

LITERASI VISUAL UNTUK MENGIDENTIFIKASI PERSEPSI VISUAL IDENTITAS VISUAL KEBUDAYAAN SULAWESI SELATAN BERBASIS DATA *SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (S.E.O)*

Karta Jayadi
karta.jayadi@unm.ac.id

Dian Cahyadi
dian.cahyadi@unm.ac.id

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi masyarakat di luar komunitas kebudayaan Sulawesi Selatan yang ditransmisikan melalui pesan-pesan literasi visual. Sehingga diperoleh beberapa acuan yang referal untuk digunakan dalam merumuskan kode visual dalam merancang identitas visual bagi Sulawesi Selatan dan kabupaten / kota dalam lingkupnya. Perumusan identitas visual menggunakan basis data Search Engine Optimization (S.E.O). Kebudayaan di Sulawesi Selatan yang terbentuk kemudian menjadi referensi bagi seseorang untuk memberikan penilaian terhadap karakter, kekhasan, tradisi, norma, tata nilai, dan pola kehidupan dalam membuat penilaian persepsional terhadap apa yang dilihatnya. Media sosial memiliki konten visual, bunyi dan gerak yang memiliki jangkauan dan efektifitas dalam membentuk asosiasi terhadap persepsi kebudayaan Sulawesi Selatan sebab jangkauannya yang luas dan kecepatan dalam memberikan dan membentuk impuls persepsi. Literasi visual adalah seperangkat kemampuan yang memungkinkan individu untuk secara efektif menemukan, menafsirkan, mengevaluasi, menggunakan, dan membuat gambar dan media visual.

Kata kunci: Literasi visual, persepsi visual, identitas visual, Kebudayaan, Sulawesi Selatan

1. PENDAHULUAN

Memahami sebuah kebudayaan dibutuhkan perangkat-perangkat pengetahuan yang digunakan sebagai perangkat analisis kajian kebudayaan (Cultural Studies Tools) yang bertujuan agar persepsi terhadap suatu kebudayaan dapat disingkat/diungkapkan dengan baik. Salah satunya adalah kemampuan literasi visual. Literasi Visual memungkinkan individu untuk secara efektif berkemampuan menemukan, menafsirkan, mengevaluasi, menggunakan, dan membuat gambar dan media visual terkait suatu kebudayaan. Khususnya pada kebudayaan Sulawesi Selatan yang sangat bersifat semiotis dalam praktik kebudayaannya. Sebagaimana halnya dengan kebudayaan Jawa yang sarat pemaknaan, begitu pula dengan kebudayaan di Sulawesi Selatan. Dimana individu-individu sangat peka dan memiliki kemampuan literasi tidak hanya secara tekstual tetapi juga visual. Sehingga untuk memahami

konsep budaya kita perlu berpikir lebih luas dan holistik.

Seorang individu yang melek visual adalah seorang yang memiliki kemampuan berliterasi visual yang kritis dan juga merupakan kontributor yang kompeten untuk memahami pengetahuan dan budaya yang luwes dan holistik, khususnya dalam memahami dan mendalami sebuah kebudayaan. Kemampuan ini umumnya dimiliki oleh antropolog dalam upayanya mendalami selak-beluk suatu kebudayaan yang menjadi fokusnya. Berkemampuan merekam obyek-obyek visual beserta semiotika obyek budaya. Sebagaimana Taylor mendefinisikan kebudayaan yang baginya adalah keseluruhan kompleks yang mencakup pengetahuan, kepercayaan, seni, hukum, moral, adat, dan kemampuan serta kebiasaan lain yang diperoleh

manusia sebagai anggota masyarakat. (Tylor, 1920, hal. 1)

Layaknya sebuah tradisi, maka secara turun temurun, kemampuan literasi visual masyarakat Bugis-Makassar (baca: Sulawesi Selatan) tidak diragukan lagi dan hal-hal ini akan menjadi pegangan serta pedoman. Bila mana pada suatu generasi penafsirannya meleset, maka akan berdampak ke generasi berikutnya. Jika terjadi disintegrasi terhadap penafsiran *Siri' na Pacce* ini, maka tentunya akan berdampak kepada kelanjutan eksistensi falsafah kepada generasi yang akan datang, inilah yang menjadi salah satu kekhawatiran banyak pihak termasuk saya pribadi sehingga harus di luruskan agar kedepannya ini tetap bisa menjadi pedoman, pegangan serta ciri khas masyarakat Bugis-Makassar kedepannya. (Cahyadi, 2010) Kemampuan literasi visual masyarakat Bugis – Makassar terkait pengetahuan tanda – penanda – pertanda, sebagaimana lahirnya banyak pewarisan pengetahuan yang dilatari pemahaman konsepsional sarat pemaknaan (hermeneutika).

Konsepsi *Siri' na Pesse* salah satu bentuk pewarisan yang sangat filosofis dengan kekayaan makna terkait kepiawaiannya manusia Bugis Makassar dalam bersemiotika dan bersemantika dan senantiasa diwarnai dengan kecermatan serta kearifan dalam menyimpulkan. Menjadi modal sikap manusia Bugis Makassar dalam membangun hegemoni dan entitasnya di manapun mereka terkait uraian memaknai situasi dan kondisi. Kemudian ini menjadi gambaran kemampuan entitas manusia Bugis Makassar dalam bernalar terkait dalam suatu tindakan (*action*) dan pengaruhnya (*influence*) dalam setiap pengambilan keputusan. Keyakinan akan ketutamaan dalam kecermatan dan kearifan dalam memilah setiap situasi/perkara terkait pengambilan keputusan adalah yang dominan melatar dalam falsafah *Siri' na Pesse* manusia Bugis Makassar. (Cahyadi, 2010) Termasuk filosofi dasar pembentuk falsafah tersebut yakni konsepsi '*Sulapa Eppa*' sangat kaya filosofi yang bersifat simbolik yang pengetahuan pemaknaan simboliknya hanya

dapat diketahui dengan kemampuan literasi visual.

