



Copyright 2020 by Faculty of Art & Design (FSSR)

Universiti Teknologi MARA Cawangan Melaka,
78000 Alor Gajah, Melaka.

Hak cipta terperlihara. Tiada bahagian daripada terbitan ini boleh diterbitkan semula, disimpan untuk pengeluaran atau ditukarkan ke dalam sebarang bentuk atau dengan sebaranag alat juga pun, sama ada dengan cara elektronik, gambar serta rakaman dan sebagainya tanpa kebenaran bertulis daripada Penerbitan FSSR, UiTM Cawangan Melaka terlebih dahulu.

All right reserved. No part of this publication maybe reproduced or transmitted in any firm or any by any means, electronic or mechanical, including photocopy, recording, or any information storage and retrieval system without permission in writing from the Penerbit FSSR, UiTM Cawangan Melaka.

Diterbitkan di Malaysia oleh / Published in Malaysia by

**PENERBIT FAKULTI SENI LUKIS & SENI REKA (FSSR),
UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA CAWANGAN MELAKA,
KM 26, JALAN LENDU, 78000 ALOR GAJAH,
MELAKA, MALAYSIA**

Tel : +606 558 2000

Disclaimer

Universiti Teknologi Mara (UiTM) has made every effort to produce information on this website that is current, and informative. However, this site is provided for information purposes only, based on general information provided by third parties.

Information given may change and some time may pass before this website can be updated in respect of all information affected. That being so UiTM does not guarantee or warrant that information on this website is accurate or complete and makes no representations or warranties of any kind, express or implied, as to the operation of the site or the information, content or details disclosed on this site.

Except as expressly provided for in writing or as regarded by law, the liability of UiTM arising from the use of this site is specifically excluded and UiTM disclaims all warranties and any liability for damages of any kind and any liability whether in contract, tort under statute or otherwise for any injury, damage or loss whatsoever.

No reliance should be placed on information contained or to be implied or inferred from this website without checking out the details with an authorised officer of UiTM.

Copyright and Intellectual Property

Documentation, electronic text and image files, audio and video clips, and other materials are protected by the Copyright (Amendment) Act 1997. UiTM retains all rights, including copyright in data, image, text and any other information contained in the site.

You may print, reproduce, retrieve, or use the information and images contained in these UiTM web pages for non-commercial, personal, or educational purposes only, provided that you (1) do not modify such information and (2) include both this notice and any copyright notice originally included with such information. If the material is used for other purposes, you must obtain permission from UiTM to use the copyrighted material prior to its use.

Contracts

This site may only be used for lawful purposes and UiTM reserves the right to deal or refuse to deal with any user. No contract will be made or deemed to be entered into unless confirmed in writing by UiTM.

Unauthorized access is prohibited by Computer Crimes Act 1997, and can result in administrative, disciplinary or criminal proceedings.

UiTM is not responsible for the content of any personal web page, including both the content itself as well as material accessed via links from the personal web pages. However, UiTM reserves the right to remove any page on its servers of which it becomes aware that does not observe the restrictions or provision of the UiTM.





Editorial Penerbitan E-Katalog Virtual Inspirasi 1.0
Fakulti Seni Lukis & Seni Reka
UiTM Cawangan Melaka

Penaung

Profesor Dr Abd. Halim bin Mohd Noor
Profesor Madya Dr Ismadi bin Md Badarudin
Profesor Dr Shafinar binti Ismail

Penasihat

Dr Nadzri bin Mohd Sharif

Ketua Editor

Dr Liza Marziana binti Mohammad Noh

Editor

Puan Zahara binti Hj Ramli
Dr Sharmiza binti Abu Hassan
Puan Wan Nur Khalisah binti Shamsudin
Mohd Hanif bin Mohd Omar
Puan Nor Fariza binti Baharuddin
Puan Salmah binti Ali
En Ridzuan Adli bin Azidin
En Fadly bin Dato' Mohamed Sharif
En Mohd Abqari bin Ayob
Puan Nor Arseha binti Karimon

Wakil Pelajar

Amy Zulaika binti Basri
Nur Ain Najihah binti Abdullah
Mohd Azfar binti Roslan
Nur Alya Nabihah binti Azizi
Ilya Aliesa binti Nazmi

Pereka Grafik / Ilustrator

En Mohd Hanif bin Mohd Omar (K)
Puan Nor Arseha binti Karimon

Rekabentuk Logo

En Fadly bin Dato' Mohamed Sharif

Rekabentuk Kulit e-katalog

En Fadly bin Dato' Mohamed Sharif (K)
En Mohd Abqari bin Ayob

KATA ALU-ALUAN REKTOR

Bismillahirrahmanirahim,
Assalammualaikum warahmatullahi wabarakatuh
dan Salam Sejahtera

Terlebih dahulu saya mengucapkan syukur kepada Allah SWT kerana dengan limpah rahmatNya FSSR dapat menjayakan pameran kali ini. Penganjuran pameran ini merupakan usaha FSSR dalam memastikan hasil kerja kreatif pelajar semester akhir dapat dipamerkan dengan jayanya. Izinkan saya mengambil kesempatan ini untuk mengucapkan ribuan terima kasih kerana memberi ruang kepada saya menulis sepatah dua kata dalam buku e-katalog Pameran Virtual Inspirasi 1.0. Ucapan tahniah yang tidak terhingga saya tujukan khas kepada para pelajar semester akhir dan pensyarah yang terlibat kerana berjaya melaksanakan pengajaran dan pembelajaran serta penganjuran pameran dengan jayanya walaupun negara kita sedang dilanda wabak penyakit pandemik Covid-19. Syabas dan tahniah buat semua.

Penganjuran pameran khusus untuk pelajar tahun akhir Diploma dan Ijazah Sarjana Muda Grafik (Kepujian), Fakulti Seni Lukis & Seni Reka UiTM Melaka merupakan acara tahunan yang sering dinantikan oleh seluruh warga FSSR. Pemilihan tema iaitu Virtual Inspirasi 1.0 adalah bertepatan dengan norma baharu yang tercusus akibat Covid-19. Pada kali ini budaya berpameran menampilkan kelainan dari yang sebelumnya. Peminat seni boleh menikmati keindahan karya seni secara maya tanpa perlu ke ruang galeri. Malah lebih menarik kaedah virtual ini berupaya mengajak lebih ramai masyarakat untuk menyaksikannya. Keadaan ini menunjukkan perubahan baharu dalam budaya berpameran telah tercusus.

Sebagaimana kita semua sedia maklum dunia pendidikan adalah bersifat dinamik dan sentiasa berubah sejajar dengan perkembangan dan kemajuan sains dan teknologi pada masa kini. Malah dengan kemunculan “Revolusi Industri 4.0” yang rancak berkembang dewasa ini, penekanan terhadap teknologi menjadi signifikan dalam mengoptimumkan kemampuan diri dari segi penghasilan kualiti kerja. Justeru itu, kita sebagai pelajar dan warga pendidik tidak boleh ketinggalan mengikuti perubahan ini. Perubahan yang kita mahukan bukan sahaja dalam bentuk perubahan tingkah laku secara fizikal malah perubahan dari segi minda. Minda akan mempengaruhi gerak laku dan tindak balas kita dalam melaksanakan sesuatu dengan lebih baik dan positif apabila kita berfikiran jauh kehadapan.



Bertindak dengan lebih matang sesuai dengan aliran teknologi pada masa kini. Oleh yang demikian pameran virtual ini adalah satu cara yang sesuai bagi kita mempamerkan semua proses perkembangan dan hasil rekabentuk/karya pelajar melalui teknologi alam maya yang boleh ditonton oleh masyarakat seluruh dunia.

Saya menyeru kepada kita semua agar melakukan perubahan dalam pemikiran dan amalan supaya kita dapat mencapai matlamat seperti yang digariskan dalam visi dan misi UiTM. Kita perlu peka dan bersikap proaktif terhadap isu-isu semasa pendidikan yang makin mencabar dengan situasi pandemik Covid-19 ini. Harapan saya, kita dapat bersama-sama menyumbang kearah pembentukan masyarakat yang lebih progresif dan berpengetahuan.

Akhir kata, sekali lagi saya ingin mengucapkan tahniah kepada semua pelajar semester akhir Diploma dan Ijazah Sarjana Muda (Kepujian), para pensyarah yang telah bertungkus lumus mendidik para pelajar dan ibu bapa yang sentiasa mendoakan yang terbaik buat anak-anak. Semoga pameran Virtual Inspirasi 1.0 mampu mencapai objektifnya seterusnya memacu pendidikan negara ke tahap yang lebih cemerlang, gemilang dan terbilang.

Sekian, terima kasih.

