang terlihat dibanding selendang yang ukurannya jauh lebih besar.

Oleh karena itu, disarankan berlian di atas selendang berwarna ungu juga

diubah menjadi warna kuning agar terjadi kesan kontras dan tidak bercampur seperti sebelumnya, dimana di atas selendang berwarna ungu terdapat berlian berwarna merah muda. Sedangkan berlian yang terletak di sebelah kanan selendang diubah warnanya menjadi warna merah muda karena berlian berwarna kuning sudah diletakan di atas selendang berwarna ungu. Penukaran warna tersebut tetap dapat menciptakan kesan keberagaman budaya Indonesia.

D. Strategi Komunikasi Trans TV

Trans TV merupakan salah satu saluran televisi swasta nasional yang menjadi kompetitor Trans 7, meskipun keduanya memiliki hubungan kekerabatan yang erat mengingat Trans TV dan Trans 7 berada di dalam satu naungan yaitu Trans Media Group. Stasiun televisi yang memiliki slogan “Milik Kita Bersama” sejak awal kemunculannya di masyarakat memiliki alat promosi visual yang sama dengan Trans 7. Alat promosi visual yang dimaksud yaitu *station ID*.

Sama seperti Trans 7, pada awal mula kemunculannya, *station ID* versi terbaru dibuat untuk memperkenalkan logo baru Trans Media, di mana ada sebuah ritme visual antara logo baru Trans TV, Trans 7, dan perusahaan yang tergabung dalam Trans Media lainnya.

Selain sebagai media untuk memperkenalkan logo barunya, *station ID* Trans TV tentunya juga memiliki pesan yang terkandung di dalamnya. Pesan yang ingin



Gambar 12 : *Thumbnail Station ID* Trans TV

disampaikan tentunya tidak akan jauh dari visi yang dimiliki oleh Trans TV, yaitu Trans TV yang ingin menjadi televisi terbaik di Indonesia maupun Asean.

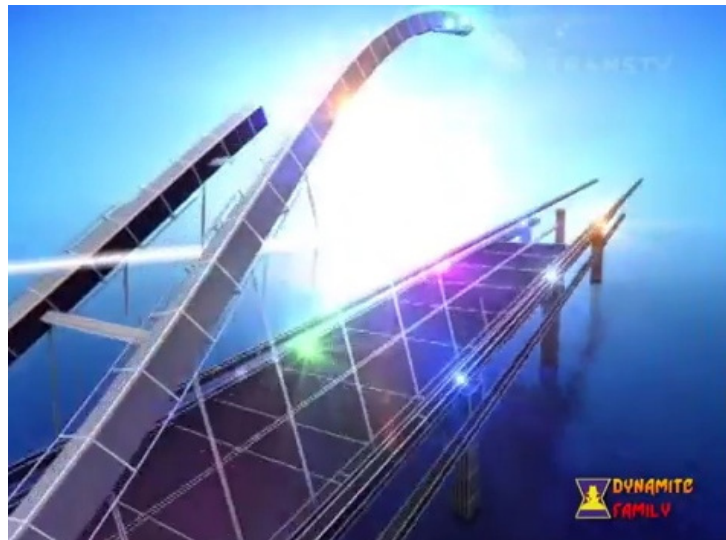
Agar pesan mengenai Trans TV sebagai televisi terdepan di Indonesia, maka *station ID* dibuat secara detil, baik dari segi konsep maupun implementasi Desain Komunikasi Visualnya. Hal-hal seperti konsep, bentuk dan ilustrasi, warna, dan motion yang digunakan pada *station ID* Trans TV akan dijelaskan berikut ini.

1. Konsep *Station ID* Trans TV

Brainstorming merupakan salah satu proses yang harus dilewati dalam pengerjaan sebuah desain, tak terkecuali *station ID*. Jika digali lebih dalam dari identitas Trans

TV, Trans TV merupakan televisi yang sangat mengedepankan nilai kreativitas pada tayangan yang mereka sajikan. Trans TV seringkali menjadi trendsetter bagi pertelevisian Indonesia. Misalnya di saat Trans TV sedang menayangkan suatu program, tak lama kemudian program televisi lain mulai mengubah formatnya seperti program unggulan yang ditayangkan oleh Trans TV.

Program unggulan tersebut ratingnya cukup tinggi, bisa meraup sekitar 30% dari penonton yang berada di wilayah Indonesia. Inovasi-inovasi yang dibuat oleh Trans TV telah menjadikan Trans TV sebagai salah satu televisi terdepan di Indonesia. Julukan televisi trendsetter yang disematkan pada Trans TV secara tidak langsung mengartikan



Gambar 13 : *Station ID* Trans TV – Jembatan

bahwa ujung tombak pertelevisian Indonesia ada pada saluran televisi Trans TV. Dengan jumlah penonton setia yang tidak sedikit tentu menjadikan Trans TV sebagai penunjuk arah tayangan televisi Indonesia saat ini. Hal-hal yang telah dijabarkan di atas dapat menjadi konsep dasar dalam pembuatan *station ID* Trans TV.

2. Bentuk dan Ilustrasi *Station ID* Trans TV

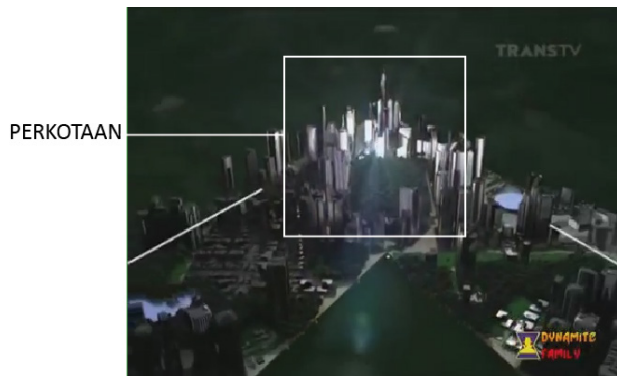
Sebagai salah satu saluran televisi terdepan saat ini, ada beberapa elemen visual pendukung yang dapat menjadi simbol identitas Trans TV. Telah diputuskan, elemen visual pendukung yang akan digunakan di dalam *station ID* ini yaitu jembatan, perkotaan, hutan Indonesia, dan beberapa bentuk cahaya. Selengkapnya akan dijelaskan berikut ini.