Pada era digital saat ini, dimana pesan visual mendominasi jagad media maya sebab kemudahan pesan visual terliterasi dengan mudah untuk dipersepsi. Oleh sebab itu literasi visual merupakan kemampuan yang harus dimiliki oleh setiap orang untuk dapat memahami dengan utuh segala bentuk pesan visual yang ditransmisikan dalam jagad media dan di lingkungan sekitar kita. Literasi visual adalah kemampuan setiap orang untuk dapat membaca – menganalisis – memahami tanda visual baik itu simbol, gambar, warna, diagram, dan pengorganisasian strukturnya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi masyarakat di luar komunitas kebudayaan Sulawesi Selatan yang ditransmisikan melalui pesan-pesan literasi visual. Sehingga diperoleh beberapa acuan yang referal untuk digunakan dalam merumuskan kode visual dalam merancang identitas visual bagi Sulawesi Selatan dan kabupaten / kota dalam lingkungannya.

2. METODE

Berdasarkan uraian di atas maka pendekatan kualitatif diharapkan memberikan kesempatan untuk mengkaji peran literasi visual sebagai jembatan pemahaman terhadap persepsi visual masyarakat Sulawesi Selatan terhadap kebudayaannya sendiri dan orang diluar komunitas Kebudayaan Sulawesi Selatan. Sehingga diperoleh delinasi visual yang dapat digunakan dalam mempersepsikan citra visual kebudayaan di Sulawesi Selatan dan dalam lingkungannya.

Metode identifikasi visual menggunakan teknik identifikasi digital berbasis *Search Engine Optimization* (SEO) di mesin pencari digital 'Google'. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi kategori-kategori terkait obyek kajian. Optimisasi mesin pencari atau Search Engine Optimization, biasa disingkat "SEO" adalah serangkaian proses yang dilakukan secara sistematis yang bertujuan untuk meningkatkan volume dan kualitas trafik kunjungan melalui mesin pencari

menuju situs web tertentu dengan memanfaatkan mekanisme kerja atau algoritma mesin pencari tersebut. Mekanisme mesin pencari yang dimaksud adalah crawling, indexing, dan ranking. Tujuan dari SEO adalah menempatkan sebuah situs web pada posisi teratas, atau setidaknya halaman pertama hasil pencarian berdasarkan kata kunci tertentu yang ditargetkan. Secara logis, situs web yang menempati posisi teratas pada hasil pencarian memiliki peluang lebih besar untuk mendapatkan pengunjung. (Wikipedia Indonesia, 2021)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Literasi Visual

Literasi digunakan untuk menciptakan dan menafsirkan makna berdasarkan situasi sosial, sejarah, dan budaya melalui teks. (Kern, 2000, hal. 16) Literasi memerlukan kesadaran tentang hubungan antara konvensi tekstual dan konteks, kemudian kesadaran tersebut merefleksikan secara kritis hubungan keduanya. Sedangkan menurut KBBI, visual dapat diartikan sebagai sesuatu yang dilihat dengan indra penglihat (mata) atau berdasarkan penglihatan. Literasi visual atau dalam bahasa Inggris disebut visual literacy dan biasa disingkat VL. Orland-Barak dan Maskit (2017) memberikan pengertian bahwa Literasi visual adalah kemampuan untuk menafsirkan, bernegosiasi, dan membuat makna dari informasi yang disajikan dalam bentuk gambar, memperluas arti literasi yang umumnya menandakan interpretasi dari teks tertulis atau cetak. (Muhaemin & Yunus, 2020).

Literasi visual dimulai dengan kesadaran visual bahwa banyak informasi bisa diturunkan dari setiap bentuk visual yang ada (Curtiss, 1987). Gambar-gambar seperti ilustrasi, foto, infografis dan multimedia sering digunakan dengan menyisipkan teks untuk memperkuat makna. Maria Avgerinou (2016) membagi komponen literasi visual dalam bentuk diagram dengan bagian persepsi visual (*visual perception*), bahasa visual (*visual language*), pembelajaran visual (*visual learning*), pemikiran visual (*visual thinking*), dan

komunikasi visual (*visual communication*). (Muhaemin & Yunus, 2020)

3.2 Persepsi Visual

Proses Pembentukan Persepsi merupakan sebuah serangkaian proses aktif. Persepsi terbentuk dari tiga tahap pokok menurut Wood dan Mulyana, yaitu: (Desvianto, 2013):

1. Stimulasi atau Seleksi Stimulasi adalah datangnya sebuah sensasi. Sensasi adalah tahap paling awal dalam penerimaan informasi (Mulyana, 2002, hal. 59). Sensasi yang menstimulus menimbulkan atensi atau perhatian. Pemberian perhatian/atensi itulah yang disebut dari bagian ini. Pemberian perhatian/atensi tersebut melibatkan seluruh alam sadar (DeVito, 2007, hal. 81). Tahap pertama dari persepsi tidak berhenti sampai stimulasi. Namun berlanjut pada yang namanya seleksi. Peserta komunikasi akan menyeleksi mana saja stimulasi yang layak masuk ke tahap berikutnya. Hal ini disebabkan keterbatasan manusia yang tidak mungkin memberi atensi kepada semua hal yang ada dilingkungannya, stimulus yang dianggapnya relevan yang akan mereka berikan perhatian/atensi untuk masuk ke tahap selanjutnya (Wood, 2007, hal. 74).
2. Pengelompokan (*Organization*) Informasi-informasi diseleksi untuk dicerna, kemudian informasi-informasi diorganisasikan berdasarkan kebutuhan. Pengelompokan informasi yang ada didasarkan pada pemahaman yang dimiliki tersebut disebut dengan Skemata Kognitif, yang terdiri atas : a) *Prototypes*, yaitu representasi yang paling mendekati dengan kategori pesan tersebut; b) *Personal Construct*, yaitu tolak ukur yang ada di benak seseorang mengenai penilaian dua sisi sebuah situasi; c) *Stereotype*, yaitu generalisasi prediktif tentang sebuah

situasi berdasarkan kategori dimana kita berada; d) *Script*, yaitu panduan/perencanaan yang ada di benak kita untuk bagaimana kita bersikap. (Wood, 2007, hal. 75-79); d. *Stereotypes*, merupakan generalisasi yang dimiliki seseorang terhadap suatu hal.