Profesor Dr. Abd. Halim bin Mohd Noor
Rektor UiTM Cawangan Melaka

KATA ALU-ALUAN TRHEA

Bismillahirrahmanirahim,
Assalammualaikum warahmatullahi wabarakatuh dan Salam Sejahtera

Saya ingin merakam sekalung penghargaan dan setinggi-tinggi ucapan tahniah kepada warga Fakulti Seni Lukis dan Seni Reka, UiTM Cawangan Melaka diatas kejayaan menganjurkan satu program pameran yang bersifat virtual. Budaya berpameran yang menjadi agenda tahunan fakulti menyaksikan setiap pelajar memperkenan keseluruhan proses pembelajaran semester akhir selepas penilaian akhir dilaksanakan. Proses tersebut meliputi peringkat kajian, perkembangan idea, lakaran sehingga penghasilan karya akhir yang lengkap mengikuti topik yang dipilih. Berikutan pandemik penyakit serta penularan wabak Covid-19 yang melanda negara, dunia pendidikan telah dikejutkan dengan norma baru yang telah membawa perubahan kepada aspek pembelajaran dan pengajaran dalam kelas.

Penyampaian dan pembelajaran perlu dijalankan secara dalam talian dan secara jarak jauh (distance learning / ODL) sepanjang sesi 11 2019/2020 bermula April 2020. Semua hasil kerja pelajar juga akan dinilai secara online.

Sehubungan itu, bagi meneruskan kegiatan berpameran Program Diploma serta Ijazah Sarjana Muda Seni Reka Grafik, (Kepujian), maka buat julung kalinya Fakulti Seni Lukis & Seni Reka, UiTM Cawangan Melaka, memperkenalkan pameran bersifat virtual melalui Pelancaran PAMERAN VIRTUAL INSPIRASI 1.0 FSSR .

Ucapan tahniah saya ucapkan kepada semua para pensyarah serta para pelajar tahun akhir di atas pencapaian ini. Melalui pameran ini, pelajar bukan sahaja didedahkan dari aspek akademik tetapi juga dari aspek komunikasi, teknologi dan juga kemahiran sosial. Gabungan ketiga-tiga aspek ini, dapat mempersiapkan graduan FSSR yang berdaya saing di bidang pekerjaan dan teknologi pada masa hadapan kelak.

Penerbitan e-katalog ini merupakan satu platform yang baik seiring dengan perkembangan teknologi yang pesat pada masa kini. Setiap perubahan yang kita lakukan adalah untuk mendidik serta menjadikan kita insan yang berdaya saing. Sekali lagi, tahniah dan syabas saya ucapkan kepada seluruh warga FSSR dalam menjayakan pameran dalam norma baru ini.



Sekian, terima kasih.

Profesor Madya Dr Ismadi bin Md. Badarudin
Timbalan Rektor HEA UiTM Cawangan Melaka

KATA ALU-ALUAN KPP

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh
dan Salam Sejahtera.

Saya memanjatkan kesyukuran kepada Allah SWT atas limpah kurnianya usaha dalam menganjurkan pameran dalam bentuk virtual terlaksana juga. Saya ingin mengucapkan syabas dan setinggi-tinggi tahniah kepada semua pelajar semester akhir yang terlibat kerana telah bekerjasama dengan pihak fakulti bagi menjayakan pameran ini.

Kita sedia maklum sejak negara berhadapan dengan wabak penularan virus Covid-19, kita juga berdepan dengan pelbagai masalah didalam proses pengajaran dan pembelajaran. Pelajar dan pensyarah terpaksa menggunakan kaedah pembelajaran dirumah secara dalam talian. Pelbagai kesukaran dihadapi oleh pelajar dan pensyarah seperti talian internet yang bermasalah dan kurangnya pertemuan antara pensyarah dan pelajar untuk sesi kritikan. Namun berkat usaha dan ketekunan semua, akhirnya pelajar berjaya menyiapkan semua tugas dengan jayanya walau terpaksa melalui suasana pembelajaran dalam norma baharu. Pelajar berusaha gigih tanpa rasa penat untuk menuntut ilmu kerana menuntut ilmu itu adalah satu jihad. Kita semua juga tahu bukan semua orang dianugerahkan dengan bakat serta kreativiti, ada yang dilahirkan dengan bakat semula jadi ataupun kerana minat semata. Namun untuk berjaya kita haruslah berusaha, berdoa dan bertawakal kepadaNya kerana inilah jalan yang terbaik. Tahniah saya ucapkan kepada semua pelajar kerana berjaya mengguna pakai ciri-ciri yang ada dalam diri anda semua untuk menghasilkan karya-karya kreatif lagi bermutu.

Apabila kita berdepan dengan permasalahan kita seharusnya menjadikan masalah ini sebagai satu jalan untuk mencuba sesuatu yang baru. Justeru itu, lahirlah pameran virtual bagi mengantikan kebiasaan berpameran yang bersifat fizikal. Kita seharusnya menggunakan kemahiran dan kepakaran yang sedia ada untuk pemerkasaan sumber dan bakat yang ada di dalam diri, agar dapat diserlahkan. Seterusnya membawa pelajar sebagai individu yang profesional yang dapat menepati kehendak pasaran global. Dalam mencapai hasrat sebagai pelajar unggul dan berkebolehan, sudah tentunya pelajar semua perlu memiliki ciri-ciri graduan UiTM iaitu berpengetahuan dan berkemahiran, kreatif, konstruktif, saintifik, progresif, inovatif, kritikal, global dan analitikal serta rasional. Malah berfikiran terbuka, berpandangan jauh, berketrampilan, yakin, bebas, berdikari dan berdaya saing. Kesemua pelajar yang terlibat di dalam pameran ini merupakan

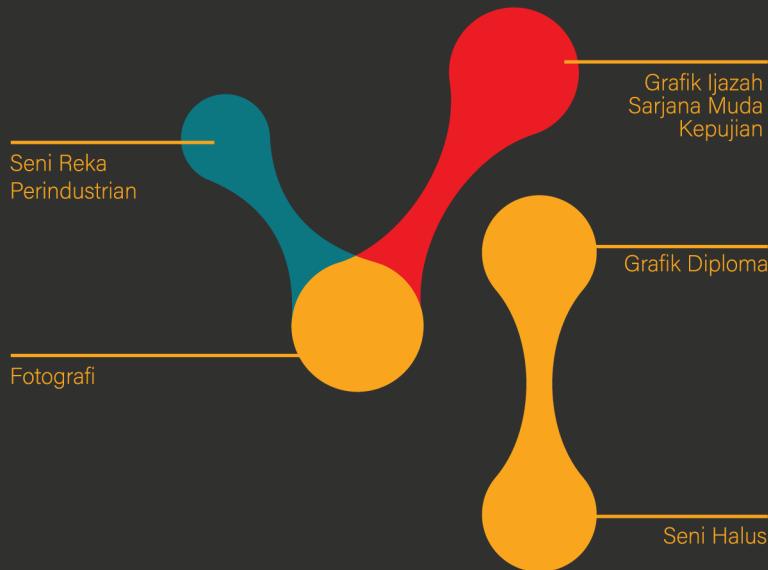


para pelajar yang sudahpun berada pada penghujung Program Diploma Seni Lukis dan Seni Reka dan Ijazah Sarjana Muda Grafik (Kepujian) dalam bidang masing-masing. Hampir pasti akan menamatkan program ini apabila keputusan peperiksaan terakhir mereka ini diumumkan kelak. Kepada yang berjaya, saya terlebih dahulu mengucapkan syabas dan tahniah. Dan kepada yang kurang bernasib baik, teruskan berusaha hingga berjaya, yakinlah dengan Allah setiap apa yang berlaku ada hikmah yang terbaik untuk kita, yakinlah dengan janji Allah dan sesungguhnya Allah adalah perancang yang terbaik untuk kita.

Saya ingin mengambil kesempatan mengucapkan jutaan terima kasih kepada semua pensyarah FSSR kerana telah berjaya mendidik dan membentuk pelajar-pelajar ini. Saya yakin setiap pensyarah telah menjalankan tugas dengan baik dan bersungguh-sungguh dalam mendidik pelajar-pelajar ini. Hasilnya boleh dibuktikan menerusi e-katalog ini yang mengumpulkan karya pelajar yang bermutu. Sesungguhnya ia memaparkan manifestasi kesungguhan yang ditunjukkan dan bukti dari pensyarah-pensyarah FSSR. Akhir kata, semoga anda semua akan terus berusaha untuk berjaya dengan penuh tanggungjawab dan kesedaran memikul amanah diri, keluarga, bangsa dan negara.

Sekian, terima kasih.

