

Justisia Half Marathon Poster Design with a Retro Style

Perancangan poster Justisia Half Marathon dengan Gaya Retro

Muhamad Rifky Ramadhanu¹

¹Universitas Esa Unggul

ramadhanu2003@gmail.com

ABSTRACT

The rapid growth of running culture in recent years has transformed half-marathon events into more than just sporting activities. They have become part of an urban lifestyle associated with health, self-expression, and social engagement. This trend has encouraged event organizers to establish strong visual identities to attract participants. Justisia Half Marathon is a running event that emphasizes the values of sportsmanship and justice. However, its promotional media still require a more engaging visual approach that aligns with the preferences of Generation Z audiences.

This study aims to design a promotional poster for Justisia Half Marathon using a retro visual approach as a communication strategy to enhance promotional appeal and strengthen event identity. The research employs the Design Thinking method, consisting of empathize, define, ideate, prototype, and testing stages. Data were collected through observation of sports poster design trends, literature review on visual communication design, and interviews with potential participants.

The design results indicate that the application of retro visual elements, including bold typography, contrasting color schemes, visual textures, and photographic manipulation techniques, produces a communicative poster with a strong visual character. Beyond functioning as an informational medium, the poster also contributes to establishing a distinctive and memorable brand identity for the Justisia Half Marathon event.

Keywords *Visual Communication Design, Poster, Event Branding, Design Thinking, Retro Design.*

ABSTRAK

Perkembangan olahraga lari dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan peningkatan yang signifikan, terutama di kalangan generasi muda perkotaan. Half marathon tidak lagi dipandang semata sebagai aktivitas olahraga, melainkan juga sebagai bagian dari gaya hidup yang berkaitan dengan kesehatan, identitas diri, dan interaksi sosial. Kondisi tersebut mendorong penyelenggara berbagai event lari untuk membangun identitas visual yang kuat guna menarik perhatian calon peserta. Justisia Half Marathon merupakan salah satu kegiatan lari yang mengusung nilai sportivitas dan keadilan sebagai karakter utama acara. Namun demikian, media promosi yang digunakan masih memerlukan pendekatan visual yang lebih menarik dan sesuai dengan preferensi target audiens, khususnya Generasi Z.

Penelitian ini bertujuan merancang poster promosi Justisia Half Marathon dengan pendekatan visual retro sebagai strategi komunikasi visual untuk meningkatkan daya tarik promosi dan memperkuat identitas acara. Metode yang digunakan adalah Design Thinking yang terdiri atas tahapan *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *testing*. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi terhadap tren desain poster olahraga, studi literatur mengenai desain komunikasi visual, serta wawancara dengan calon peserta event lari.

Hasil perancangan menunjukkan bahwa penerapan gaya visual retro melalui penggunaan tipografi tebal, kombinasi warna kontras, tekstur visual, serta pengolahan fotografi mampu menghasilkan poster yang komunikatif dan memiliki karakter visual yang kuat. Selain berfungsi sebagai media penyampaian informasi, poster yang dirancang juga berperan dalam membangun citra dan identitas visual Justisia Half Marathon sebagai event lari yang unik dan mudah dikenali.

Kata kunci: *Desain Komunikasi Visual, Poster, Event Branding, Design Thinking, Retro Design.*

PENDAHULUAN

Perkembangan budaya olahraga lari di Indonesia menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Berbagai kegiatan lari, mulai dari fun run hingga marathon berskala nasional, semakin banyak diselenggarakan di berbagai kota. Fenomena ini menunjukkan bahwa olahraga lari tidak lagi dipandang semata sebagai aktivitas fisik, tetapi telah berkembang menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat modern yang berkaitan dengan kesehatan, pencapaian personal, interaksi sosial, dan ekspresi identitas diri.