3. Interpretasi-Evaluasi Proses selanjutnya adalah penginterpretasian dan evaluasi. Pada tahap ini terjadi pembentukan kesimpulan dan bersifat sangat subjektif dan dipengaruhi berbagai faktor yang bersifat personal (DeVito, 2006, hal. 60). Joseph DeVito menambahkan dua proses setelah interpretasi, yaitu proses penyimpanan (*memorizing*) dan mengingat kembali (*recall*).
4. Penyimpanan (*Memorizing*) Hasil interpretasi dan evaluasi yang telah dilakukan sebelumnya akan disimpan ke dalam memori. Sehingga pada suatu saat mereka dapat memakai kembali interpretasi tersebut di waktu mendatang (DeVito, 2007, hal. 83)
5. Mengingat Kembali (*Recall*) Suatu saat mungkin seseorang memerlukan kembali interpretasi yang pernah ia lakukan sebelumnya. Pada tahap ini hasil interpretasi tersebut menjadi perbendaharaan baru baginya dan menjadi sumber referensi Skemata Kognitif yang baru. Proses recall ini yang meyakinkan bahwa informasi yang ia dapatkan terproses dengan baik dan dapat ia jadikan skemata baru dalam pemikirannya (DeVito, 2007, hal. 84).

3.3 Identitas Visual

Identitas visual adalah semua citra dan informasi grafis yang mengekspresikan siapa merek itu dan membedakannya dari yang lain. Dengan kata lain, ini menggambarkan segala sesuatu yang dapat dilihat secara fisik yang mencitrakan suatu obyek (misalnya identitas produk/merek/seseorang tokoh). Identitas

visual adalah bagaimana sebuah obyek membentuk persepsi dan menciptakan kesan melalui elemen-elemen yang terlihat dari citra fisik obyek tersebut. Gambar adalah bentuk komunikasi yang kuat, khususnya karena mereka tidak berkomunikasi dengan kata-kata. Mereka berbicara pada tingkat dasar, emosional dan dengan demikian lebih persuasif. Tetapi dengan kekuatan komunikasi yang besar, datanglah tanggung jawab yang besar: dibutuhkan kehati-hatian agar tidak mengirimkan pesan/citra diri yang salah. Untuk memastikan visual suatu obyek berkomunikasi sebagaimana mestinya, maka obek tersebut mesti memiliki elemen dan unsur visual yang mampu mendeskripsikan obyek tersebut secara visual. (Levanier, 2020)

Identitas visual adalah kumpulan dari berbagai elemen dan unsur pembentuk wujud visual suatu obyek yang dimaksudkan. Kemudian ketika sebuah obyek ditera rupa bentuk beserta kekhasan ciri yang dimiliki obyek tersebut sehingga obyek tersebut memiliki identitas dan gagasan identitas wujudnya terkonfirmasi merujuk kepada obyek tersebut. Misalnya, sebuah buah-buahan memiliki bentuk bulat lonjong, besarnya seperti kepala manusia, pada bagian permukaan luar memiliki banyak limas-limas kecil keras berujung lancip dan runcing menyerupai duri, memiliki aroma menyengat, maka obyek yang memiliki ciri identifikasi seperti itu teridentifikasi sebagai buah bernama 'Durian'. Demikian identitas visual diwujudkan, terwujud, dan terkonfirmasi identitas wujudnya, sehingga oleh awan dikenali dengan mudah berdasarkan referensi identitas visual yang dimiliki oleh awam. Inilah wujud proses identifikasi visual.

Identifikasi visual adalah bagian dari bahasa visual (tampilan dan rasa), yang berkomunikasi dengan penerima melalui persepsi empiris dan sensual dan didefinisikan sebagai warna, bentuk, gambar, tipografi, komposisi dan gerakan. (Wrona, 2015) Di sini bagaimana sebuah identitas visual yang kuat sangat memerlukan elemen dan unsur identifikasi visual agar identitas visual mudah

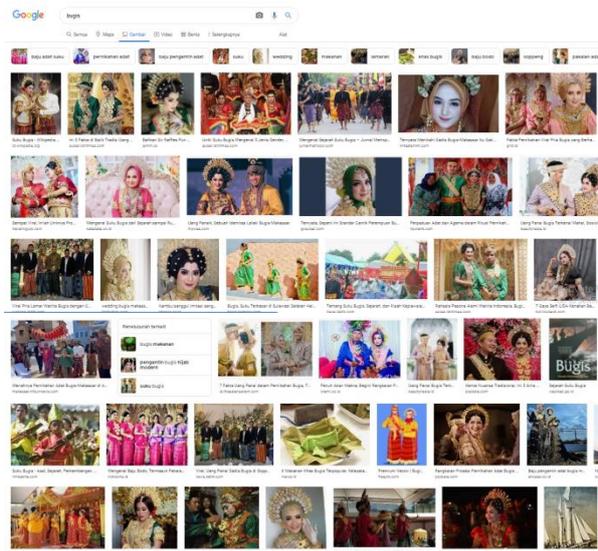
teridentifikasi sebagai referensi obyek untuk diketahui dan dikenal dengan baik oleh orang banyak.

4. PEMBAHASAN

4.1 Literasi Visual

4.1.1 Literasi Visual “Bugis”

Jika mengetikkan kata kunci kata pencarian “bugis” di mesin pencari (*search engine*) “Google” maka akan diberikan tampilan visual seperti pada gambar berikut.



Gambar 1. Tampilan visual terkait “Bugis” di situs pencari ‘Google’

Diambil pada 5/11/2021 – 16:51 wita.

Pada halaman situs pencari ‘Google’ akan memberikan hasil pencarian sebanyak 920 situs dengan tawaran penacarian lanjutan kata kunci pencarian lanjutan “Bugis” sebanyak 12 tautan, yakni: baju adat suku, pernikahan adat, baju pengantin adat, suku, wedding, makanan, lamaran, khas Bugis, baju Bodo, Soppeng, pakaian adat, masakan. Kategori-kategori tersebut muncul didasarkan oleh banyaknya ‘hit’(mekanisme SEO) yang dilakukan oleh orang-orang dalam melakukan pencarian yang terkait langsung dengan *key word* “Bugis”. Sehingga citra tentang “Bugis” yang paling banyak muncul didominasi oleh visualisasi ‘pakaian adat Bugis’. Dengan demikian imej/citra ‘Bugis’ adalah identik dengan visualisasi ‘pakaian adat’ sebagaimana terlihat pada gambar berikut ini.