Dr Nadzri bin Mohd Sharif
Ketua Pusat Pengajian FSSR
UiTM Cawangan Melaka



Rasional Logo

Simbol : Metaball

Dalam komputer grafik, metaball adalah satu objek dan dimensional yang berbentuk organik, mempunyai ciri-ciri dan kemampuan untuk bersatu ketika berada dalam jarak dekat untuk membentuk objek tunggal. Berdasarkan simbol diatas, metaball telah diolah membentuk huruf V (virtual) dan I (inspirasi). Rasional pembentukannya merupakan manifestasi visual pameran maya yang julung kali dianjurkan dan penggabungan pelbagai program Fakulti Seni Lukis & Seni Reka UiTM Cawangan Melaka dalam mencapai satu matlamat. Orientasi dan susunan metaball diolah secara dinamik dan teratur bermaksud setiap program seni dan rekabentuk menekankan aspek estetik serta ilmiah dalam setiap pengkaryaan. Warna merah, biru dan kuning merupakan warna asas yang menjadi pegangan asas setiap program iaitu kreativiti, teras, kualiti. Warna-warna teras ini menjadi acuan kepada pelajar dalam mencapai kejayaan mereka sebagai pelukis dan pereka yang profesional, disamping mengharumkan nama Fakulti Seni Lukis & Seni Reka, UiTM Cawangan Melaka ke peringkat yang lebih tinggi.

PRAKATA

Norma baharu yang melanda negara baru-baru ini akibat Covid-19 telah mencetuskan budaya baharu dalam dunia pendidikan. Berlakunya perubahan kepada corak pembelajaran setelah arahan penutupan semua sekolah, Institusi Pengajian Tinggi (IPT) di laksanakan di seluruh negara. Proses pengajaran dan pembelajaran terkesan mengikut corak pembelajaran yang baharu dari amalan kebiasaan pembelajaran dalam bilik darjah kepada pembelajaran secara talian dirumah.

Dalam hal ini UiTM tidak ketinggalan turut terkesan dengan perubahan baharu ke atas corak pembelajaran yang kebiasanya dijalankan dibilik kuliah. UiTM telah mengeluarkan pekeliling dengan mengarahkan semua sesi penyampaian dan pembelajaran perlu dijalankan secara dalam talian dan secara jarak jauh (*distance learning/ ODL*) sepanjang sesi 11 2019/2020 bermula April 2020. Segala hasil kerja pelajar termasuklah peperiksaan akhir turut dinilai dan dijalankan secara dalam talian. Di peringkat Fakulti Seni Lukis dan Seni Reka, UiTM Cawangan Melaka, arahan menjalankan pengajaran dan pembelajaran dalam talian secara jarak jauh ataupun *Online Distance Learning (ODL)* diterima secara terbuka walaupun diperangkat permulaan melaksanakannya pelajar dan pensyarah berhadapan dengan kesukaran. Namun begitu dalam memastikan proses pengajaran dan pembelajaran berjalan dengan lancar, ODL tidak sesekali membatasi kemampuan para pelajar untuk menghasilkan karya seni yang kreatif serta mempunyai nilai-nilai estetika. Begitu juga dalam hal berpameran, sudah menjadi kebiasaan bagi pihak fakulti akan mengadakan pameran dalam bentuk fizikal hasil kerja pelajar semester akhir sebaik sahaja penilaian akhir dilaksanakan. Terdapat dua penganjuran pameran diadakan, pertama, Pameran Tunas Ilham bagi Program Diploma FSSR, kedua, Pameran REKA bagi Program Ijazah Sarjana Muda Seni Reka Grafik, (Kepujian). Program-program yang terlibat seperti:

- (i) Ijazah Sarjana Muda Seni Reka Grafik, Kepujian (AD241)
- (ii) Diploma Seni Reka Grafik dan Media Digital (AD111)
- (iii) Diploma Seni Reka Perindustrian (AD114)
- (iv) Diploma Fotografi & Pengimejan Kreatif (AD117)
- (vi) Diploma Seni Reka Halus (AD118)



Setiap pelajar akan mempamerkan keseluruhan proses pembelajaran semester akhir meliputi dari peringkat kajian, perkembangan idea, lakaran sehingga lengkap berdasarkan topik yang dipilih mengikut tarikh yang dijadualkan oleh pihak fakulti. Pelbagai gaya persembahan dirangka oleh pelajar sama ada digantung, ditampal diatas panel (display board), easel serta persembahan *mock up*, model susun di atas meja/paltform. Kesemua karya dipamerkan dalam bentuk fizikal. Beberapa buah tempat seperti di Dewan Taming Sari UiTM Alor Gajah, Kampus Bandaraya Melaka dan di Melaka International Trade Center (MiTC) dijadikan tempat berpameran. Bagi memeriahkan acara, tokoh-tokoh kenamaan dalam bidang kesenian dijemput untuk merasmikan pameran para pelajar semester akhir. Lebih menarik, penganjuran pameran ini seringkali mencuri tumpuan pihak media, tidak kira akhbar tempatan maupun televisyen untuk mereka membuat liputan mengenainya.

Namun demikian berbeza pula pada kali ini Fakulti Seni Lukis dan Seni Reka, UiTM Cawangan Melaka berhasrat untuk memberi kelainan dalam mempersembahkan karya pelajar pada semester ini ekoran dari pandemik Covid-19. Platform media sosial digunakan dan pelancaran rasmi diadakan secara maya selaras dengan garis norma yang telah dikeluarkan oleh pihak Kerajaan dan UiTM. Hasil dari kesepakatan seluruh warga kerja yang terlibat maka Virtual Inspirasi 1.0 telah diangkat sebagai tema pada semester ini. Objektif mengadakan pameran secara maya atau virtual ini adalah:-

- 
- a) Untuk menghasilkan karya pelajar yang kreatif mengikut spesifikasi yang telah ditetapkan oleh pensyarah.
 - b) Membuka ruang yang lebih mudah bagi pihak agensi / syarikat / jabatan melihat semua hasil kerja dan portfolio pelajar dengan lebih dekat melalui platform maya.
 - c) Membuka ruang kepada agensi-agensi yang ingin menawarkan pekerjaan atau projek melalui behance pelajar.
 - d) Mencungkil bakat dan kecemerlangan pelajar sama ada dari segi akademik, kurikulum, berpameran, kepimpinan maupun keterampilan diri.
 - e) Dapat memasarkan serta mempromosi produk keluaran Fakulti Seni Lukis dan Seni Reka, UiTM Cawangan Melaka.

Persembahan pameran adalah berkoncepcian “teaser” iaitu pengenalan himpunan karya-karya seni oleh pelajar semester akhir diperkenalkan semester ini. “Teaser” ini diketengahkan secara “showreel” iaitu format video pendek atau footage filem yang menampilkan hasil rekaan, rekabentuk, foto dan catatan pelajar. “Showreel” yang telah dihasilkan bakal ditayangkan melalui aplikasi *Facebook*, *YouTube*, dan *Instagram*. Penstriman video tersebut juga boleh dilihat melalui laman sesawang <http://www.admelaka.com>.

Tahniah dan syabas kepada FSSR dan seluruh warga kerja FSSR yang terlibat dalam menjayakan pameran ini. Sesungguhnya idea mengadakan pameran secara maya atau virtual ini merupakan satu anjakan paradigma yang baik pernah dilakukan oleh pihak fakulti. Pameran virtual adalah penyelesaian terbaik ekoran dari penularan wabak pandemik Covid-19 yang melanda. Lebih membanggakan kesemua hasil karya pelajar dapat ditonton oleh masyarakat diseluruh dunia secara serentak ketika pelancaran dijalankan. Semua proses dan perkembangan hasil kerja pelajar bukan hanya dapat dipamerkan malah memperlihatkan tahap kepakaran dan keprofesionalan setiap warga FSSR, mendidik para pelajar menjadi peneraju setiap bidang yang diceburi. Seterusnya dapat mengangkat kegemilangan UiTM sebagai ‘*World Class University*’. Semoga dengan pameran virtual karya-karya pelajar kita mendapat perhatian masyarakat seterusnya diiktirafkan oleh pengamal-pengamal seni di seluruh dunia.

T

Program Sarjana Muda Seni Reka Grafik (Kepujian) : (AD241)

Seramai 12 orang pelajar semester akhir sesi Mac-Julai 2020, Sarjana Muda Seni Reka Grafik (Kepujian), Fakulti Seni Lukis & Seni Reka Universiti Teknologi MARA, Cawangan Melaka telah mengambil bahagian dalam pameran virtual yang julung kali diadakan. Mereka memilih pengkhususan Rekabentuk Grafik (*Graphic Design*) sebagai *Major Project*. Pilihan topik adalah reka semula identiti (*identity rebranding*) bagi produk atau agensi, kempen kesedaran (*awareness campaign*) dan promosi kebudayaan (*cultural promotional campaign*). Pelajar perlu melalui beberapa tahap proses pembelajaran seperti membuat kajian dan rujukan, mempersemprehankan cadangan topik rekabentuk yang menarik, menggunakan kaedah infografik, ilustrasi, fotografi dan tipografi. Proses penghasilan rekabentuk juga dilakukan dengan lakaran(*sketches*), perkembangan idea (*idea development*) sehingga ke rekabentuk digital. Pelajar juga perlu tahu tentang konsep rekabentuk, *design direction* untuk setiap rekaan. Diakhir pembelajaran pelajar mempersemprehankan rekaan pembungkusan, buku ilustrasi pahlawan nusantara, *brochure*, poster, peta, direktori dengan pelbagai gaya kreatif visual communication. Portfolio yang menggunakan platform digital seperti sosial media, *Behance*, laman web ini dapat membuka ruang dan peluang yang lebih luas bagi syarikat, agensi atau sesiapa sahaja menawarkan pekerjaan yang sesuai mengikut kemahiran pelajar. Pada masa yang sama juga memperlihatkan tahap profesional serta kesungguhan pensyarah yang membimbing mereka dari semester satu hingga ke semester akhir.