2. 1 Jembatan

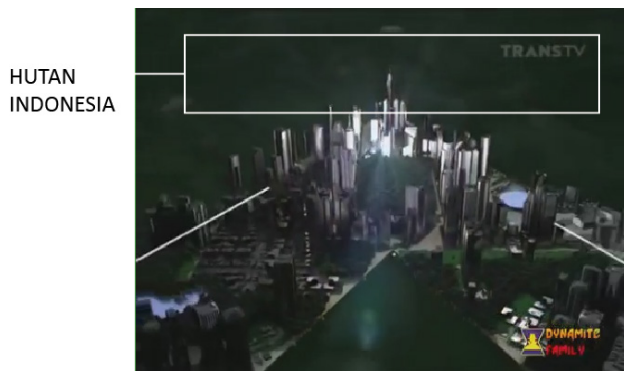
Untuk memberi kesan bahwa Trans TV merupakan 'kiblat' pertelevisian Indonesia, tentunya Trans TV menginginkan tayangan

yang dibawanya ialah tayangan yang bermutu sehingga Indonesia akan menjadi negara yang lebih maju dibanding masa-masa sebelumnya. Secara tidak langsung, Trans TV yang merupakan ujung tombak pertelevisian Indonesia harus bisa membawa perubahan yang lebih baik untuk Indonesia, terutama dari segi tayangannya, agar stasiun televisi lainnya dapat mengikuti jejak Trans TV dalam memberi tayangan yang baik.

Demi memberikan pesan pada *station ID* bahwa Trans TV adalah pemimpin dan sering dijadikan tolak ukur pertelevisian Indonesia, maka elemen visual yang digunakan tentunya harus sesuai. Adapun elemen visual yang dapat memberi makna penunjuk arah yaitu seperti kompas, jarum jam, setir kendaraan, peta, sinar matahari, telunjuk, dan sebagainya. Namun pada akhirnya, jembatan yang dipilih untuk merepresentasikan pesan tersebut. Jembatan dipilih sebagai simbolisasi sang penunjuk arah karena selain jembatan merupakan sarana yang dapat menghubungkan dua daratan terpisah, jembatan juga dapat



Gambar 14 : *Station ID* Trans TV –
Perkotaan



Gambar 15 : *Station ID* Trans TV –
Hutan Indonesia

menjadi pengarah kemana seseorang dapat melanjutkan perjalanan yang diinginkan maupun dicita-citakan.

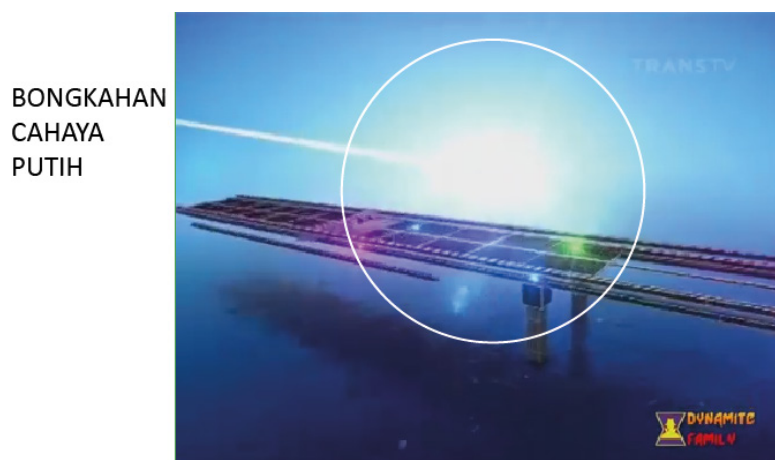
Bentuk jembatan yang cocok untuk ditampilkan ke dalam visual *station ID* adalah jembatan yang futuristik, mengingat Trans TV adalah salah satu stasiun televisi yang dapat menjadi penentu tayangan masyarakat Indonesia di masa depan.

Visualisasi jembatan futuristik itu pun digambarkan dengan jembatan lengkung yang berbahan dasar beton bertulang, dimana beton merupakan bahan dasar jembatan masa kini, mengingat beton memiliki kekuatan lebih besar dibanding bahan-bahan lainnya. Selain futuristik, pesan Trans TV memiliki identitas dan sistem yang

kuat juga digambarkan dengan banyaknya rangka pada jembatan dan berbahan dasar beton.

2. 2 Perkotaan

Di masa depan, salah satu pemilik dari Trans Corp yaitu Chairul Tanjung memiliki keinginan untuk membangun *Trans City* yang tak lain adalah kota yang dimiliki oleh Trans Corp. Untuk menggambarkan pesan tersebut, maka pada *station ID* dimunculkan elemen visual perkotaan beserta gedung-gedung pencakar langit. Bentuk visual perkotaan dibuat sedemikian rupa dengan kota masa depan, dimana seperti yang sering digambarkan di dalam film-film berbau teknologi, peralatan dan interiornya dibuat



Gambar 16 : *Station ID* Trans TV – Bongkahan Cahaya Putih

CAHAYA
BERWARNA
WARNI



Gambar 17 : Station ID Trans TV – Lampu Warna-warni di Sepanjang Jembatan

dengan tekstur metalik. Pada akhirnya, tekstur metalik tersebut diadaptasi ke dalam gedung-gedung perkotaan pada visual station ID.

Demi memberikan pesan bahwa kota ini adalah kota yang ingin dibangun oleh Chairul Tanjung dengan nama *Trans City*, maka komposisi penempatan gedung-gedung masa depan itu pun disusun ke dalam tulisan Trans TV.

2. 3 Hutan Indonesia

Meski modern, Trans TV juga merupakan televisi yang membumi. Hal ini dapat dilihat dari beberapa tayangannya yang berbau petualangan dan dilaksanakan di luar ruangan. Kehidupan di luar ruangan begitu kental kaitannya dengan alam,

dedaunan, dan pepohonan. Hutan Indonesia dirasa menjadi simbol yang cocok untuk merepresentasikan itu semua. Trans TV pun pernah menayangkan program yang spesifik bercerita mengenai kehidupan etnik (*Ethnic Runaway*) yang kebanyakan dilaksanakan di wilayah pelosok Indonesia dan hutan termasuk ke dalam sana. Keinginan dan harapan untuk menyaksikan hutan Indonesia yang lebih baik seperti jauh dari penebangan liar, pembakaran hutan, dan sebagainya disimbolkan dengan penggunaan objek hutan rimbum yang terletak pada sekeliling huruf T, R, A, N, S, T, dan V. Visual hutan Indonesia juga ditampilkan di sekeliling gedung-gedung perkotaan karena hutan berfungsi sebagai penyeimbang, dimana perkotaan yang futuristik memiliki

CAHAYA
MATAHARI



Gambar 18 : Station ID Trans TV – Cahaya Matahari

teknologi yang maju dan teknologi tersebut dapat perlahan merusak lingkungan. Hutan Indonesia tersebut akan menyeimbangkan daur hidup di sekeliling gedung-gedung perkotaan.