Meningkatnya jumlah penyelenggaraan event lari juga menyebabkan persaingan yang semakin ketat dalam menarik perhatian calon peserta. Dalam situasi tersebut, identitas visual menjadi salah satu faktor penting yang dapat membedakan sebuah acara dari kompetitor. Selain berfungsi sebagai media informasi, identitas visual yang kuat mampu membangun citra acara, meningkatkan daya tarik promosi, serta menciptakan pengalaman yang lebih berkesan bagi audiens.

Salah satu media promosi yang masih memiliki peran penting dalam komunikasi visual adalah poster. Poster merupakan media yang dirancang untuk menyampaikan informasi secara ringkas, cepat, dan menarik melalui pengelolaan elemen visual seperti tipografi, warna, ilustrasi, dan tata letak. Dalam konteks promosi acara olahraga, poster tidak hanya berfungsi menyampaikan informasi mengenai waktu, lokasi, dan mekanisme pendaftaran, tetapi juga berperan dalam membangun karakter dan identitas acara.

Justisia Half Marathon merupakan kegiatan lari yang mengusung nilai sportivitas, keadilan, dan semangat kompetisi sehat. Karakter tersebut menjadi identitas utama yang membedakan acara ini dari berbagai event lari lainnya. Namun demikian, diperlukan pendekatan visual yang mampu menerjemahkan nilai-nilai tersebut ke dalam bentuk komunikasi yang menarik dan relevan dengan target audiens, khususnya Generasi Z. Kelompok generasi ini dikenal memiliki tingkat paparan visual yang tinggi serta kecenderungan memilih konten yang memiliki karakter estetis yang kuat, unik, dan mudah dikenali.

Salah satu pendekatan visual yang kembali populer dalam berbagai media promosi adalah gaya retro. Gaya visual ini mengadaptasi karakteristik desain dari dekade sebelumnya melalui penggunaan warna kontras, tipografi khas, tekstur visual, dan komposisi yang menghadirkan kesan nostalgia. Dalam praktik desain kontemporer, pendekatan retro sering dipadukan dengan elemen modern sehingga menghasilkan tampilan visual yang tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga mampu membangun diferensiasi yang kuat di tengah banyaknya pesan visual yang bersaing.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini berangkat dari pertanyaan mengenai bagaimana merancang poster promosi Justisia Half Marathon yang mampu menyampaikan informasi

acara secara efektif sekaligus membangun identitas visual yang kuat melalui pendekatan desain retro. Untuk menjawab permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan merancang poster promosi yang informatif, komunikatif, dan memiliki daya tarik visual sesuai dengan karakter target audiens. Selain menghasilkan alternatif solusi desain bagi kebutuhan promosi Justisia Half Marathon, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan kajian Desain Komunikasi Visual, khususnya terkait penerapan pendekatan visual retro, strategi komunikasi promosi, dan metode Design Thinking dalam perancangan media visual.

Dalam memproses penelitian ini, sejumlah landasan teori menjadi fundamental untuk dipertimbangkan. Oleh sebab itu, riset ini menggunakan sejumlah landasan konseptual sebagai berikut:

1. Reka Bentuk Komunikasi Visual (DKV)

Desain Komunikasi Visual merupakan disiplin ilmu yang memanfaatkan elemen visual untuk menyampaikan pesan kepada audiens secara efektif. Menurut Kusrianto (2007), desain komunikasi visual tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian informasi, tetapi juga sebagai sarana membangun persepsi, identitas, dan pengalaman visual.

Reka bentuk komunikasi visual adalah proses mengirimkan pesan melalui media visual dengan tujuan untuk mempengaruhi audiens. Dalam perancangan poster, DKV berperan sebagai saluran komunikasi yang mengubah informasi tertulis menjadi bentuk visual yang lebih mudah dipahami dan menarik dari segi emosional.

Fokus: Cara unsur garis, bentuk, dan ruang diaplikasikan untuk menghasilkan kesan dinamik dalam tema maraton.