Karya Pilihan



Nur Amiera Nerina binti Mohd Jaizi
nerinajaizi@gmail.com
 0196555973
 Little Root

FINAL YEAR PROJECT GDG666 • GRAPHIC DESIGN



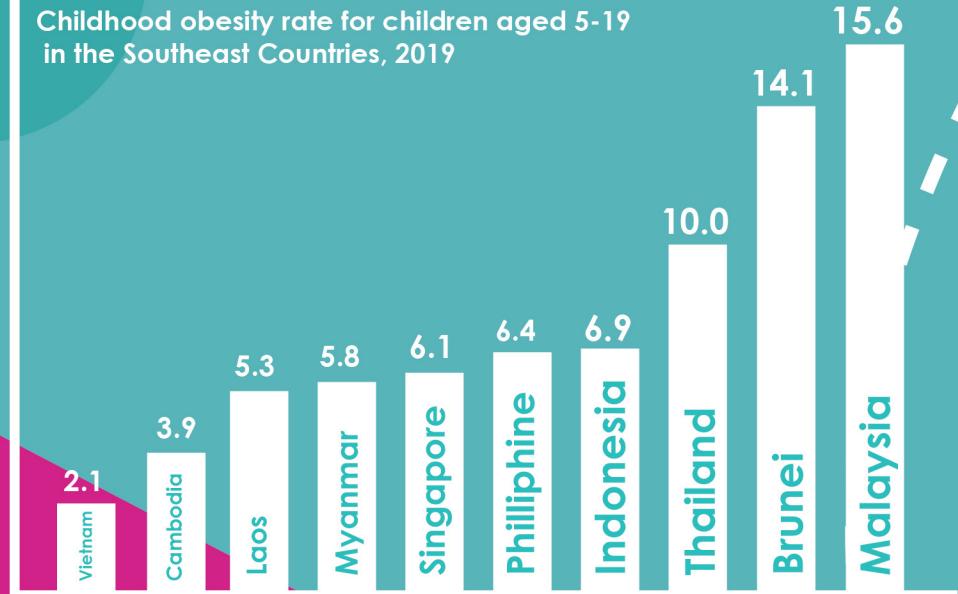
A CHILDHOOD OBESITY AWARENESS CAMPAIGN FOR A BETTER FUTURE

virtual inspirasi 1.0

Sariana Muda
Seni Reka Grafik

1

Childhood obesity rate for children aged 5-19 in the Southeast Countries, 2019

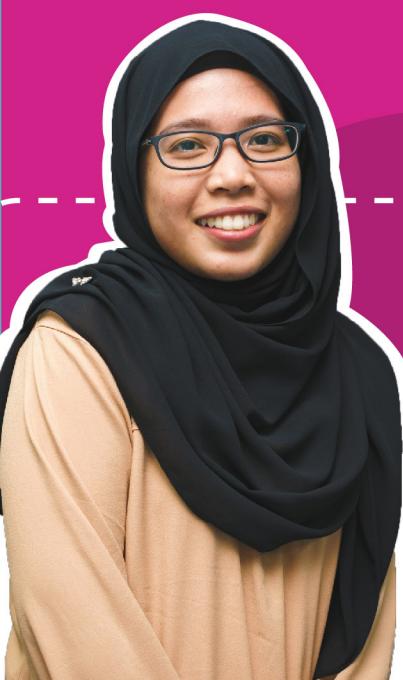


Main factors:

- Poor diet
- Lack physical activities
- Skipped breakfast

Effects:

- Heart problem
- Diabetes Type 2
- Constant overweight as an adult



NURSYAFFA AFIQAH BINTI RAZALI
2018663488
011-6231 2335
ANURSYAFFA@GMAIL.COM

SOFTWARE: ADOBE ILLUSTRATOR &
ADOBE PHOTOSHOP

PROBLEM STATEMENT

Childhood obesity has been a serious problem in Malaysia. From latest statistic by World Population Review 2019, it can be seen that Malaysia is the highest rate among Southeast countries in childhood obesity.

It can be said that unproper diet and lack of physical activities are the main factors of childhood obesity.

OBJECTIVE

Malaysian Ministry of Health should organize an awareness campaign to help the children, parents, and teachers living the healthy lifestyle. In Malaysia, most previous campaigns are run by the school for Health Week (Minggu Kesihatan) to educate especially children the importance of choosing good food for their health. My concept is to design a colourful and attractive design for a new health awareness campaign:



The items are brochure, lunchbox, interactive book, and recipe book. Collateral items proposed are T-shirt, tote bag, button badge and bookmark.

Final Project GDG666 , Graphic Design

REBRANDING OF TANAMERA SPA PRODUCT THROUGH MALAY SONGKET PATTERN





TANAMERA | TROPICAL SPA PRODUCT

PROBLEM STATEMENT

Tanamera in the language of the Malays, literally means Red Earth, an appropriate name for a range of products whose raw materials are sourced from the rich soil of the tropical rainforest. However , the design of the packaging only applied their logo as element of design and also used bright color to differentiate thier products.

OBJECTIVES

To preserve Malay songket from being forgotten, My idea is to create a new one ***Malay songket*** pattern and by using main ingredients which are in tanamera product which is star anise and clove. By combining ***Minangkabau songket*** as motif in packaging Tanamera's that can promote songket industry in modern contemporary packaging design in order to maintain the Malay herritage.

AMY ZULAIKA BINTI BASRI

2018663772

011-10817132

amyzulaika2@gmail.com

Software : Adobe Illustrator

Adobe Photoshop





REBRANDING OF MELAKA TURTLE MANAGEMENT & INFORMATION CENTRE



Brochure & e-brochure

Corporate Items



Journey
To Reach
ODYSSEA

Livery



Corporate Shirt



Signage

Event Items

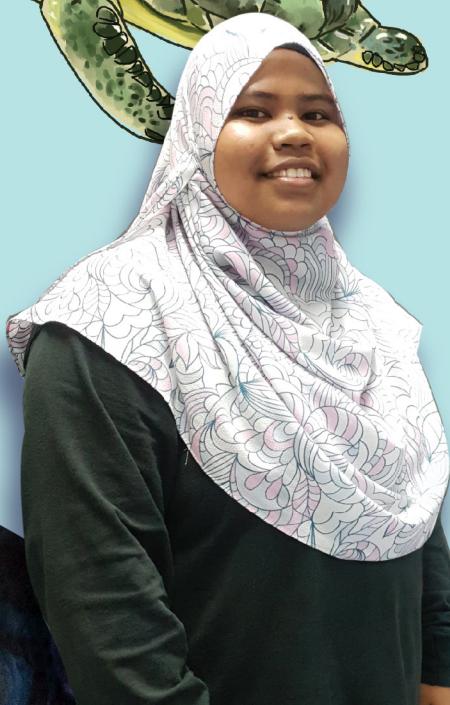
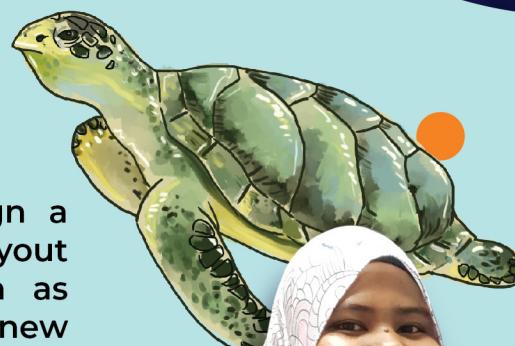


PROBLEM STATEMENT

The effort of Melaka Turtle Management & Information Centre is to collect turtle and incubate them safely until it hatched. Melaka Turtle Management & Information Centre have to have a good promotion to attract people to come and visit this place. A lot of activities can be done by group or individually to learn more about the turtles. However, a lot of people are unaware of their existence as there are not a lot of promotion for the Centre.

OBJECTIVE

The objectives are mainly to design a promotion using a creative layout photography in a few items such as brochure and livery. From the new branding and design hopefully the centre will get more visitors to run the Centre.



**NUR AIMAN HAMEME
BINTI ZAIDE**

2018254738
013-362 2428
aimanzaide@gmail.com

Software:
Adobe Illustrator
Adobe Photoshop
Adobe Lightroom

Little Root

Children's Basic Gardening Kit Design

Little Root!