2.4 Bongkahan Cahaya Putih

Cahaya putih yang berbentuk bongkahan ini terletak hampir di seluruh frame *station ID*. Fungsinya adalah sebagai penuntun pergerakan sepanjang *station ID* di bagian awal saat backgroundnya masih berwarna biru. Cahaya putih ini awalnya hanya berbentuk setitik cahaya, namun seiring pergerakannya, setitik cahaya ini berubah menjadi sebuah bongkahan yang sinarnya begitu kuat. Cahaya putih tersebut tidak hanya berbentuk seperti bola cahaya, tetapi juga disertai sebuah sinar panjang yang mengiringi tepat di belakangnya. Pergerakan bongkahan cahaya putih ini bersamaan dengan proses pembentukan jembatan yang megah.

2.5 Lampu Warna-warni di Sepanjang Jembatan

Di sepanjang jembatan terdapat

lampu-lampu kecil dengan warna yang beragam. Lampu kecil berwarna biru, merah muda, dan hijau tersebut merupakan simbol korporasi Trans TV. Penyebaran lampu kecil di sepanjang dasar jembatan tersebut memiliki makna bahwa Trans TV adalah saluran televisi yang turut mengiringi perkembangan pertelevisian Indonesia.

2.6 Cahaya Matahari

Cahaya kuning yang berbentuk seperti bongkahan ini merupakan cahaya yang menggantikan bongkahan cahaya berwarna putih. Sebenarnya cahaya berwarna kuning ini merupakan suatu simbol dari cahaya matahari, di mana jika dilihat pergerakannya secara keseluruhan, maka terlihat jelas bahwa cahaya kuning ini datang dari balik gedung-gedung di perkotaan. Cahaya matahari ini sebagai simbol bahwa Trans TV merupakan saluran televisi yang siap menyambut pagi masyarakat Indonesia dengan tayangan-tayangan yang segar.

2.7 Garis Cahaya Berlian A

Di pertengahan *station ID*, terdapat masa di mana terpancar beberapa garis



Gambar 19 : *Station ID* Trans TV – Garis Cahaya Berlian A



Gambar 20 : *Station ID* Trans TV – Lingkaran Cahaya Pemancar

cahaya putih yang berkumpul menuju sebuah titik di tengah huruf A pada Trans TV. Bentuk garis cahaya putih tersebut menyerupai sinar laser, dimana sinar laser memiliki bentuk yang tipis seperti yang tervisualisasi pada visual *station ID* Trans TV. Sinar laser dipilih karena meskipun bentuknya tipis, namun sinar laser dapat menghasilkan cahaya dengan intensitas tinggi. Hal ini didukung oleh definisi laser pada Kamus Besar Bahasa Indonesia, dimana laser merupakan pembangkit cahaya produk sains dan teknologi modern yang dapat menghasilkan cahaya berintensitas tinggi. Sifat laser yaitu koheren dan monokromatis. Definisi tersebut semakin menguatkan pesan bahwa Trans TV ingin memunculkan kesan futuristik dan modern di dalam *station ID*-nya.

Huruf A yang dipilih sebagai huruf yang memancarkan garis cahaya tersebut

karena selain huruf A adalah huruf yang terletak di tengah huruf T, R, A, N, S, T, dan V, di logo Trans TV pun huruf A adalah huruf yang memiliki bentuk paling unik dibanding huruf lainnya. Garis cahaya putih tersebut memancar ke 5 arah, yaitu atas, serong kiri atas, serong kanan atas, serong kiri bawah, dan serong kanan bawah. Garis cahaya putih tersebut jika diperhatikan dengan baik akan berbentuk seperti sebuah bintang yang bersinar. Hal ini memberi makna bahwa Trans TV juga ingin menjadi televisi yang berprestasi, di mana prestasi seringkali dianalogikan dengan bintang.

2. 8 Lingkaran Cahaya Pemancar

Pancaran cahaya yang berbentuk lingkaran ini muncul di saat garis cahaya berlian A telah berbentuk seperti sinaran dari sebuah bintang. Lingkaran cahaya pemancar ini memiliki makna bahwa



Gambar 21 : *Station ID* Trans TV – Background Frame 1-7

Trans TV merupakan televisi yang dapat menyebarkan informasi teraktual ke seluruh penjuru negeri. Informasi teraktual tersebut disebarkan oleh stasiun pemancar televisi, yang sering kali pancaran tersebut disimbolisasikan dengan lingkaran-lingkaran yang mengelilinginya.

Hal ini diperkuat oleh definisi lingkaran menurut Rustan (2009:47), dimana lingkaran dapat bersifat semesta dan sempurna. Semesta yang dimaksud dalam konteks *station ID* Trans TV yaitu siaran Trans TV yang menjangkau seluruh Indonesia.

E. Warna

Sama seperti Trans 7, warna-warna yang digunakan pada *station ID* tentunya tidak jauh dari warna identitas Trans TV itu sendiri. Namun dalam pembuatan *station ID* tentunya ada banyak pengelompokan warna berdasarkan masing-masing framenya.

Berikut penjelasan warna yang tercantum pada *station ID* Trans TV berdasarkan framenya.

1. Warna pada *Background Frame 1-7*

Background yang dimaksud di sini adalah *background* yang sudah menjadi template dasar, seperti *background* pada jembatan yang berwarna biru muda dan biru tua.

Sekilas warna biru muda dan biru tua tersebut hanya terlihat seperti gradasi warna biasa seperti dua warna yang dicampur dalam *software* desain dan membentuk sebuah gradasi, apalagi sebelum bentuk jembatan diperlihatkan secara utuh. Namun jika pandangan ditujukan ke bawah jembatan, terlihat jelas bahwa warna-warna tersebut bukanlah warna gradasi biasa. Terlihat di bawah jembatan akan adanya bayangan dan samar-samar juga terlihat adanya ombak-ombak kecil. Itu mengartikan bahwa warna biru tua di bawah jembatan



Gambar 22 : *Station ID* Trans TV – *Background Frame 8-13*



Gambar 23 : *Station ID* Trans TV – *Background* Frame 14-16

tersebut merupakan simbolisasi dari lautan Indonesia.

Jika biru tua di bawah jembatan merupakan simbolisasi dari lautan Indonesia, maka warna biru muda yang terletak di atas jembatan merupakan simbolisasi dari langit. Warna langit di dunia nyata juga berwarna biru muda, sehingga warna langit pada *station ID* bukanlah warna langit yang direkayasa. Hanya saja pada langit tidak ada penggunaan awan, karena langit hanya bersifat sebagai *background* dan *background* tidak boleh lebih ramai dibandingkan elemen visual pendukung di depannya.

Penggunaan warna biru tua untuk simbol lautan Indonesia dan warna biru muda sebagai simbol langit telah digunakan dengan tepat, karena secara teoritis, menurut Rustan (2009:73), biru dapat memberi kesan laut, langit, ketenangan, dan kedamaian. Jika dianalisis, *station ID* dimulai dari warna yang tenang seperti warna biru karena untuk sebuah proses *opening*, sebuah kesan ketenangan dibutuhkan di awal sebelum adanya klimaks di pertengahan *station ID*.