2. Peranan Poster sebagai Media Promosi

Poster merupakan media komunikasi visual yang dirancang untuk menarik perhatian dan menyampaikan informasi dalam waktu singkat. Dalam konteks promosi acara, poster berfungsi sebagai sarana membangun awareness, memberikan informasi utama, serta mendorong audiens untuk melakukan tindakan tertentu seperti registrasi atau partisipasi. Poster berfungsi sebagai alat komunikasi massa yang efisien untuk menyampaikan informasi dalam waktu yang singkat. Poster yang efektif untuk acara olahraga harus memenuhi kriteria AIDA (Perhatian, Minat, Keinginan, Tindakan).

Kaitan: Poster Justisia Half Marathon perlu menarik perhatian (Perhatian) di tempat umum atau media sosial, menimbulkan minat (Minat) terhadap tema unik "Justisia", dan mendorong tindakan (Tindakan) untuk mendaftar.

3. Tipografi dan Hierarki Visual

Tipografi berperan penting dalam menentukan keterbacaan dan karakter visual sebuah desain. Penggunaan hierarki visual membantu audiens memahami informasi berdasarkan tingkat kepentingannya sehingga pesan utama dapat diterima secara lebih efektif.

Tipografi merupakan lebih dari sekadar pilihan font; ia adalah elemen yang menyampaikan identitas suatu merek.

Tipografi: Penggunaan font Sans Serif yang tebal (Bold) umumnya diasosiasikan dengan kekuatan, modernitas, dan stabilitas. Hal ini sangat cocok untuk mencerminkan ketegasan dalam hukum dan daya tahan dalam berlari.

Hierarki Visual: Teknik penyusunan elemen berdasarkan prioritas agar perhatian pembaca tertuju pada informasi utama (Nama Acara), diikuti informasi tambahan (Tanggal dan Lokasi).

4. Psikologi Warna dalam Jenama Sukan dan Hukum

Warna memiliki kemampuan untuk membangun persepsi dan respons emosional tertentu. Dalam desain promosi olahraga, penggunaan warna kontras sering dimanfaatkan untuk meningkatkan visibilitas dan menciptakan kesan energik, dinamis, serta kompetitif. Warna memiliki kemampuan untuk membangkitkan emosi dan persepsi tertentu.

Pada poster ini, Biru (Justisia): Menyimbolkan kepercayaan, keadilan, integritas, dan profesionalisme dalam dunia hukum. Sedangkan, kuning/warna kontras (Tenaga): Melambangkan semangat, keceriaan, dan energi yang dibutuhkan dalam aktivitas fisik seperti maraton. Kombinasi kedua warna ini menciptakan dampak visual yang kuat (Tinggi Keterlihatan), membuatnya mudah terlihat dari jauh.

5. Retro Design

Retro design merupakan pendekatan visual yang mengadaptasi karakteristik estetika masa lalu ke dalam konteks desain kontemporer. Karakteristik utama gaya retro meliputi penggunaan tipografi khas, warna kontras, tekstur visual, serta elemen grafis yang memberikan kesan nostalgia. Dalam praktik desain modern, pendekatan ini sering digunakan untuk menciptakan diferensiasi visual dan meningkatkan daya tarik emosional audiens.

6. Design Thinking

Design Thinking merupakan metode pemecahan masalah yang berpusat pada manusia (human-centered approach). Menurut Brown (2009), metode ini terdiri dari lima tahapan utama yaitu empathize, define, ideate, prototype, dan testing. Pendekatan ini memungkinkan perancang menghasilkan solusi yang tidak hanya kreatif tetapi juga relevan dengan kebutuhan pengguna.

Design Thinking adalah pendekatan yang berfokus pada manusia untuk menyelesaikan masalah dengan cara yang kreatif. Tahapannya dimulai dengan Empati (memahami kebutuhan pelari), Definisi (mengidentifikasi masalah visual), Ideate (menghasilkan ide

konsep), Prototipe (sketsa digital), dan Uji (mengumpulkan umpan balik pengguna).