PROBLEM STATEMENT

SERBAJADI GARDENING has produce and distribute an extensive range of innovative products. However, the visual portrays the products under category of Gardening With Kids are not attractive and presentable. Children always spend their time with gadgets playing games instead of exploring outdoor activities such as gardening.

OBJECTIVE

To create a new brand identity design for SERBAJADI GARDENING's product that can be the leading supplier of quality gardening product. My idea is to design a new packaging kit set that contains an attractive visuals, illustrations, colours to make the kids love in gardening.

Nur Amiera Nerina
Binti Mohd Jaizi

2018207804
0196555973
nerinajaizi@gmail.com

Software : Adobe Illustrator
& Adobe Photoshop

Little Root!



PROJECT

BATIK SNEAKERS

Final Project GDG666 Graphic Design



The Problem

Recently, Batik seem to be tied with perception that it's a traditional art that is commonly associated with older people and it should only be worn during formal occasions.

Young generation now are rarely preserving culture

Batik sooner will be forgotten in young generation life as western fashion style attract more than our own traditional heritage.

The Idea

By combining traditional heritage (Batik) with a high demand supplies (sneakers) especially youngsters, who look up for hypebeast and sneakers collection recently, we can enhance Batik style, and suits them with a new urban fashion style.

Batik applied was already been revamp majorly in colour scheme. But the Batik identity is remain the same to maintain the identity and motif. Due to that, the objective to attract young generation's interest and revive Batik from being forgotten can be achieve.



PUMABATIK Revamp Heritage

PUMABATIK has brought together Batik heritage design, combining with established RS-X Reinvention. A design concept is to modernize Batik and fit them with gen z atmosphere.

REVAMP
HERITAGE

REVAMP
HERITAGE



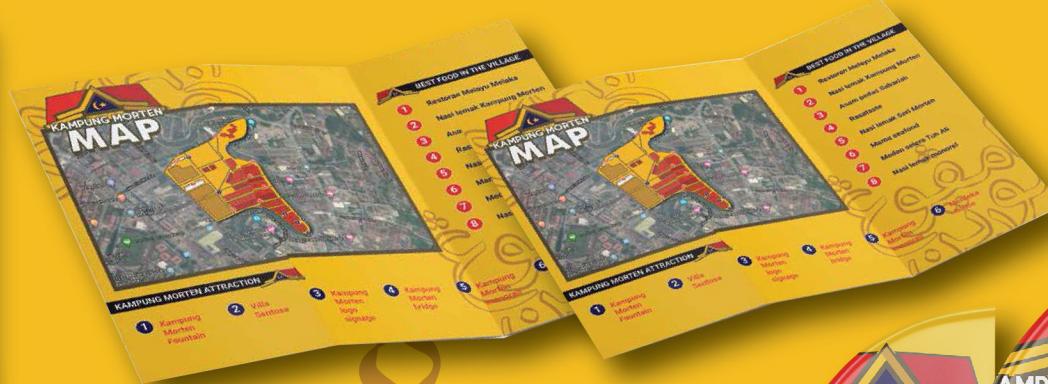
Aiman Asyraf bin Azizi

2018207404
01128094532
aimanasyrafazizi07@gmail.com

Software used

Adobe Illustrator
Adobe Photoshop
Adobe Lightroom

Rebranding KAMPUNG MORTEN by using jawi script element





AMIRUL ADLI
BIN ARIFFIN

2018208058
01123397103
amiruladlix@gmail.com

Software used :



PROBLEM STATEMENT

There is no specific tourist promotion design for **KAMPUNG MORTEN**. My idea is to create **KAMPUNG MORTEN** as a branding by adding Jawi script to reflect the people who is live in the **KAMPUNG MORTEN**. The design will be apply to signage, directory, map of **KAMPUNG MORTEN**, banner, merchandise and many more.

OBJECTIVE

- To create **KAMPUNG MORTEN** branding.
- To design and promote the unique element of Malays tradiotional Melaka house architecture in **KAMPUNG MORTEN**
- To give oppurtunity and idea for Tourism Melaka to **KAMPUNG MORTEN** for tourist attraction.

Rebranding of Zoo Melaka

FINAL ASSESSMENT : GDG 666 GRAPHIC DESIGN

MELAKA
& NIGHT SAFARI





PROBLEM STATEMENT

- UNATTRACTIVE DESIGNS AT ZOO MELAKA SOUVENIR SHOP
- MERCHANDISE ITEM DESIGN IS NOT TRENDING

OBJECTIVES

- TO DESIGN NEW AND ATTRACTIVE DESIGN ITEM FOR ZOO MELAKA
- TO DESIGN A RELATED MOTIVE THAT ARE RELATED WITH ZOO MELAKA

CONCEPT DESIGN

- ISOMETRIC DESIGNS

- COLOR :

- i) BRIGHT COLORS
- ii) ANIMALS PRINTING



MOHAMAD ISKANDAR SHAH BIN HARSAD

Rebranding of Zoo Melaka

2018207604
016-4365236
iskandarshxh@gmail.com

Software : Adobe Photoshop
Adobe Illustrator







OBJECTIVES

- To introduce the culture of Melaka
- To attract tourist interest to Melaka
- To make melaka as a cultural place in Malaysia

CONCEPT

- Modern
- Colourful

SOFTWARE



PROBLEM STATEMENT

There are several factors that led to the failure of design in advertising:

- Lack of design knowledge among travel agencies in Melaka in producing advertising
- Concepts and element that used are not able to interest community and tourists
- The design promotion not represent the cultural of Melaka

SITI NOR SHERRY IYLIA BINTI SELAMAT

2018699148

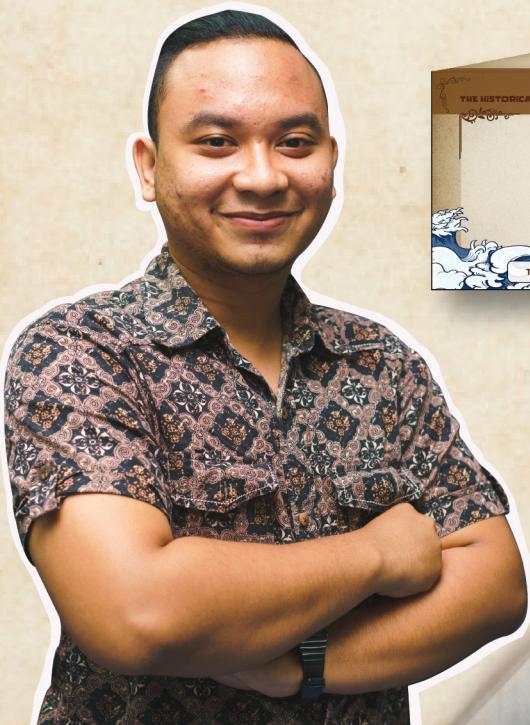
0176723167

sherryiylia@gmail.com





The Historical of Melaka Battleship miniature



PROBLEM STATEMENT

Mendam Berahi Battleship is one of the malay greatest ship in history. However, there is no replica model dedicate to this battleship even in the museum. Plus, most people does not know about the existance of this battleship.