2. Warna pada *Background* Frame 8-13

Setelah pada frame 1-7 warna biru terlihat lebih dominan pada *background*,

pada frame 8-13 warna biru tersebut benar-benar menghilang. Warna *background* digantikan dengan hijau, warna yang identik dengan hutan Indonesia.

Rustan (2009:73) memiliki pandangan bahwa warna hijau adalah warna yang melambangkan kesuburan, alam, dan lingkungan hidup, sehingga pemilihan warna hijau sebagai warna hutan Indonesia bukan merupakan pilihan yang salah. Namun jika dianalisis, sebenarnya warna hijau tua yang melambangkan hutan Indonesia tersebut kurang memiliki kontras dengan tulisan TRANS TV yang berwarna abu-abu. Selain karena warna hijau tersebut terlalu gelap, warna TRANS TV juga tidak dibuat menjadi abu-abu yang warnanya lebih muda. Kurangnya pencahayaan juga membuat tulisan TRANS TV dan *background* hijau tua begitu menyatu.

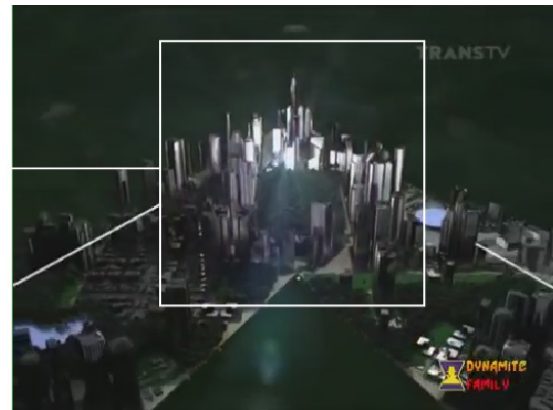
3. Warna pada *Background* Frame 14-16

Di awal frame 14, terdapat perubahan warna *background* dari hijau tua menuju biru muda kembali. Namun dalam proses menuju perubahan ke arah biru muda, terdapat lingkaran-lingkaran kecil yang memenuhi seisi *background*. Lingkaran-lingkaran kecil tersebut adalah lingkaran pixel pada televisi.

Pada *background* 3 frame terakhir ini



Gambar 24 : Pedoman Warna Jembatan pada *Station ID* Trans TV



Gambar 25 : Pedoman Perkotaan pada *Station ID* Trans TV

tidak hanya terdapat warna biru muda, tetapi juga biru tua, merah muda, *cyan*, dan putih. Warna-warna tersebut juga diambil dari warna berlian A pada logo Trans TV. Warna tersebut dimunculkan pada *background* bertujuan untuk mengubah persepsi masyarakat mengenai Trans TV yang identik dengan warna biru. Namun meski terdapat warna baru selain warna biru di frame terakhir, warna biru tetap menjadi warna yang mendominasi, dan kesan tenang yang ingin disampaikan di penghujung *station ID* tetap dapat dimunculkan.

Warna biru muda yang menjadi warna dominan pada *background* sudah cukup memberikan kontras dengan warna biru tua pada *logotype* Trans TV, karena secara harmoni warna, warna yang digunakan telah sesuai dengan teori harmoni warna yang dipaparkan oleh Braha & Byrne (2011:124), di mana kedua warna ini termasuk ke dalam jenis monokromatik. Monokromatik adalah harmoni warna yang mengutamakan kesamaan *hue* dan permainan gelap-terangnya *hue* tersebut. Pada frame ini, *hue* yang sama terdapat pada nilai B (*blue*).

4. Warna pada Jembatan

Objek pertama yang terlihat pada *station ID* Trans TV adalah jembatan. Jembatan tersebut sebenarnya berwarna abu-abu, namun pada eksekusinya jembatan terlihat berwarna kehitaman. Warna abu-abu pada jembatan diambil dari warna beton. Seperti yang telah kita ketahui, beton memiliki tingkat kekuatan yang tinggi. Penggunaan warna beton tersebut pada *station ID* Trans TV menyiratkan pesan bahwa Trans TV merupakan televisi yang kuat secara popularitas dan kekuatannya sulit didobrak oleh kompetitornya. Rustan (2009:73) juga sepakat bahwa abu-abu adalah warna yang dapat memberi kesan kuat pada objek yang akan diaplikasikan dengan warna itu. Selain dari warna, unsur beton pada *station ID* juga terlihat dari kesolidan warna abu-abu pada jembatan, dimana gradasi tidak terlalu terlihat seperti pada gradasi abu-abu pada gedung.

Warna abu-abu kehitaman pada jembatan dan biru muda pada *background* juga mampu memberikan kontras dan menyiratkan bahwa objek utamanya adalah jembatan.

5. Warna pada Perkotaan

Perkotaan tersusun atas gedung-gedung yang menjulang tinggi. Meskipun ada banyak gedung-gedung, namun pewarnaan pada gedung tetap menggunakan satu warna yang sama yaitu abu-abu. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, abu-abu merupakan warna dari besi dan baja, dimana kedua bahan tersebut begitu erat kaitannya dengan peralatan yang mendukung kemajuan teknologi di dunia. Besi dan baja sering digunakan sebagai bahan yang mendukung teknologi karena tingkat kekuatannya yang begitu tinggi, seperti tidak mudah terbakar.