Gambar 2. 12 referensi tautan untuk *keyword* “Bugis” di situs pencari Google dan 4 kategori tautan pencarian teratasnya.

Diambil pada 5/11/2021 – 16:51 wita.

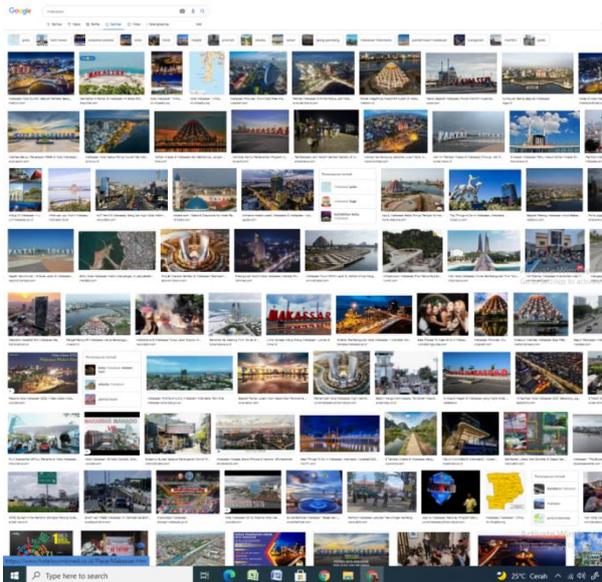
Pada gambar 2, memberikan penjelasan bahwa terdapat 12 tautan ‘sesuatu hal yang paling banyak ingin diketahui oleh orang dengan *key word* kata/kalimat yang paling sering diketikkan yang dikaitkan dengan kata “Bugis” yang dihasilkan dari situs mesin pencari Google (search engine), yakni; 1) baju adat suku [Bugis], 2) pernikahan adat [Bugis], 3) baju pengantin adat [Bugis], 4) suku [Bugis], 5) *wedding* [Bugis], 6) makanan [Bugis], 7) lamaran [Bugis], 8) khas Bugis [Bugis], 9) baju Bodo [Bugis], 10) Soppeng [Bugis], 11) pakaian adat [Bugis], 12) masakan [Bugis]. Dari ke-12 tautan tersebut kemudian dikelompokkan dengan kesamaan – kemiripan pengertian, sehingga dimunculkan kategori hal-hal yang paling ingin diketahui oleh orang, yakni:

- 1) pakaian khas adat Bugis,
- 2) ritual pernikahan Bugis,
- 3) makanan dan masakan khas Bugis, dan
- 4) Soppeng mewakili kategori kewilayahan administrasi kelompok etnis Bugis.

Kesimpulan terkait etnis ‘Bugis’ yang paling dipersepsi dan ingin diketahui dari kebudayaan Bugis oleh banyak orang secara digital adalah yang memiliki keterkaitan dengan pakaian adat khas Bugis.

3.1.2 Literasi Visual “Makassar”

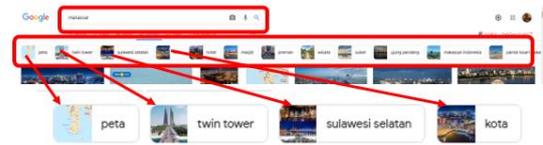
Jika mengetikkan kata kunci kata pencarian “makassar” di mesin pencari (*search engine*) “Google” maka akan diberikan tampilan visual seperti pada gambar berikut.



Gambar 3. Tampilan visual terkait “Makassar” di situs pencari ‘Google’
Diambil pada 5/11/2021 – 20:51 wita.

Pada halaman situs pencari ‘Google’ akan memberikan hasil pencarian sebanyak 1.058 situs dengan tawaran penacarian lanjutan kata kunci pencarian lanjutan “Makassar” sebanyak 15 referensi tautan, yakni: peta, twin tower, sulawesi selatan, kota, hotel, mesjid, preman, wisata, sulsel, ujung pandang, makassar indonesia, pantai losari makassar, bangunan, maritim, psbb. Referensi-referensi tautan tersebut muncul didasarkan oleh banyaknya ‘hit’(mekanisme SEO) yang dilakukan oleh orang-orang dalam melakukan pencarian yang terkait langsung dengan *key word* “Makassar”. Sehingga citra tentang “Makassar” yang paling banyak muncul didominasi oleh visualisasi ‘bangunan-bangun disekitar kawasan Pantai Losari, meski ‘hit’ paling sering ingin diketahui adalah ‘peta’. Dengan demikian imej/citra ‘Makassar’ adalah identik dengan visualisasi ‘Makassar sebagai ibukota Sulawesi Selatan’ sebagaimana terlihat pada gambar 3. Ada hal menarik dari hasil ini, yakni kemunculan rencana pembangunan ‘Twin Tower’ yang masih merupakan rencana pembangunan gedung kantor Gubernur Provinsi Sulawesi Selatan menjadi referensi tautan kedua yang paling ingin diketahui dan

kata kunci ‘preman’ yang berada pada urutan ke-7.



Gambar 4. 15 referensi tautan untuk *keyword* “Makassar” di situs pencari Google dan 4 kategori tautan pencarian teratasnya.
Diambil pada 5/11/2021 – 16:51 wita.