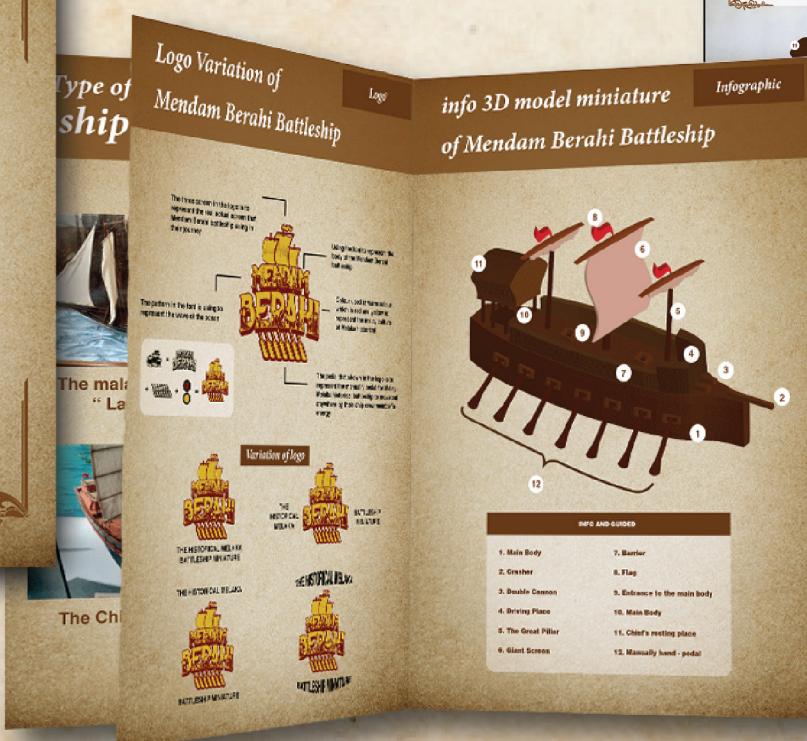
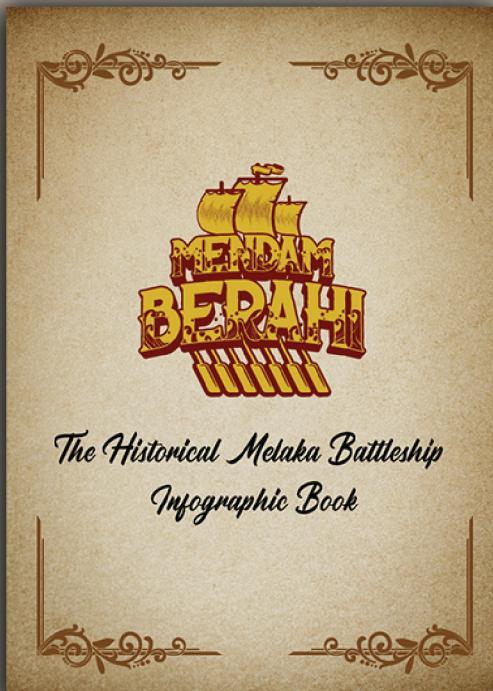
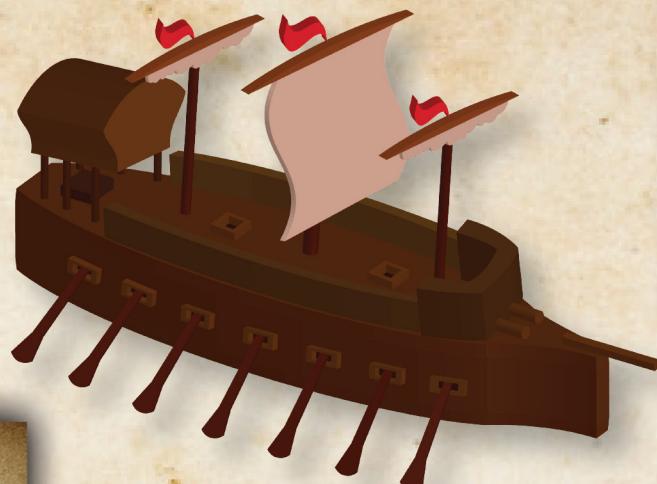
OBJECTIVES

To let the people know about the existing of Melaka battleship and reserve the Malay culture using toys and miniature concept so that people can acknowledge the real shape of battleship.

Muhammad Mifzal bin Mohd Nizam
2018207544
0176379350
Mifzal250@gmail.com
Software : Adobe Illustrator and
Adobe Photoshop



The Historical
of Melaka Battleship



FINAL PROJECT GDG666 GRAPHIC DESIGN



FINAL PROJECT GDG666 GRAPHIC DESIGN



WAYANG KULIT IN NEW APPROACH

Malaysian young generation need to learn one of the unique traditional culture in a new exposure and experience. Wayang Kulit (shadow play) is one of the popular Kelantan traditional culture.



GRAPHIC DESIGN IDEA & PROPOSAL

This project is to introduce a new way in playing Wayang Kulit. Traditionally Wayang Kulit played by Tok Dalang, on a stage behind the wide screen.

By creating a creative kit Wayang Kulit now can be played by everybody. The propose product and idea is for Smiggle.



MUHD AMMAR DANIAL
BIN ZAMRI

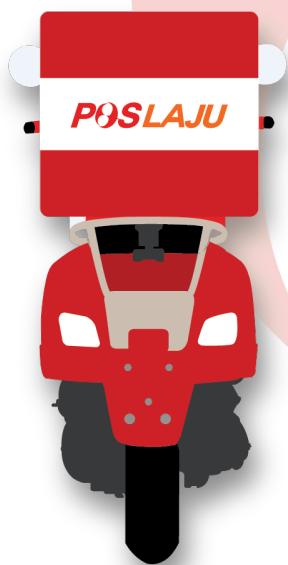
2018254764
01136250447
ammardanialad@yahoo.com

SOFTWARE USED :



POSLAJU

POS LAJU: WAU IMPLEMENTATION



PROBLEM STATEMENT

Pos Laju Malaysia identity embodies the spirit of what its brand signifies. However, not a lot of brand implements how important cultural preservation. Pos Laju is a service that delivers posts on a daily basis, it is a good brand to have wau as a cultural element. Hopefully with this implementation most people will not forget about the beauty of Malaysia's culture: wau.

OBJECTIVES

To rebrand pos laju with wau implemented designs so it can encourage people to appreciate the culture of wau as well as create an awareness of how important cultural perservation is.

Ahmad Luqman bin Mohamad

2018698764

0142350173

luqpein@gmail.com

Software: Adobe Illustrator & Adobe Photoshop



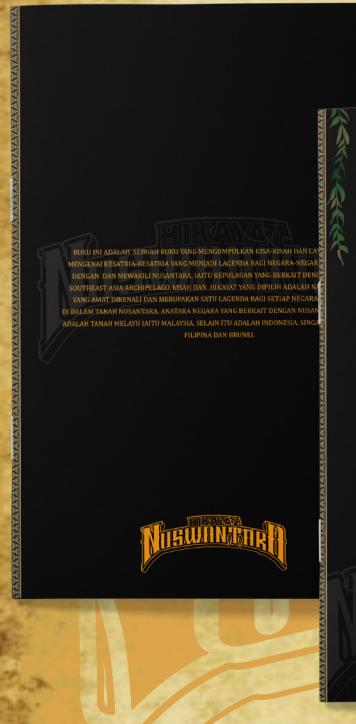
POSLAJU



HIKAYAT NUSWANTHERI

HIKAYAT KSATRIA ASTRONESIAN

FINAL PROJECT GDG666 : GRAPHIC DESIGN



SINOPSIS

Sang Nila Utama adalah seorang putera dari keturunan diraja Sriwijaya yang membutuhkan kerajaan Singapura pada tahun 1324. Reginda salah anak kepada pasangan Sri Nila Palawan (Sri Maharaja Sing Sapura Paduka Sri Trimurti) dan Sri Nila Utama (atau kepala Demang Lebar). Keturunan mereka bertemu di Sembrang. Ketika pergi memerlukan di sebuah pulau untuk beristirahat. Sang Nila Utama mengatakan bahwa dia akan mencari pergi selama hari besar. Baginda membuat lapasutan memerlukan batu tersebut biang ke puncak gunung iku dan terdapat sebuah pulau iku dengan pantai yang padat dan cantik.

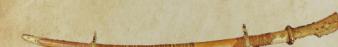
Baginda bertemu dengan orang-orang yang pulau itu yang bernama orang-orang singapura. Baginda membuat lapasutan untuk mendekati pulau tersebut namun dia perlu melalui lautan yang luas baginda dipaksa untuk berjalan kaki dan mendaki air laut untuk mendekati kapal. Bagaimanapun, kapal itu masih dimandasi air dan harum sedikit demi sedikit. Atas nasehat ratu mahabu kapal dia membuat mabuk berseri yang berat ke dalam laut, serta merita robet berbentuk dan meruska selamat sampai ke Temasek.

Baginda mendaki di atas mangat singapura dan menemui seorang bawahan Ibu Tua. Ibu Tua baginda merupakan bintangor polis yang berkulit merah, berkerah hitam dan berbadan putih. Bintangor ini kelihatan sangat cantik dan bergerak dengan panta hingar ke dalam hutnya.

Bintangor ini bernama Ibu Tua yang merupakan bintangor lautan yang sangat cantik dan berkulit merah.

Ketika bertemu dengan Singapura ini dia mengatakan bahwa dia adalah putera kerajaan sembrang oleh Sang Nila Utama iku seorang hormat matanya. Mereka yang ini adalah petunjuk yang baik. Baginda memerlukan untuk membawa sebuah kota baru di Temasek dan memerlukan "Singapura". "Sing" berperempuan nama bintangor yang dibujuk baginda dan "pura", satu perkataan sanderi bermaksud "kota" atau "bandar". Jadi "Singapura" bermaksud kota singa atau bandar singa. Sang Nila Utama turus memerlukan Singapura selama 40 tahun dan mangat pada tahun 1372 dan dimakamkan di Batu Larangan (batu ini di Fort Canning Hill).

SENJATA SANG NILA UTAMA



Cara Si Mampuni (Jawi : سی مانپونی) ialah sebuah pedang yang disebut di dalam teks Sejarah Melayu, kepuanan Maharaja Sing Sapura/Sang Nila Utama) iaitu merde moyang legenda Raja-Raja Melayu. Selain rata-ratanya, ia juga merupakan senjata simbol kedaulatan dan keleluasaan kerajaan Melayu. Ia diberikan kepada Sang Nila Utama oleh para pengasas kerajaan Singapura. Lantaran keperluan kerajaan Melayu pertama Konsulat Melayu dan seterusnya kepada Muafiz Syah I. Sultan Perak pertama Pedang tersebut kemudian merupakan sebahagian daripada keberadaan Konsulat Melayu.