7. Penjenamaan Acara Sukan (Sport Branding)

Acara maraton modern kini telah menjadi bagian dari gaya hidup. Penjenamaan visual yang kuat membantu membedakan acara dari persaingan yang ketat. Unique Selling Point (USP): Mengintegrasikan unsur "Justisia" (Keadilan/Hukum) ke dalam elemen visual olahraga adalah keunikan utama yang perlu ditekankan dalam desain poster ini.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode perancangan Design Thinking. Pendekatan ini dipilih karena berorientasi pada pemahaman kebutuhan pengguna dan pengembangan solusi desain yang relevan terhadap permasalahan komunikasi visual yang dihadapi. Menurut Brown (2009), Design Thinking merupakan pendekatan yang menempatkan manusia sebagai pusat proses perancangan melalui tahapan empathize, define, ideate, prototype, dan testing.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi terhadap berbagai media promosi event lari yang beredar di media digital, studi literatur mengenai desain komunikasi visual, branding acara olahraga, tipografi, psikologi warna, serta wawancara informal dengan calon peserta kegiatan lari untuk memahami preferensi visual dan karakteristik media promosi yang dianggap menarik.

Tahap empathize dilakukan untuk mengidentifikasi karakteristik target audiens serta kecenderungan visual yang berkembang pada promosi event olahraga. Data yang diperoleh kemudian dianalisis pada tahap define guna merumuskan permasalahan utama, yaitu bagaimana membangun identitas visual Justicia Half Marathon yang mampu membedakan acara dari kompetitor sekaligus tetap menyampaikan informasi secara efektif.

Tahap ideate menghasilkan berbagai alternatif konsep visual yang dieksplorasi melalui penyusunan moodboard, eksplorasi tipografi, skema warna, dan komposisi tata letak. Selanjutnya konsep yang terpilih dikembangkan menjadi prototipe digital menggunakan perangkat lunak Adobe Illustrator dan Adobe Photoshop. Tahap testing dilakukan melalui evaluasi visual terhadap aspek keterbacaan, hierarki informasi, konsistensi identitas visual, serta kesesuaian desain dengan karakter target audiens. Hasil evaluasi digunakan sebagai dasar penyempurnaan desain akhir.

PEMBAHASAN

Pengembangan desain poster Justisia Half Marathon berangkat dari kebutuhan untuk membangun identitas visual yang mampu merepresentasikan karakter acara sekaligus menarik perhatian target audiens. Berdasarkan hasil observasi, sebagian besar poster event lari menggunakan pendekatan visual yang serupa, yaitu dominasi fotografi pelari, penggunaan warna-warna energik, serta penekanan pada informasi teknis acara. Kondisi tersebut menyebabkan banyak poster memiliki karakter visual yang relatif homogen sehingga sulit membangun diferensiasi.

Untuk menjawab permasalahan tersebut, penelitian ini mengembangkan pendekatan visual retro sebagai konsep utama perancangan. Pemilihan gaya retro didasarkan pada kemampuannya menghadirkan karakter visual yang kuat melalui penggunaan warna kontras, tipografi ekspresif, dan komposisi yang mampu membangun daya tarik emosional. Selain memberikan diferensiasi visual, pendekatan retro juga memungkinkan proses reinterpretasi nilai-nilai keadilan dan sportivitas ke dalam bentuk visual yang lebih komunikatif dan mudah dikenali.

1. Pengembangan Konsep Visual Retro

Konsep visual dikembangkan melalui eksplorasi berbagai referensi desain poster olahraga, festival, dan kampanye promosi yang menggunakan pendekatan retro kontemporer. Hasil eksplorasi menunjukkan bahwa karakter visual retro yang paling relevan untuk Justisia Half Marathon adalah kombinasi antara elemen nostalgia dan estetika modern. Pendekatan ini memungkinkan poster tetap terlihat aktual tanpa kehilangan identitas visual yang khas.