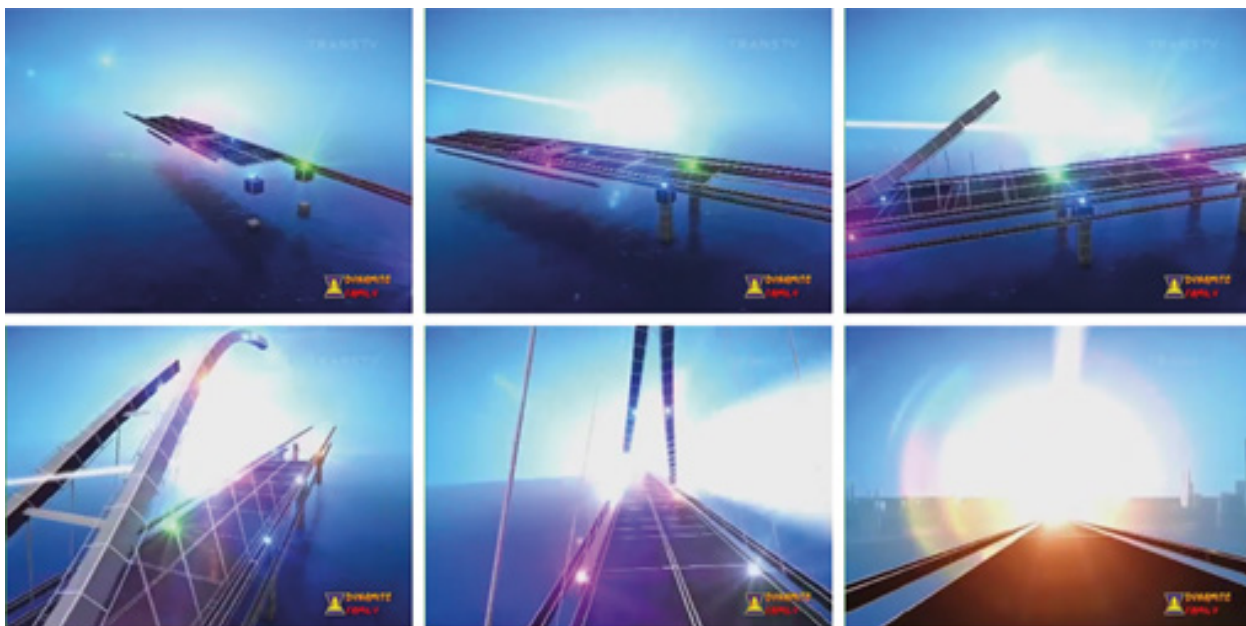
Pada penceritaan film yang berbau *sci-fi* maupun teknologi, interior maupun eksterior sebuah bangunan seringkali menggunakan bahan-bahan seperti besi dan baja tersebut. Oleh karena itu warna dari besi dan baja diadopsi ke dalam *station ID* Trans TV dan diaplikasikan pada gedung-gedung *Trans City*.

Sedangkan menurut Rustan (2009:73), warna abu-abu merupakan warna yang

memberi kesan urban dan kuat, di mana kekuatan tersebut memang terpancar dari warna besi dan baja yang ingin ditampilkan pada *station ID*, sehingga warna abu-abu memang merupakan warna yang tepat untuk diaplikasikan pada objek gedung-gedung di perkotaan.

F. Tekstur

Ada beberapa tekstur yang digunakan di dalam desain *station ID* Trans TV. Berbeda dengan Trans 7 yang kaya akan kilauan tekstur bebatuan indah seperti berlian maupun batu safir, tekstur pada *station ID* Trans TV terlihat jelas berbeda dengan tekstur elemen visual pendukung lainnya hanya pada elemen visual perkotaan. Gedung-gedung tinggi pada wilayah perkotaan memiliki tekstur mengkilap layaknya kilapan besi atau baja. Kilapan tersebut terlihat dari adanya cahaya terang mengkilat yang terletak pada beberapa bagian gedung, sehingga terlihat seperti sebuah gradasi. Tekstur besi atau



Gambar 26 : Motion (Pergerakan) pada *Station ID* Trans TV – Frame 1 - 6



Gambar 27 : *Station ID* Trans TV –
Cahaya Putih Perkotaan pada Frame 7

baja dipilih sebagai tekstur pada gedung-gedung di perkotaan disebabkan oleh besi dan baja yang sangat erat kaitannya dengan teknologi di masa depan. Seperti yang telah kita ketahui, barang-barang yang begitu erat kaitannya dengan teknologi sangat erat kaitannya dengan warna silver dan juga tekstur besi dan baja. Oleh sebab itu gedung tersebut diberi tekstur dan warna seperti besi dan baja.

G. *Motion* (Pergerakan) pada *Station ID* Trans TV

Pada frame 1, terlihat seberkas cahaya putih yang mulai menyinari dari bagian langit. Di frame-frame berikutnya, cahaya tersebut semakin membesar karena adanya gerakan maju menuju ke depan dengan kecepatan tinggi. Ternyata cahaya putih tersebut merupakan pemandu setiap pasang mata yang melihatnya serta pemandu pembentukan jembatan di bawahnya yang sedang berubah menjadi suatu bentuk jembatan yang utuh.

Awalnya jembatan yang berwarna abu-abu kehitaman tersebut hanya terlihat di bagian dasarnya saja, namun seiring berjalannya waktu jembatan tersebut berubah wujud secara dinamis menjadi sebuah rangkaian jembatan yang utuh, lengkap dengan tepi kiri dan tepi kanannya. Ujung tepi kiri dan kanan bertransformasi



Gambar 28 : *Station ID* Trans TV – Frame

8-11



Gambar 29 : *Station ID* Trans TV – Pancaran Cahaya pada Frame 12-13

sangat cepat mengikuti pergerakan bongkahan cahaya putih. Transformasi yang begitu cepat itulah yang mengartikan Trans TV sebagai televisi yang cepat bertransformasi dan sangat peka terhadap perkembangan informasi dan tren. Bentuk jembatan yang tadinya hanya sebagian berangsur menjadi sebuah jembatan yang utuh merupakan sebuah simbol bahwa Trans TV sedang mengarah pada masa depan yang lebih baik. Untuk menuju masa depan yang lebih baik tentunya ada sesuatu yang harus dibangun, yang dalam hal ini adalah program yang ditayangkan pada Trans TV dan loyalitas masyarakat terhadap Trans TV di masa depan. Namun pembangunan yang dimaksud tentu saja bukan pembangunan yang lemah, melainkan pembangunan yang kuat dan kokoh. Visual kekokohan pada *station ID* Trans TV ini terlihat pada visual jembatan yang menggunakan warna dan tekstur beton, selain itu juga dari banyaknya rangka penyusun jembatan. Pesan kokoh yang dimaksud tentu saja merupakan kekokohan identitas Trans TV itu sendiri.

Selama proses pembuatan jembatan secara utuh, jembatan tersebut juga diiringi dengan elemen visual pendukung lainnya,

seperti lampu-lampu kecil yang kaya akan warna yang terletak di sepanjang jembatan. Lampu kecil tersebut tidak bergerak seperti bongkahan cahaya putih di atasnya, karena lampu kecil tersebut hanya bersifat sebagai penerang pada jembatan.

Di akhir frame 1-6 tepatnya pada frame 6, akhirnya jembatan tersusun secara utuh dan kamera tertuju pada ujung jembatan. Setibanya di ujung jembatan, sebuah cahaya yang keterangannya tinggi mengiringi turunan jembatan tersebut. Cahaya tersebut seakan merupakan cahaya masa depan, karena pada frame ini area terangnya yang berwarna putih kekuningan lebih banyak dibanding warna-warna lainnya. Seperti yang sering ditemukan pada karya audiovisual, ketika frame berubah menjadi penuh cahaya putih, makna yang ditimbulkan adalah sedang terjadi perpindahan cerita ke masa depan. Namun ternyata cahaya terang ini ternyata merupakan sinar matahari yang menyeruak dari tengah-tengah perkotaan.