Pada gambar 4, memberikan penjelasan bahwa terdapat 15 referensi tautan ‘sesuatu hal’ yang paling banyak ingin diketahui oleh orang dengan *key word* kata/kalimat yang paling sering diketikkan yang dikaitkan dengan kata “Makassar” yang dihasilkan dari situs mesin pencari Google (search engine), yakni; 1) peta [Makassar], 2) twin tower [Makassar], 3) sulawesi selatan [Makassar], 4) kota [Makassar], 5) hotel [Makassar], 6) mesjid [Makassar], 7) preman [Makassar], 8) wisata [Makassar], 9) sulsel [Makassar], 10) ujung pandang [Makassar], 11) makassar indonesia [Makassar], 12) pantai losari makassar [Makassar], 13) bangunan [Makassar], 14) maritim [Makassar], 15) psbb [Makassar]. Dari ke-15 referensi tautan tersebut kemudian dikelompokkan dengan kesamaan – kemiripan pengertian, sehingga dimunculkan kategori hal-hal yang paling ingin diketahui oleh orang, yakni:

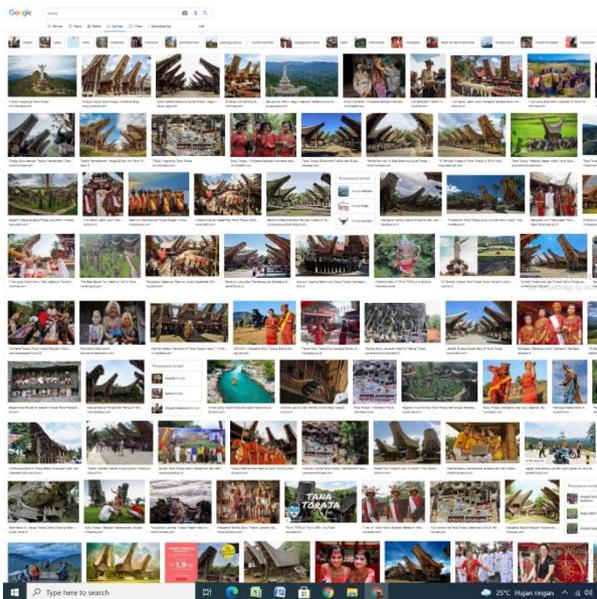
- 1) letak geografis kota Makassar sebagai ibukota provinsi Sulawesi Selatan,
- 2) bangunan dan gedung ikonik,
- 3) Pantai Losari Makassar (anjungan),
- 4) hotel-hotel dan tempat wisata di kota Makassar,
- 5) preman adalah variabel identikal dengan kata kunci ‘makassar’ yang masih muncul sebagai referensi tautan yang dipertimbangkan oleh orang-orang di luar Sulawesi Selatan.

Kesimpulan terkait etnis ‘Makassar’ yang paling dipersepsi dan ingin diketahui dari

kebudayaan Makassar oleh banyak orang secara digital adalah yang memiliki keterkaitan dengan letak Makassar sebagai ibukota Provinsi Sulawesi Selatan. Ini dapat dimaknai bahwa variabel Makassar sebagai etnik diwakili dengan identitas Kota Makassar.

3.1.3 Literasi Visual Toraja

Jika mengetikkan kata kunci kata pencarian “toraja” di mesin pencari (*search engine*) “Google” maka akan diberikan tampilan visual seperti pada gambar berikut.



Gambar 5. Tampilan visual terkait “Toraja” di situs pencari ‘Google’

Diambil pada 5/11/2021 – 21:53 wita.

Pada halaman situs pencari ‘Google’ akan memberikan hasil pencarian sebanyak 913 situs dengan tawaran penacarian lanjutan kata kunci pencarian lanjutan “Toraja” sebanyak 15 referensi tautan, yakni: mayat, suku, tana (letak geografis/peta), Sulawesi, kuburan, pemakaman, patung Yesus, Buntu Burake, Kabupaten Tana, adat, Indonesia, Rantepao, adat Toraja Indonesia, Toraja Utara, mayat berjalan, Makassar. Referensi-referensi tautan tersebut muncul didasarkan oleh banyaknya ‘hit’(mekanisme SEO) yang dilakukan oleh orang-orang dalam melakukan pencarian yang terkait langsung dengan *key word* “Toraja”. Sehingga citra tentang “Toraja” yang paling

banyak muncul didominasi identifikasi pada ritual ‘Rambu Solo’ (identik: mayat-kuburan-pemakaman). Dengan demikian imej/citra ‘Toraja’ adalah identik dengan kata “Rambu Solo” (baca: sajian obyek wisata unggulan di Kabupaten Toraja Utara, namun secara visual pada SEO – Google masih didominasi dengan tampilan Tongkonan sebagai identitas terkuat “Toraja”, sebagaimana terlihat pada gambar 5.



Gambar 6. 15 referensi tautan untuk *key word* “Toraja” di situs pencari Google dan 4 kategori tautan pencarian teratasnya. Diambil pada 5/11/2021 – 21:53 wita.

Pada gambar 6, memberikan penjelasan bahwa terdapat 15 referensi tautan ‘sesuatu hal’ yang paling banyak ingin diketahui oleh orang dengan *key word* kata/kalimat yang paling sering diketikkan yang dikaitkan dengan kata “Toraja” yang dihasilkan dari situs mesin pencari Google (*search engine*), yakni; mayat [Toraja], suku [Toraja], tana [Toraja] (letak geografis/peta), Sulawesi [Toraja], kuburan [Toraja], pemakaman [Toraja], patung Yesus [Toraja], Buntu Burake [Toraja], Kabupaten Tana [Toraja], adat [Toraja], Indonesia [Toraja], Rantepao [Toraja], adat Toraja Indonesia [Toraja], Toraja Utara [Toraja], mayat berjalan [Toraja], Makassar [Toraja]. Dari ke-15 referensi tautan tersebut kemudian dikelompokkan dengan kesamaan – kemiripan pengertian, sehingga dimunculkan kategori hal-hal yang paling ingin diketahui oleh orang, yakni:

- 1) Sajian wisata ritual ‘Rambu Solo: (mayat-kuburan-pemakaman)
- 2) Pengetahuan tentang suku Toraja beserta Adat istiadat Suku Toraja – Sulawesi (ikon kebudayaan di Indonesia),
- 3) Obyek wisata Patung Yesus di Buntu Burake,

Kesimpulan terkait etnis ‘Toraja’ yang paling dipersepsi dan ingin diketahui dari kebudayaan Toraja oleh banyak orang secara digital adalah yang memiliki keterkaitan dengan sajian obyek wisata ritual pemakaman yang terkenal yakni “*Rambu Solo*” masih menjadi program wisata andalan yang masih menjadi minat bagi para wisatawan.