Karakter retro diwujudkan melalui penggunaan warna-warna kontras, tekstur visual, bentuk geometris sederhana, serta pengolahan fotografi yang memberikan kesan dinamis. Penggunaan elemen tersebut bertujuan menciptakan pengalaman visual yang berbeda dibandingkan poster event lari pada umumnya.

2. Penerapan Tipografi dan Hierarki Informasi

Tipografi menjadi elemen penting dalam membangun identitas visual poster. Penggunaan huruf sans-serif dengan ketebalan tinggi dipilih untuk menciptakan kesan tegas, kuat, dan mudah dibaca dari berbagai jarak pandang. Karakter tersebut selaras dengan nilai kompetisi, ketahanan, dan profesionalisme yang ingin ditampilkan oleh acara.

Hierarki visual diterapkan melalui perbedaan ukuran, ketebalan, dan posisi elemen teks. Nama acara ditempatkan sebagai titik fokus utama karena berfungsi sebagai identitas promosi. Informasi mengenai tanggal, lokasi, dan mekanisme pendaftaran ditempatkan pada tingkat hierarki berikutnya sehingga audiens dapat memahami isi poster secara berurutan dan efisien. Penerapan hierarki visual ini mendukung fungsi poster sebagai media komunikasi yang harus mampu menyampaikan informasi dalam waktu singkat.

3. Penerapan Warna sebagai Pembentuk Identitas Visual

Pemilihan warna didasarkan pada pertimbangan psikologis dan fungsional. Warna biru digunakan sebagai representasi nilai keadilan, integritas, dan profesionalisme yang menjadi karakter utama Justisia Half Marathon. Sebagai warna pendamping digunakan warna kuning dengan tingkat kecerahan tinggi untuk menghadirkan kesan energik, optimis, dan kompetitif.

Kombinasi kedua warna tersebut menghasilkan kontras visual yang kuat sehingga meningkatkan visibilitas poster baik pada media cetak maupun digital. Selain berfungsi sebagai penarik perhatian, warna juga berperan dalam memperkuat identitas visual acara sehingga lebih mudah dikenali oleh audiens.

4. Pengolahan Visual dan Komposisi Desain

Visual utama poster menggunakan fotografi pelari yang dipadukan dengan teknik image masking dan elemen grafis pendukung. Pendekatan ini bertujuan menciptakan kesan gerak, dinamika, dan semangat kompetisi yang identik dengan olahraga lari. Penggunaan tekstur visual dan elemen grafis retro memperkuat karakter desain sekaligus menciptakan diferensiasi terhadap poster kompetitor.

Komposisi desain disusun berdasarkan prinsip keseimbangan visual dan fokus perhatian. Elemen-elemen utama ditempatkan secara strategis untuk mengarahkan alur baca pengguna mulai dari identitas acara hingga informasi pendaftaran. Dengan demikian poster tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai media branding yang mampu membangun citra acara secara konsisten.

5. Evaluasi Desain

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa pendekatan visual retro memberikan karakter yang lebih kuat dibandingkan pendekatan visual olahraga konvensional. Penggunaan tipografi tebal, warna kontras, dan pengolahan visual yang dinamis membantu meningkatkan keterlihatan informasi sekaligus memperkuat identitas acara.

Meskipun demikian, penelitian ini masih terbatas pada tahap perancangan visual dan evaluasi desain secara kualitatif. Oleh karena itu, penelitian lanjutan dapat dilakukan dengan melibatkan pengujian yang lebih terukur terhadap tingkat keterbacaan, preferensi pengguna, maupun efektivitas poster dalam meningkatkan minat partisipasi audiens terhadap event olahraga.