Gedung-gedung yang tersusun menjadi sebuah perkotaan tersebut hanya terlihat dari depan selama 2 detik. Hal ini disebabkan oleh kamera yang ingin mengubah cara pandang dari gedung yang terlihat dari



Gambar 30 : *Station ID* Trans TV – Perubahan Warna Background pada Frame 14-16

depan ke bagian atas gedung sehingga terlihat bahwa di sekeliling gedung terdapat warna hijau tua yang merupakan bagian dari hutan Indonesia. Hutan Indonesia dibuat mengelilingi gedung-gedung tersebut agar Trans TV tetap terlihat sebagai televisi yang membumi.

Perubahan warna mayoritas dari terangnya biru muda ke gelapnya hijau tua cukup mengartikan bahwa Trans TV merupakan televisi yang tidak memiliki waktu *off*, karena Trans TV beroperasi 24 jam penuh, yang divisualkan dengan simbolisasi pagi hari yang berwarna biru muda dan malam hari yang berwarna hijau tua.

Pada frame 8 hingga 11, jelas sekali

terlihat bahwa gedung-gedung tersebut tidak tersusun secara acak, melainkan tersusun ke dalam tulisan TRANS TV, dan dengan kata lain, tulisan TRANS TV tersebut seluruhnya tersusun atas gedung-gedung yang dikelilingi hutan.

Jika dicermati lebih dalam, pada frame 9 dan 10, terlihat jelas terdapat cahaya putih kecil yang memancarkan garis cahaya putih ke 5 sudut berlian A, yaitu ke atas, kiri, kanan, serong kiri bawah, dan serong kanan atas. Per pancaran cahaya putih tersebut diiringi dengan cahaya berbentuk lingkaran yang ukurannya lebih besar dibanding cahaya putih yang ada di tengahnya. Cahaya lingkaran pemancar yang menyebar tersebut



Gambar 31 : Saran untuk Hutan Indonesia



Gambar 32 : Saran untuk Bongkahan Cahaya Putih dan Pondasi Jembatan

merupakan simbolisasi dari penyebaran informasi Trans TV ke seluruh penjuru di Indonesia atau bahkan dunia, karena hijau tua tersebut juga merupakan simbolisasi bumi, di mana Trans TV juga merupakan televisi yang membumi.

Penyebab huruf A pada tulisan Trans TV yang dipilih sebagai center pointnya yaitu karena pada logo Trans TV itu sendiri, huruf A pada TRANS yang memiliki bentuk paling istimewa dibanding huruf-huruf lainnya.

Sesuai dengan namanya yaitu Trans TV, efek transformasi ternyata tidak hanya dimunculkan pada elemen visual pendukung jembatan, tetapi juga pada visual perkotaan. Pada frame 11, 12, dan 13, terlihat jelas bahwa cahaya putih yang terletak di tengah berlian A berfungsi sebagai pemandu transformasi pada seluruh huruf pada Trans TV. Semula hanya di bagian berlian A-nya saja yang terang, namun kemudian menyebar ke seluruh huruf Trans TV. Proses penyebarannya pun begitu indah, karena tidak hanya warna putih yang menyebar, tetapi juga warna-warna korporasi Trans TV yang tentunya juga tercantum pada warna yang terletak pada berlian A. Untuk lebih mempertegas bahwa berlian A merupakan keistimewaan dari logo Trans TV, maka sebuah cahaya lingkaran mengelilingi

bentuk berlian A.

Pada frame-frame bagian akhir *station ID* yaitu frame 14-16, warna background yang semula hijau tua berubah menjadi warna biru muda dan ini mengartikan bahwa telah tiba waktunya di penghujung *station ID* dimana scene-scene sebelumnya merupakan cara untuk membranding Trans TV. Sebuah lingkaran-lingkaran kecil transparan yang memenuhi seluruh background pada frame 14 dan 15 merupakan simbolisasi dari pixel televisi, mengingat Trans TV merupakan media yang tayang di televisi. Dan untuk mempertegas logo Trans TV, pada frame 16 diberikan cahaya putih panjang yang menyinari ujung hingga ujung (atas dan bawah) logo Trans TV.

H. Analisis Kesesuaian Strategi Komunikasi dengan Visual Trans TV

Trans TV merupakan salah satu saluran televisi terkemuka di Indonesia yang dapat menjadi pendominasi bagi tayangan televisi tanah air. Hal ini dapat terlihat dari seringnya Trans TV menjadi trendsetter tayangan televisi negeri ini, misalnya ketika Trans TV membuat sebuah program acara yang terhitung sukses secara rating, maka tak lama kemudian televisi lainnya akan



Gambar 33 : Saran untuk Cahaya Berwarna-warni

membuat acara dengan genre serupa. Hal menarik inilah yang menjadi konsep dasar pembuatan *station ID* Trans TV, yaitu dimana Trans TV menjadi penentu arah tayangan pertelevisian Indonesia.

Untuk mendukung hal tersebut, maka dipilih beberapa objek yang dapat mengilustrasikan konsep tersebut. Objek-objek yang mendominasi adalah jembatan, gedung-gedung di perkotaan, hutan Indonesia, dan berbagai jenis pencahayaan yang terletak pada hampir di seluruh frame. Namun jika dilihat secara keseluruhan, ditemukan kejanggalan di beberapa aspek.

Dimulai dari ilustrasi. Ilustrasi berikut ini sebenarnya adalah ilustrasi hutan Indonesia. Namun pada implementasinya, warna hutan Indonesia terlalu gelap dan begitu bercampur dengan warna gedung-gedung pada perkotaan.

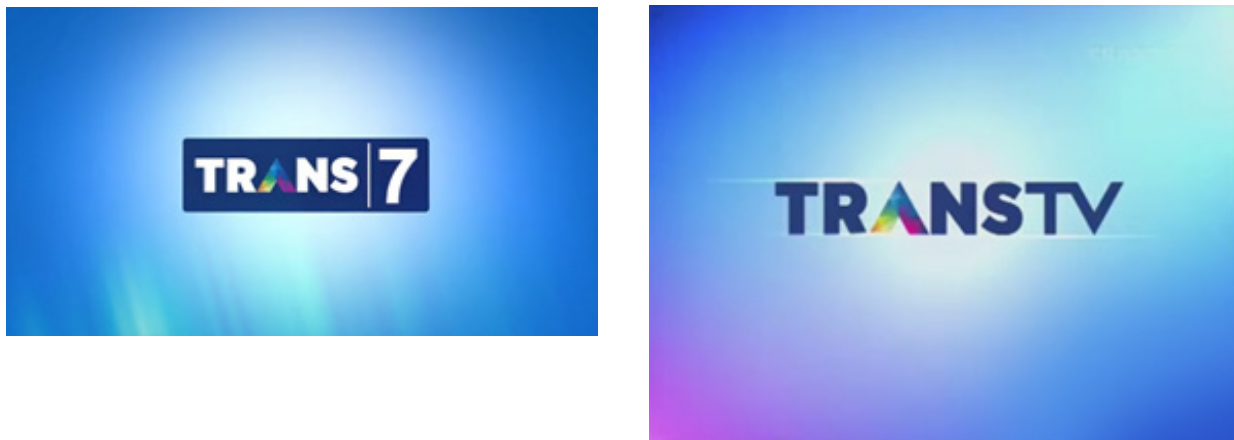
Jika dilihat dari frontal angle, maka terlihat jelas bahwa hutan Indonesia tersebut tidak memiliki volume dan juga terlihat datar. Seharusnya pewarnaan hutan Indonesia dibuat dengan warna hijau yang lebih cerah agar dapat menambah kesan hutan yang subur.