4.2 Persepsi Visual

4.2.1 Persepsi Visual “Bugis”

1. Visual

Merujuk pada hasil identifikasi variabel ‘Bugis’ menggunakan metode identifikasi dengan teknik SEO – Google, maka persepsi visual terhadap identitas ‘Bugis’ yang sangat memiliki potensi dan kekuatan persepsi diwujudkan dengan menggunakan imej-chart dengan variabel “Baju Adat Suku Bugis” – “Adat Pernikahan Suku Bugis”



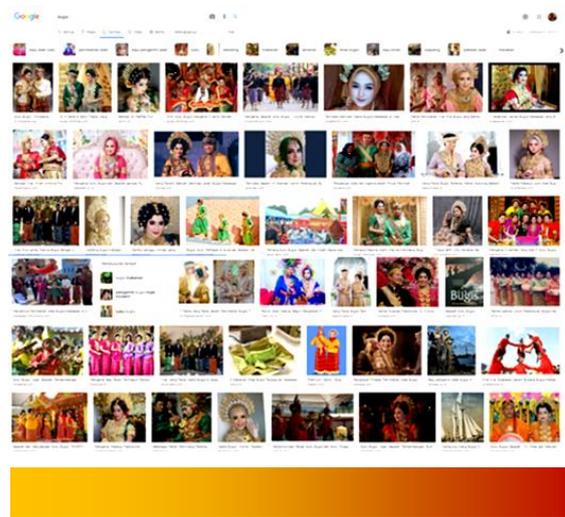
Gambar 7. Baju adat Bugis (laki-laki pakai *songkok pammiring*) – Baju adat pengantin Bugis (laki-laki pakai *Sigara Sinto*) –

Kemegahan *Lamming* Pengantin Bugis (kanan)

Sumber foto: <https://www.orami.co.id/> (kiri),
<https://www.celebes.co/> (tengah),
<https://thebridedept.com/> (kanan)

2. Warna

Didasarkan pada kumpulan imej-board pada tampilan foto-foto pada gambar 1, maka diperoleh gradasi warna ‘kuning’ - jingga - ‘merah’ yang menjadi identitas warna untuk variabel ‘bugis’ pada SEO- Google, sebagaimana terlihat pada gambar dibawah ini.



Gambar 8. *Image-color* identikal dengan citra etnis Bugis – gradasi kuning emas ke merah.

Merujuk pada identitas warna yang dimunculkan yakni gradasi kuning (*maridi*) ke merah tua (*nyila*), jika dikaitkan dengan kebudayaan Bugis maka warna kuning merupakan simbol kemuliaan oleh sebabnya warna ini umum digunakan oleh kaum bangsawan. Sementara warnan merah tua (*nyila*) merupakan simbol kematangan oleh sebab itu warna merah tua (*nyila*) ini umum digunakan sebagai warna pernyataan kematangan bersikap – atau menjadi representasi warna ideologi terhadap falsafah *ade na pangadereng*. Maka warna merah tua (*nyila*) identik dengan warna *pride Siri na Pesse* atau pernyataan totalitas hidup etnis Bugis (termasuk Makassar dan Toraja)

3.2.2 Persepsi Visual “Makassar”

1. Visual

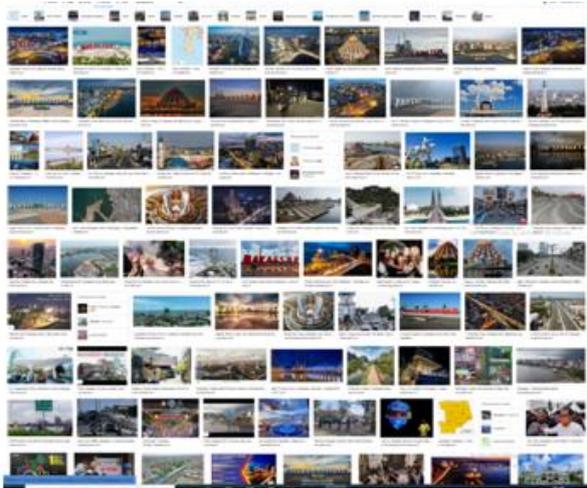
Merujuk pada hasil identifikasi variabel ‘Makassar’ menggunakan metode identifikasi dengan teknik SEO – Google, maka persepsi visual terhadap identitas visual ‘Makassar’ yang sangat memiliki potensi dan kekuatan persepsi diwujudkan dengan menggunakan imej-chart dengan variabel ‘Makassar sebagai ibukota Sulawesi Selatan’ dengan visualisasi bangunan-bangunan di sekitar kawasan Anjungan Pantai Losari – bangunan-bangunan ikonik kota Makassar. Direpresentasikan pada imej berikut di bawah ini.



Gambar 9. Kawasan Anjungan Pantai Losari (atas-kiri), kawasan CPI (Mesjid 99 Kubah)(atas-tengah) – Anjungan Pantai Losari (atas-kanan), Monumen Mandala (kiri-bawah), *Master plan* Twin Tower – CPI (bawah-tengah), Menara Pinisi-UNM (bawah-kanan)
Sumber foto: <https://www.pinisi.co.id/> (atas-kiri), <https://travel.okezone.com/> (atas-tengah), <https://sulawesion.com/> (atas-kanan), <https://makassar.sindonews.com/> (bawah-kiri), <https://ekonomi.bisnis.com/> (bawah-tengah), <https://unsplash.com/> (bawah-kanan)

2. Warna

Didasarkan pada kumpulan imej-board pada tampilan foto-foto pada gambar 3, maka diperoleh gradasi warna ‘biru muda-pastel’ – ‘biru tua-donker’- ‘biru muda-pastel’ yang menjadi identitas warna untuk variabel ‘makassar’ pada SEO - Google, sebagaimana terlihat pada gambar dibawah ini.