KESIMPULAN

Penelitian ini menghasilkan rancangan poster promosi Justisia Half Marathon dengan pendekatan visual retro sebagai strategi komunikasi visual untuk memperkuat identitas acara dan meningkatkan daya tarik promosi kepada target audiens, khususnya Generasi Z. Melalui penerapan metode Design Thinking, proses perancangan dilakukan secara sistematis mulai dari identifikasi kebutuhan komunikasi, pengembangan konsep visual, hingga evaluasi desain.

Hasil perancangan menunjukkan bahwa pendekatan visual retro dapat diterapkan sebagai elemen pembeda (visual differentiation) di tengah dominasi desain poster olahraga yang cenderung memiliki karakter visual serupa. Penggunaan tipografi tebal, kombinasi warna kontras, elemen grafis retro, serta pengolahan fotografi yang dinamis mampu membangun identitas visual yang lebih kuat dan mudah dikenali.

Selain berfungsi sebagai media penyampaian informasi, poster yang dirancang juga berperan sebagai media branding yang merepresentasikan nilai sportivitas, semangat kompetisi, dan karakter khas Justisia Half Marathon. Penerapan prinsip hierarki visual dan tata letak yang terstruktur membantu meningkatkan keterbacaan informasi sehingga pesan utama acara dapat tersampaikan secara lebih efektif.

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan karena evaluasi dilakukan pada aspek visual dan perancangan desain secara kualitatif. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat mengembangkan kajian mengenai efektivitas media promosi melalui pengujian terhadap tingkat perhatian audiens, preferensi visual, maupun pengaruh desain terhadap minat

partisipasi peserta dalam kegiatan olahraga lari.

Catatan Akhir:

1. Perancangan poster Justisia Half Marathon menekankan pentingnya kesesuaian antara konsep visual dan karakter target audiens. Pemilihan gaya retro didasarkan pada tren visual yang diminati Generasi Z, sehingga desain tidak hanya bersifat estetik, tetapi juga relevan secara konteks sosial dan budaya.
2. Metode Design Thinking terbukti efektif dalam membantu proses perancangan desain poster, karena mampu mengarahkan peneliti untuk memahami kebutuhan audiens, merumuskan permasalahan visual, serta menghasilkan solusi desain yang tepat melalui tahapan empati, definisi, ideasi, prototipe, dan pengujian.
3. Penerapan elemen desain komunikasi visual seperti tipografi, warna, hierarki visual, dan teknik image masking memiliki peran penting dalam membangun identitas visual acara. Kombinasi elemen tersebut mampu menyampaikan nilai sportivitas, keadilan, dan semangat kompetisi yang menjadi ciri khas Justisia Half Marathon.

DAFTAR PUSTAKA

- Brown, T. (2009). *Change by Design: How Design Thinking Creates New Alternatives for Business and Society*. New York: Harper Business.
- Howarth, S & McLaren, S 2010, *Street Photography Now*, Thames & Hudson, London.
- Karyono, T 2018, 'Korelat Empat Lembaga Kebenaran Manusia: Filsafat, Seni, Ilmu, Agama', *Jurnal Budaya Nusantara*, Vol 1, No 2, hh 23-31.
- Kusrianto, A. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi.
- Moore, A 2002, *Inside Havana*, Chronicle Books, San Fransisco.
- Mulligan, T & Wooters, D 2002, *1000 Photo Icons- George Eastman House*, TASCHEN, Köln.
- Naomi, Rosenblum, 1997, *A World History of Photography*, Third Edition Abbeville Press, New York.
- Palmquis, S 2012, *Pohon Filsafat*, Terj. M. Shodiq, Pustaka Pelajar, Yogyakarta
- Soedjono, S, 2007, *Pot Pourri Fotografi*, Penerbit Universitas Trisakti, Jakarta.
- Sugiyono, 2002, *Metode Penelitian Kualitatif*, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Thohir, A & Sahidin, A 2021, *Filsafat Sejarah: Profetik, Spekulatif, dan Kritis*, Prenada Media, Jakarta.
- William S, J, 2002, *1000 Photo Icons. George Eastman House*, Taschen, Köln.