Dari segi pengambilan gambar, angle pengambilan bentuk jembatan sudah cukup baik, karena kesan yang ingin disampaikan adalah Trans TV sebagai penunjuk arah pertelevisian Indonesia sudah divisualisasikan dengan angle kamera yang lurus ke depan menyusuri jembatan. Angle pengambilan gambar seperti ini juga sering disebut sebagai *frontal angle*, dimana akan terjadi ilusi seakan audiens sedang dibawa mengikuti perjalanan yang arahnya telah ditentukan oleh Trans TV, yang dalam hal ini adalah Trans TV sebagai penentu tayangan pertelevisian Indonesia.

Banyaknya pencahayaan yang sebenarnya memiliki tujuan yang sama turut menjadi distraksi, sehingga pada bagian frame tertentu, yang terlihat mendominasi adalah cahaya-cahayanya, padahal pesan utama yang ingin disampaikan bukan terletak pada cahayanya melainkan jembatan itu sendiri.

Bongkahan cahaya di bawah ini juga terlihat janggal karena bongkahan cahaya yang bergerak terlebih dahulu memiliki ukuran yang jauh lebih besar dibanding garis cahaya tipis yang mengikutinya. Jika maksud adanya bongkahan cahaya ini adalah cahaya komet (dimana cahaya komet bisa bergerak fleksibel dan menyisakan sinar panjang di belakangnya), maka seharusnya cahaya ini dibuat seperti bentuk kerucut. Kerucut dianggap sebagai bentuk yang tepat karena cahaya komet semakin ke ujung semakin hilang cahayanya namun dengan pengecilan cahaya yang perlahan-lahan, sama seperti bentuk kerucut.

Kejanggalan lainnya juga ditemukan



Gambar 33 : Tipografi pada *Station ID* Trans 7 dan Trans TV

pada pondasi jembatan. Pondasi jembatan seharusnya divisualisasikan dengan pergerakan yang dapat menghasilkan kesan kuat, namun pada prakteknya, kekuatan itu tidak terlihat pada pondasi jembatan itu sendiri. Seharusnya pondasi jembatan muncul dari bawah laut, yang mana dapat memberikan kesan bahwa kekuatan pondasi tidak dapat diragukan karena telah ditanam dari dasar laut.

Jika dilihat dari segi warna, pada frame di bawah ini kesan pencahayaan warna-warni yang ingin ditimbulkan oleh pancaran logo Trans TV kurang terlihat karena warna backgroundnya kurang mendukung. Warna background terlalu gelap dan warna-warni pancaran logo Trans 7 menggunakan cahaya berjenis *soft light*, sehingga warna-warni pancaran logo Trans 7 kurang bisa memberi efek warna-warni pada kedua frame di bawah ini.

Jika *background* berwarna gelap tetap ingin dipertahankan, maka cahaya berwarna-warni tersebut perlu dibuat dengan cahaya berjenis *hard light*, sehingga warna-warni

yang ingin ditimbulkan dapat terlihat kuat dan pesan launching logo baru Trans TV yang memiliki banyak warna pada bagian huruf A-nya dapat semakin ditonjolkan.

I. Tipografi pada Trans Media

Penggunaan tipografi pada station ID Trans 7 dan Trans TV hanya berada pada logo Trans 7 dan Trans TV. Logo Trans 7 dan Trans TV itu sendiri menggunakan font Avenir yang termasuk ke dalam kategori Sans Serif. Font dengan kategori Sans Serif adalah font yang tidak memiliki kait pada tiap hurufnya. Font Sans Serif dipilih karena selain font Sans Serif cenderung lebih mudah dibaca dibanding font Serif, font Sans Serif lebih cocok jika dipasangkan dengan bentuk berlian A yang terbuat dari bentuk segitiga tanpa kait apapun di setiap sisinya. Secara singkat, nama font Avenir itu sendiri diambil dari bahasa Italia, yang berarti di jalan yang benar. Trans 7 menggunakan font ini sebagai logo mereka dengan harapan agar tayangan yang disajikan oleh Trans 7 maupun Trans

TV merupakan tayangan yang berkualitas dan dapat memberikan pengetahuan yang positif pada masyarakat Indonesia.

V. SIMPULAN

1. Perkembangan komik di Indonesia telah dimulai dari tahun 1930 dengan hadirnya karya-karya komikus Kho Wang Gie dalam format komik strip pada surat kabar Sin po. Pada dekade tahun 1950-1960 komik mulai hadir dengan format buku yang dipopulerkan oleh komik Sri Asih yang pertama kali terbit pada 1953.
2. Indonesia adalah tempat percampuran budaya, mulai dari peradaban Hindu-Budha, peradaban Islam, peradaban Cina, peradaban Barat, dan lainnya yang berakulturasi dengan kearifan lokal asli Indonesia sehingga menghasilkan kebudayaan yang heterogen. Komik adalah salah satu contoh produk kreatif dari hasil akulturasi kebudayaan di Indonesia. Karena merupakan salah satu produk akulturasi budaya, maka komik di Indonesia memiliki kecenderungan terpengaruh oleh budaya asing, terkhusus komik asing.
3. Pengaruh pada awal kemunculan komik di Indonesia nampak sangat dominan hadir dari komik Amerika, terutama dengan format komik strip setidaknya hingga dekade 1970-an. Pengaruh komik strip Amerika ini nampak pada banyaknya komik generasi awal yang memiliki format dua (2) panel saja layaknya komik strip Amerika kala itu.
4. Pengaruh besar yang muncul pada dua (2) hingga tiga (3) dekade ke belakang pada perkembangan komik Indonesia hadir dari komik Jepang atau manga. Komik Jepang yang hadir beruntut dengan serial animasinya pada dekade tahun 1980-an berhasil menjadi sebuah komoditi utama yang mengalahkan komik lokal dalam industri komik di Indonesia. Walau kecenderungan tingkat keterpengaruhan tidak sampai mengacu langsung secara spesifik pada suatu judul komik tertentu, kehadiran manga sangat mempengaruhi gaya gambar komikus generasi baru. Selain karena tuntutan pasar, visualisasi dengan gaya gambar khas manga pada komik Indonesia diindikasikan adalah buah dari sempat mati surinya komik Indonesia, dan menjadikan manga sebagai satu-satunya referensi utama komikus generasi baru.
5. Pengaruh pada perkembangan komik di Indonesia juga hadir dari komik asing lainnya seperti komik Eropa dan komik Malaysia. Dampak pengaruh komik asing lainnya ini amat beragam, pengaruh dapat ditemukan pada segi format teknis komik, konsep dasar