Gambar 10. *Image-color* identikal dengan citra etnis Makassar – gradasi biru muda-pastel (*soft-light blue*) ke biru gelap-donker ke biru muda-pastel (*soft-light blue*)

Merujuk pada identitas warna yang dimunculkan yakni gradasi biru muda-pastel (*soft-light blue*) ke biru gelap-donker ke biru muda-pastel (*soft-light blue*), jika dikaitkan dengan kebudayaan Makassar maka tersebut merupakan representasi langit dan laut, merupakan simbol sikap-perilaku (*gau*) yang bermakna seseorang yang memiliki sikap dan perilaku panutan, arif, bijak, oleh sebabnya warna ini umum digunakan oleh kaum bangsawan sebagai ikat pinggang.

3.2.3 Persepsi Visual “Toraja”

1. Visual

Merujuk pada hasil identifikasi variabel ‘Toraja’ menggunakan metode identifikasi dengan teknik SEO – Google, maka persepsi visual terhadap identitas visual ‘Toraja’ yang sangat memiliki potensi dan kekuatan persepsi diwujudkan dengan menggunakan imej-chart dengan variabel ‘Toraja sebagai ikon wisata kebudayaan di Sulawesi Selatan dan Indonesia dengan visualisasi ‘Tongkonan – sesi acara ‘Rambu Solo’’. Direpresentasikan pada imej berikut di bawah ini.

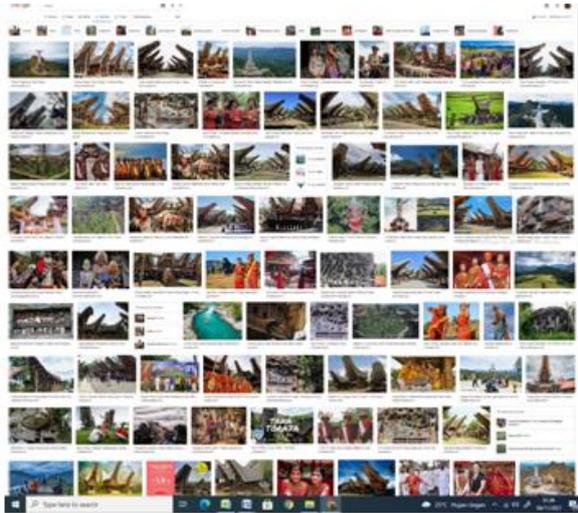


Gambar 11. *Rambu Solo* (kiri), Tongkonan (tengah), patung Yesus di Buntu Burake (kanan)

Sumber foto: <http://solata-sejarahbudaya.blogspot.com/> (kiri), <https://www.atiqohhasan.com/> (tengah), <https://marten28blog.wordpress.com/> (kanan)

2. Warna

Didasarkan pada kumpulan imej-board pada tampilan foto-foto pada gambar 3, maka diperoleh gradasi warna ‘biru muda-pastel’ – ‘biru tua-donker’- ‘biru muda-pastel’ yang menjadi identitas warna untuk variabel ‘makassar’ pada SEO - Google, sebagaimana terlihat pada gambar dibawah ini.



Gambar 11. *Image-color* identikal dengan citra etnis Toraja – gradasi coklat gelap ke kuning emas ke merah tua.

Merujuk pada identitas warna yang dimunculkan yakni gradasi coklat gelap ke kuning emas ke merah tua, jika dikaitkan dengan kebudayaan Toraja maka makna warna coklat tua ke warna kuning tersebut merupakan representasi asal hidup dan sumber hidup simbol limpahan anugerah ilahi, lalu warna kuning ke merah merupakan representasi limpahan anugerah kepada kehidupan simbol warna merah.

3.2.4 Identitas Visual

Berdasarkan pada hasil-hasil literasi visual dan persepsi visual di atas maka diperoleh gambaran identitas visual Bugis, Makassar, dan Toraja sebagai unsur pembentuk identitas visual Sulawesi Selatan dengan hasil sebagai berikut:

- Etnis Bugis: pakaian adat khas Bugis – pernikahan adat Bugis.
- Etnis Makassar: Anjungan Pantai Losari – bangunan ikonik di kota Makassar
- Etnis Toraja: ‘*Rambu Solo*’ – patung Yesus di Buntu Burake

Merujuk pada hasil di atas kemudian diterjemahkan kepada wujud visual sebagai dasar pengembangan bentuk pada upaya

membangun dan membentuk imej/visual branding, sebagai berikut:

ETNIS	IDENTITAS VISUAL/REFERENSI	IKON/INDEKS	LOGO/MASKOT (IDENTITAS BRANDING)
Bugis	 <p>Sumber: https://www.orami.co.id/</p>  <p>Sumber: https://www.celebes.co/</p>	 <p>Sumber: https://play-board.co/en/channel/UCklo-pqZdKaNM56CApX6uQ/about</p>  <p>Sumber: https://rsoinvitation.com/</p> <p>INDEKS:</p>	 <p>Sumber: https://www.bugiswarta.com/</p>  

		 <p>Sumber: http://eprints.anna.ac.id/19404/1/1386140003_Artikel-%20Nur%20dan%20Fakhriah%20HAI.pdf</p>  <p>Sumber: https://www.shutterstock.com/search/makassar?image_type=vector</p>	 <p>Sumber: https://www.seibu.com/id/mascat/contest/maskot-artik-produk-bebas-energi-murah-58151736inna280616943460/overview</p>
Makassar		 <p>Sumber: https://www.shutterstock.com/image-vector/flat-design-skyline-buildings-makassar-indonesia-1619611723</p> 	

		<p>Sumber: https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcREZ9N7y5Q2kzsmDsiC7Hss-HqGKEdAesp3aBvVwJgXcH5yqiEET-b5duB9qg5Fhmah6VE&usqp=CAU</p>  <p>Sumber: https://www.istockphoto.com/id/vektor/desain-konseptual-Kota-makassar-jane81650770-125035777</p>  <p>Sumber: https://www.behance.net/gallery/32475371/MAKASSAR-(City-Illustration)</p>  <p>Sumber: https://www.dreamstime.com/stock-photography-makassar-image38262642</p>	
Toraja	Rambu Rambu Selo	Rambu Selo	