HIKAYAT NUSWANTHERI

HIKAYAT KSATRIA ASTRONESIAN



PROBLEMS STATEMENT

Nowadays, reading materials that related to the topic of describing or story telling about Nusantara or some others that related only based on heavy reading information kind of materials such as novels, historical books and others related to it. With this kind of material, it's hard to attract young generation to gain information about it from such materials cause it is full of text, young generation more likely attract to reading materials that fills with graphic or picture and less text. Because of that, there's a problem where they were Lack of knowledge about Nusantara background and its culture. At the same time it affected The Nusantara related material in getting low demand and exposure among teenagers. Teenagers seems to lack of interest towards this kind of subject. (find unattractive)

OBJECTIVES

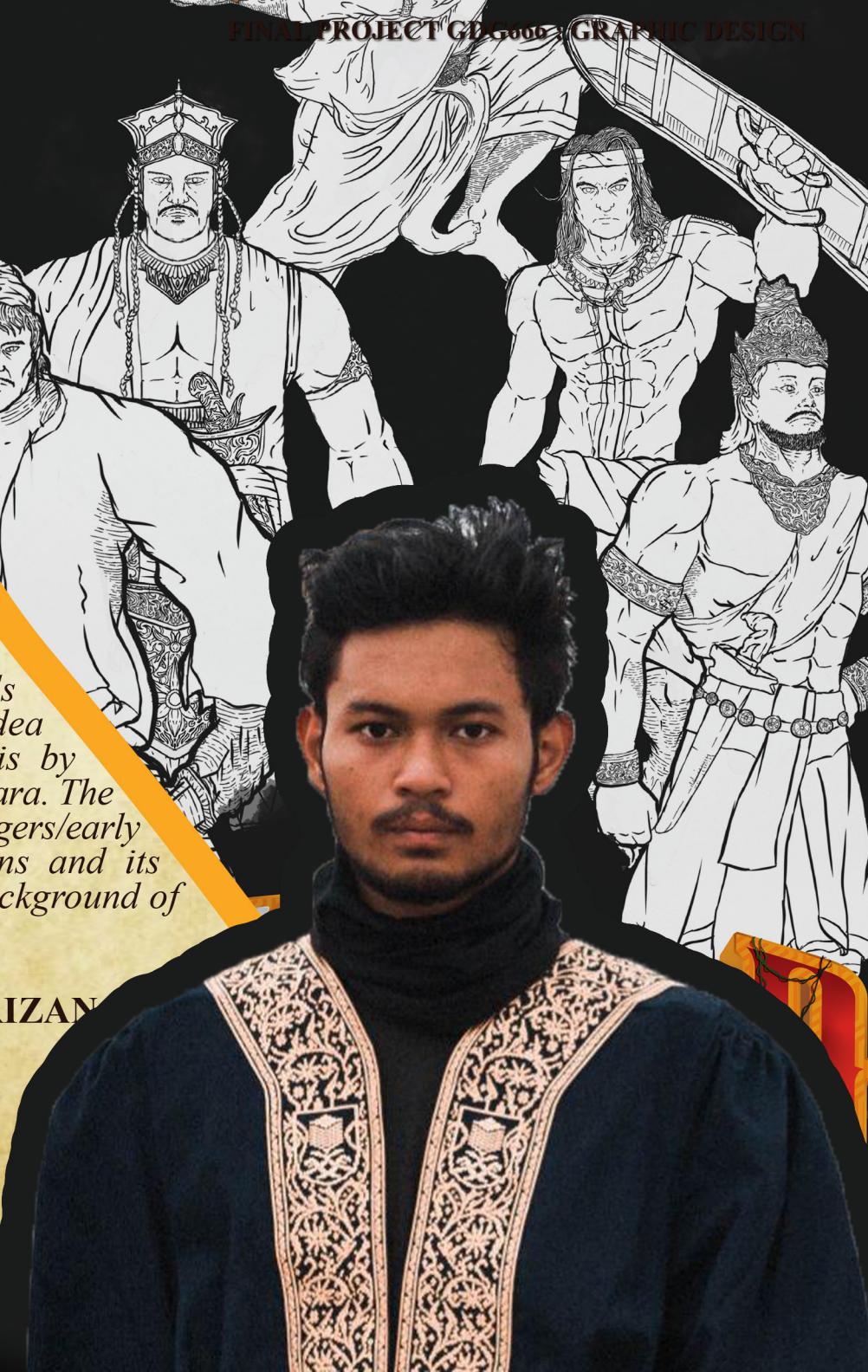
To counter the problems that been having towards the nusantara related materials, suggestions of idea and mockup of ideation has been made which is by creating an utilising graphic books about Nusantara. The purpose of creating this books is To educate teenagers/early adulthood about Nusantara /archipelago relations and its culture.Besides that, to widen the Culture and background of our Nusantara make it more well-known.

MUHAMMAD FAKHRI HUSAINI BIN NORIZAN

2018208044

0176406047

fakheri08@gmail.com



Software: Procreate(iPad), Adobe Photoshop,
Adobe Illustrator

2

Program Diploma Seni Reka Grafik & Media Digital (AD111)

Buat julung kali, Fakulti Seni Lukis dan Seni Reka menganjurkan pameran berbentuk digital. Seramai 51 orang pelajar tahun akhir (semester 05) Program Diploma Seni Reka Grafik dan Media Digital (AD111) terlibat dalam pameran ini. Karya-karya pelajar yang dipamerkan berasaskan korporat identiti, ilustrasi, pengiklanan dan juga multivimedia. Pemilihan karya berteraskan kepada karya berbentuk penerbitan bercetak "*print-based*" dan seni digital "*screen-based*". Pelajar perlu memilih bahan kajian yang terdiri daripada kategori servis, acara (*event*) atau institusi. Setelah penentuan bahan kajian dijalankan, pelajar akan mengilhamkan konsep dan idea baru bagi menghasilkan sebuah reka bentuk grafik yang bersesuaian dan berkesan. Beberapa fasa perlu dilalui oleh pelajar dalam menjalankan kajian rekaan seperti membuat rujukan rekaan grafik dan melakar perkembangan idea. Pelajar juga menghasilkan rekaan secara manual menerusi gabungan beberapa jenis media dan reka bentuk seni digital dengan menggunakan perisian grafik tertentu. Karya yang terpilih ini merupakan hasil pembelajaran berasaskan projek yang diperaktikkan dalam pengajaran dan pembelajaran bagi Program Diploma Seni Reka Grafik dan Media Digital, Universiti Teknologi MARA.

Karya Pilihan



Muhammad Qazriq Qazraq bin Faridon

qazriqfarid@gmail.com

Manshors Coffee (3D Design)

<https://qazriqfarid.wixsite.com/manshorscoffee>

Peluang Pekerjaan

- Pereka grafik dan multimedia
- Visualiser dan illustrator
- Perancang media
- Artis papan cerita
- Pereka laman web
- Pereka grafik berkomputer
- Pereka animasi





2021 JANUARY

Cats need to be in control of their **PERSONEL SPACE**. Provide your cat with enough **PERSONAL SPACE** because it will help your lovely cat feel more secure, and may positively influence its social interactions with humans and other animals. We serve all your cat needs. Contact us for more information.

SUN	MON	TUES	WED	THURS	FRI	SAT
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

Nik Nur Hazirah binti Nik Azaham
nikhazirah75@gmail.com
 MY Art Studio (Corporate Design)
<https://www.behance.net/nikhazirah3c1b>

Mohd Rizqfareeq bin Mat Razak
rizqfareeq@gmail.com
 Hada Pet House (Manual Illustration)
<https://www.behance.net/rizqfareeqfa73>

**UNFORGETTABLE
ICE CREAM TO CELEBRATE**

THE RIGHT ICE CREAM TO SATISFY OUR DESIRE

Ice cream is all about your special taste and you can enjoy it during any BIG DAY in your life. Let's try many special flavours from **Forty Licks Ice Cream** with affordable price. Enjoy the coolness with delicious and tasty ice - cream. Visit us today and for more information, please search our website at :

www.fortylicksicecream.com // FB : Forty Licks Ice Cream

Forty Licks
AUTOMATIC ICE CREAM

Amanina Izzati binti Zulkifli
mylittle_lover@yahoo.com.my
Forty Licks Ice Cream (Vector Illustration)
<https://www.behance.net/amaninaizzati>



Muhammad Ramdhan Aidil bin Md Arif
Ramdhanaidil99@gmail.com
Comic Fiesta (Digital Illustration)
<https://www.behance.net/ramdhanaidil>

WE ARE ONE



TRADITION OF RYTHM AND SOUL

Since 2015

Learn variety of dance with us at
Pusat Kreatif Kanak Kanak Tuanku Bainun, KL.