Pengaruh komik Amerika juga sangat dirasakan dari kesamaan genre, konsep dasar cerita, dan penokohan dengan komik-komik di Indonesia pada generasi awal. Pengaruh paling mencolok terlihat pada komik-komik *superhero* yang terlihat sangat terpengaruh dan merujuk langsung secara spesifik dengan judul komik yang dijadikan acuannya.

cerita, hingga gaya gambar.

6. Pengaruh pada komik Indonesia juga tidak selalu berasal dari komik, ditemukan pula fragmen-fragmen seni lainnya yang turut mempengaruhi perkembangan komik Indonesia seperti seni pertunjukkan, perfilman, dan beladiri.
7. Terdapat pula komik yang diindikasikan sebagai komik asli Indonesia, pengindikasikan ini dikarenakan komik-komik ini tidak terpengaruh komik asing secara langsung. Baik dari segi gambar dan teknis komik lainnya komik ini tidak mengacu suatu pola dari komik asing tertentu. Komik yang diindikasikan komik asli Indonesia ini kerap mengangkat cerita yang penuh nilai-nilai budaya dan tradisi khas Indonesia. Komik asli Indonesia ini bisa dilihat pada komik-komik dengan genre komik wayang, komik legenda, dan komik silat.
8. Gaya gambar asli Indonesia amatlah sukar untuk diseragamkan karena begitu heterogennya gaya gambar dalam komik Indonesia. Penekanan gaya gambar komik lebih menjurus pada gaya gambar personal masing-masing komikus yang memiliki kekhasannya masing-masing. Visualisasi asli komik Indonesia lebih dapat diindikasikan dengan tampilan latar dan penceritaan komik yang mencirikan nilai-nilai dan semangat keindonesiaan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ambrose, Gavin & Harris, Paul, 2009. *The Fundamentals of Graphic Design*, London: AVA Publishing.
- Arntson, Amy E, 2012, *Graphic Design Basics*, Belmont: Thomson Wadsworth.
- Braha, Yael & Byrne, Bill, 2011, *Creative Motion Graphic Titling for Film, Video, and The Web*, Oxford, Elsevier Inc.
- Departemen Pendidikan Nasional, 2002, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi Ketiga, Jakarta: Balai Pustaka.
- Holland, Patricia, 2000, *Television Handbook Media Practice 2nd Ed*, New York: Taylor & Francis Routledge.
- Krasner, Jon, 2008, *Motion Graphic Design Applied History and Aesthetic*, Oxford: Elsevier Inc.
- Landa, Robin, 2011, *Graphic Design Solutions*, Boston: Wadsworth Cengage Learning.
- Manu, Ir. Agus Iqbal, 1995, *Dasar-dasar Perencanaan Jembatan Beton Bertulang*, Jakarta: PT. Medisa.
- McCormac, Jack, 2003, *Desain Beton Bertulang*, Jilid 1, Edisi Kelima, Terjemahan: Sumargo, Jakarta: PT. Penerbit Erlangga Mahameru.
- Morioka, Adam, 2004, *Logo Design Workbook*, Massachusetts: Rockport Publisher, Inc.
- Rustan, Surianto, 2010, *Font & Tipografi*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

- , 2009, *Mendesain Logo*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Strizver, Ilene, 2006, *Type Rules! The Designer's Guide to Professional Typography*, United States of America: John Wiley & Sons, Inc.
- Taylor, Angie, 2011, *Design Essentials for The Motion Media Artist*, Oxford: Elsevier Inc.
- Tim Penyusun Departemen Pekerjaan Umum Pusat Komunikasi Publik, 2008, *Kamus Istilah Bidang Pekerjaan Umum*, Jakarta: Departemen Pekerjaan Umum Pusat Komunikasi Publik.
- Yulianti, Ana, 2008, *Bekerja sebagai Desainer Grafis*, Jakarta: Erlangga.
- Situs**
- Friedman, Hershel, 2014, *The Precious Gemstone Diamond*, dalam http://www.minerals.net/gemstone/diamond_gemstone.aspx, diakses pada 14 Oktober 2014.
- Friedman, Hershel, 2014, *The Precious Gemstone Sapphire*, dalam http://www.minerals.net/gemstone/sapphire_gemstone.aspx, diakses pada 14 Oktober 2014.
- Laras, 2012, *10 Jembatan Terpanjang di Indonesia*, dalam <http://www.tourismnews.co.id/catagory/tourism-news/10-jembatan-Terpanjang-di-Indonesia>, diakses pada 13 Oktober 2014.
- Trans 7, 2014, *Profil Perusahaan*, dalam <http://www.trans7.co.id/?halaman=artikel&id=37>, diakses pada 24 Juni 2014
- , 2014, *Visi dan Misi*, dalam <http://www.trans7.co.id/?halaman=artikel&id=38>, diakses pada 24 Juni 2014
- , 2014, *Arti dan Logo*, dalam <http://www.trans7.co.id/?halaman=artikel&id=39>, diakses pada 24 Juni 2014
- Trans Media Karir, 2014, *Sekilas Trans Media*, dalam <http://www.karir.transmedia.id/index.php/welcome/sekilas>, diakses pada 5 Oktober 2015
- Trans TV, 2014, *Coporate Overview*, dalam <http://www.transtv.co.id/index.php/about>, diakses pada 5 Oktober 2015
- Wikipedia, 2014, *Global TV*, dalam http://www.id.wikipedia.org/wiki/Global_TV, diakses pada 5 Oktober 2015
- , 2014, *Media Nusantara Citra*, dalam http://www.id.wikipedia.org/wiki/Media_Nusantara_Citra, diakses pada 5 Oktober 2015
- , 2014, *RCTI*, dalam <http://www.id.wikipedia.org/wiki/RCTI>, diakses pada 5 Oktober 2015
- , 2014, *Trans Corp*, dalam http://www.id.wikipedia.org/wiki/Trans_Corp, diakses pada 5 Oktober 2015