		<p>Sumber: by Juna Matveev, https://www.behance.net/gallery/29066781/BURIAL-RITUALS-TANA-TORAJA-Indonesia/tracking_source=search_projects_view%7CToraja</p> <p>Tonakanan:</p>  <p>Sumber: https://dribbble.com/shots/1031555-Tonakanan-Toraja/attachments/8628105?mode=media</p>  <p>Patung Yesus:</p>  <p>Sumber: https://99iller.com/item/tema/status/10021240111819059</p>  <p>Sumber: https://id.pinterest.com/pin/814799757561488054/</p>	
		2/long-da	

	<p>Tonakanan:</p>  <p>Patung Yesus:</p>  <p>Sumber: https://travelpromo.com/itm-w-isai/patung-yesus-memberkati-toraja</p>	<p>Sumber: https://lombafotoasm.sabindonesia.com/arsip/2018/04/056855/</p>   <p>Sumber: https://www.behance.net/gallery/54730139/Company-Profile-for-Visit-Toraja-Website/tracking_source=search_projects_view%7CToraja</p>   <p>Sumber: https://dribbble.com/tags/toraja</p>	
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

Tabel 1. Identitas Bugis, Makassar, toraja.

4. SIMPULAN DAN SARAN

Etnis ‘Bugis’ yang paling dipersepsi dan ingin diketahui dari kebudayaan Bugis oleh banyak orang secara digital adalah yang memiliki keterkaitan dengan pakaian adat khas Bugis. Merujuk pada identitas warna yang dimunculkan yakni gradasi kuning (*maridi*) ke merah tua (*nyila*) Warna kuning merupakan simbol kemuliaan, warna merah tua (*nyila*) merupakan simbol kematangan oleh sebab itu warna merah tua (*nyila*) ini umum digunakan sebagai warna pernyataan kematangan bersikap – atau menjadi representasi warna ideologi terhadap falsafah *ade na pangadereng*. Maka warna merah tua (*nyila*) identik dengan warna *pride Siri na Pesse* atau pernyataan totalitas hidup etnis Bugis (termasuk Makassar dan Toraja)

Etnis ‘Makassar’ yang paling dipersepsi dan ingin diketahui dari kebudayaan Makassar

oleh banyak orang secara digital adalah yang memiliki keterkaitan dengan letak Makassar sebagai ibukota Provinsi Sulawesi Selatan. Ini dapat dimaknai bahwa variabel Makassar sebagai etnik diwakilkan dengan identitas Kota Makassar. Merujuk pada identitas warna yang dimunculkan yakni gradasi biru muda-pastel (*soft-light blue*) ke biru gelap-donker ke biru muda-pastel (*soft-light blue*), jika dikaitkan dengan kebudayaan Makassar maka tersebut merupakan representasi langit dan laut, merupakan simbol sikap-perilaku (*gau*) yang bermakna seseorang yang memiliki sikap dan perilaku panutan, arif, bijak, oleh sebabnya warna ini umum digunakan oleh kaum bangsawan sebagai ikat pinggang.

Etnis 'Toraja' yang paling dipersepsi dan ingin diketahui dari kebudayaan Toraja oleh banyak orang secara digital adalah yang memiliki keterkaitan dengan sajian obyek wisata ritual pemakaman yang terkenal yakni "Rambu Solo" masih menjadi program wisata andalan yang masih menjadi minat bagi para wisatawan. Merujuk pada identitas warna yang dimunculkan yakni gradasi coklat gelap ke kuning emas ke merah tua, jika dikaitkan dengan kebudayaan Toraja maka makna warna coklat tua ke warna kuning tersebut merupakan representasi asal hidup dan sumber hidup simbol limpahan anugerah ilahi, lalu warna kuning ke merah merupakan representasi limpahan anugerah kepada kehidupan simbol warna merah.

5. DAFTAR RUJUKAN

- Cahyadi, D. (2010, November 28). *blog.unm.ac.id/diancahyadi*. Retrieved November 4, 2021, from Blog UNM: Dian Cahyadi/artikel: <http://eprints.unm.ac.id/2931/1/index.html>
- Curtiss, D. (1987). *Introduction to visual literacy*. New Jersey: Prentice Hall.
- Desvianto, S. (2013). STUDI FENOMENOLOGI : PROSES PEMBENTUKAN PERSEPSI MANTAN PASIEN DEPRESI DI RUMAH PEMULIHAN SOTERIA. *JURNAL E-KOMUNIKASI VOL I. NO.3*, 104-114.
- DeVito, J. A. (2006). *Human communication ± The basic course (10th Ed)*. Boston: Pearson Education Inc. .
- DeVito, J. A. (2007). *The interpersonal communication book*. Boston: Pearson Education.
- Kern, R. (2000). *Literacy and Language Teaching*. Oxford: Oxford University .
- Levanier, J. (2020, Desember). *99design*. Retrieved November 5, 2021, from 99design.com: <https://99designs.com/blog/logo-branding/visual-identity/>
- Muhaemin, M., & Yunus, P. P. (2020). LITERASI VISUAL SEBAGAI UPAYA PEMAHAMAN PERAN PENDIDIKAN UNTUK SENI RUPA LOKAL DI INDONESIA. *Seminar Nasional Pendidikan Seni dan Desain 'CARADDE' 2020* (pp. 184-188). Makassar: Fakultas Seni dan Desain UNM.
- Mulyana, D. (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja.
- Orland-Barak, L. M. (2017). *Methodologies of Mediation in Professional Learning. Professional Learning and Development in Schools and Higher Education 14*. DOI:10.1007/978-3-319-49906-2_3.
- Tylor, E. (1920). *Primitive Culture*. New York: J.P. Putnam's Sons.
- Wikipedia Indonesia. (2021, 10 26). Retrieved 11 5, 2021, from https://id.wikipedia.org:https://id.wikipedia.org/wiki/Optimisasi_mesin_pencari
- Wood, J. T. (2007). *Interpersonal communication (everyday encounters)*. California: Thomson .

Wrona, K. (2015). VISUAL IDENTITY AND REBRANDING. *MINIB*, Vol. 16, Issue 2, 91–119.