Register now at www.tunasstari.com

Nur Fahida Nadirah binti Emyzar

nrfahidaa@gmail.com

Tunas Tari (Digital Illustration)

<https://www.behance.net/fahidanadirah>

**EASY CLICK TO FULLFIL YOUR NEED!**

Just wait at home, all needs will deliver right to your doorstep. Choose and order your grocery and fresh products with us. For more information, kindly search out our website at www.segifresh.com

**Siti Aisyah***hamano.hikari@gmail.com*

Segi Fresh (Vector Illustration)

<https://www.behance.net/aihamano>



Nurul Nadherra binti Safar
nurulnadhera2@gmail.com
Ani Sup Utara Restaurant (3D Blender)
<https://www.behance.net/nadherra>

Nur Husna Izzati binti Rosely
: makeyhusna@gmail.com
Tinie Bakery (Watercolor Painting)
<https://www.behance.net/husnaizzati>



Ilya Aliesa binti Nazmi

ilyaaliesa1810@gmail.com

PickNPaint Art Studio (Digital Illustration)

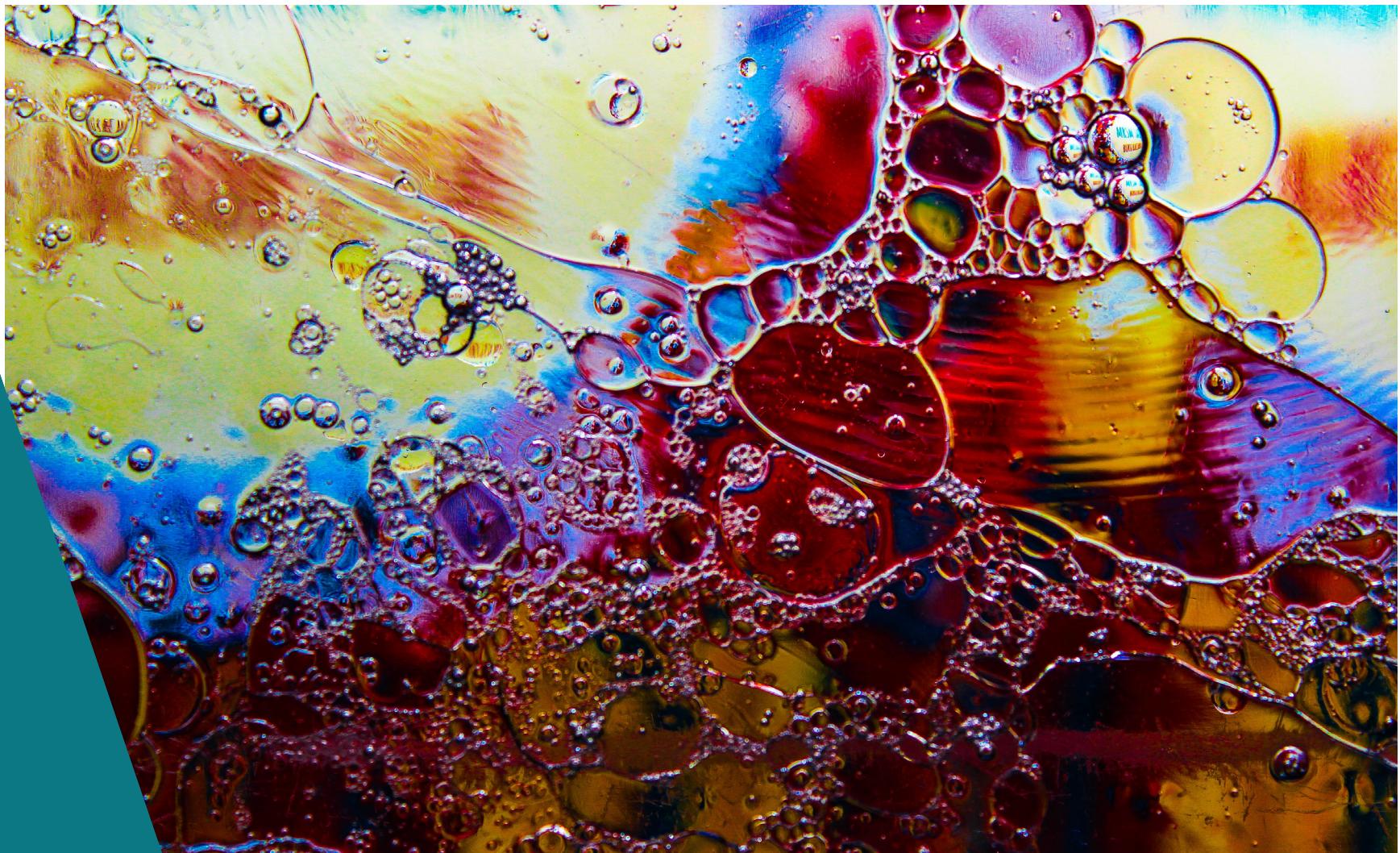
<https://www.behance.net/ilyanazmi>

7

Program Diploma Fotografi & Pengimejan Kreatif (AD117)

Program diploma ini menekankan pembelajaran dan pengajaran kepada asas fotografi dan juga videografi serta aplikasi yang terlibat dalam proses-proses penghasilannya. Pelajar dilatih untuk berfikiran kreatif dan inovatif dalam menghasilkan idea di mana dalam proses pembelajarannya akan melibatkan "*hands-on technique*" terutamanya dalam pengendalian kamera. Selain itu elemen dan prinsipal fotografi sangat dititikberatkan di dalam penghasilan sesuatu karya. Penggunaan studio fotografi akan dipantau oleh pensyarah bagi memastikan pelajar itu mahir dalam mengendalikan peralatan studio untuk sessi fotografi bersama model dan juga produk. Pada akhir kursus pelajar akan berkebolehan untuk memahami beberapa disiplin yang berkaitan serta mempelajari teknik penyelesaian masalah menggunakan kaedah konvensional atau pun peralatan berteknologi untuk "*output*" yang berkualiti tinggi demi melahirkan pelajar yang kompeten kepada industri.

Karya Pilihan



Amirul Syazwan bin Sharif Akhtar
amirulsharifakhtar@gmail.com
011-11237289
<https://www.behance.net/amirulsharif>

Peluang Pekerjaan

- Pengarah sinematografi
- Jurufoto makanan
- Jurufoto fesyen
- Wartawan foto
- Jurufoto perkahwinan
- Youtubers
- Jurufoto drone
- Jurufoto forensik
- Videografer penyiaran





Nur Ain Najiha binti Abdullah
ainsabri20@gmail.com
011-27248892
<https://www.behance.net/ainsabri>

Fariha Afina binti Razali
farihaafina14@gmail.com
011-31366752
<https://www.behance.net/farihaafina>





Md Alif Haiqal bin Norzailan
haiqalalif129812@gmail.com
012-3652026
<https://www.behance.net/haiqaldieg0c96>

Nur Ain Najiha binti Abdullah
ainsabri20@gmail.com
011-27248892
<https://www.behance.net/ainsabri>



Nor Qaidah binti Annuarulhaque
qaidaannr@gmail.com
017-5717199
<https://www.behance.net/qaidahann>

Faziera binti Zahari
faziera.zahari99@gmail.com
012-9488305
<https://www.behance.net/fazierazah4faf>



Nur Amisha Khaleeda binti Azkisham
icreatetragedies@gmail.com
011-11666876
<https://www.behance.net/amishakhaleeda>

Muhammad Adib bin Harzan
muhd.adib74@gmail.com
018-2411270
<https://www.behance.net/adibharzan>



Muhammad Aqil Ammar bin Mohd Puad
Akilammarz99@gmail.com
018-2338721
<https://www.behance.net/akilammar>



Fatin Natasha binti Mohammad Nazri
fatinnatasha390@gmail.com
017-6374419
<https://www.behance.net/fatinnatasceee>

4

Program Diploma Seni Reka Perindustrian (AD 114)

Program diploma ini menekankan pembelajaran dan pengajaran yang bersifat rekaan sesuatu bentuk produk seperti pengangkutan, produk, dan perabot. Penekanan lebih diberikan kepada nilai estetika dan pemikiran kreatif. Selain itu ciri-ciri dan sifat material perlu difahami oleh pelajar bagi memastikan rekaan yang di cadangkan dapat dibina dan berfungsi dengan sebaiknya. Pelajar juga perlu memahami trend rekabentuk, pembuatan, dan kaedah penyelidikan bagi menamatkan pengajian. Pada akhir program ini, pelajar berupaya untuk mereka bentuk produk gunaan mereka sendiri serta bekerja di lapangan industri dalam kategori tertentu seperti automotif, laut, mainan, atau alat perubatan.

Karya Pilihan



Nurul Intan Nabila binti Md Safar

fatilanabila@gmail.com

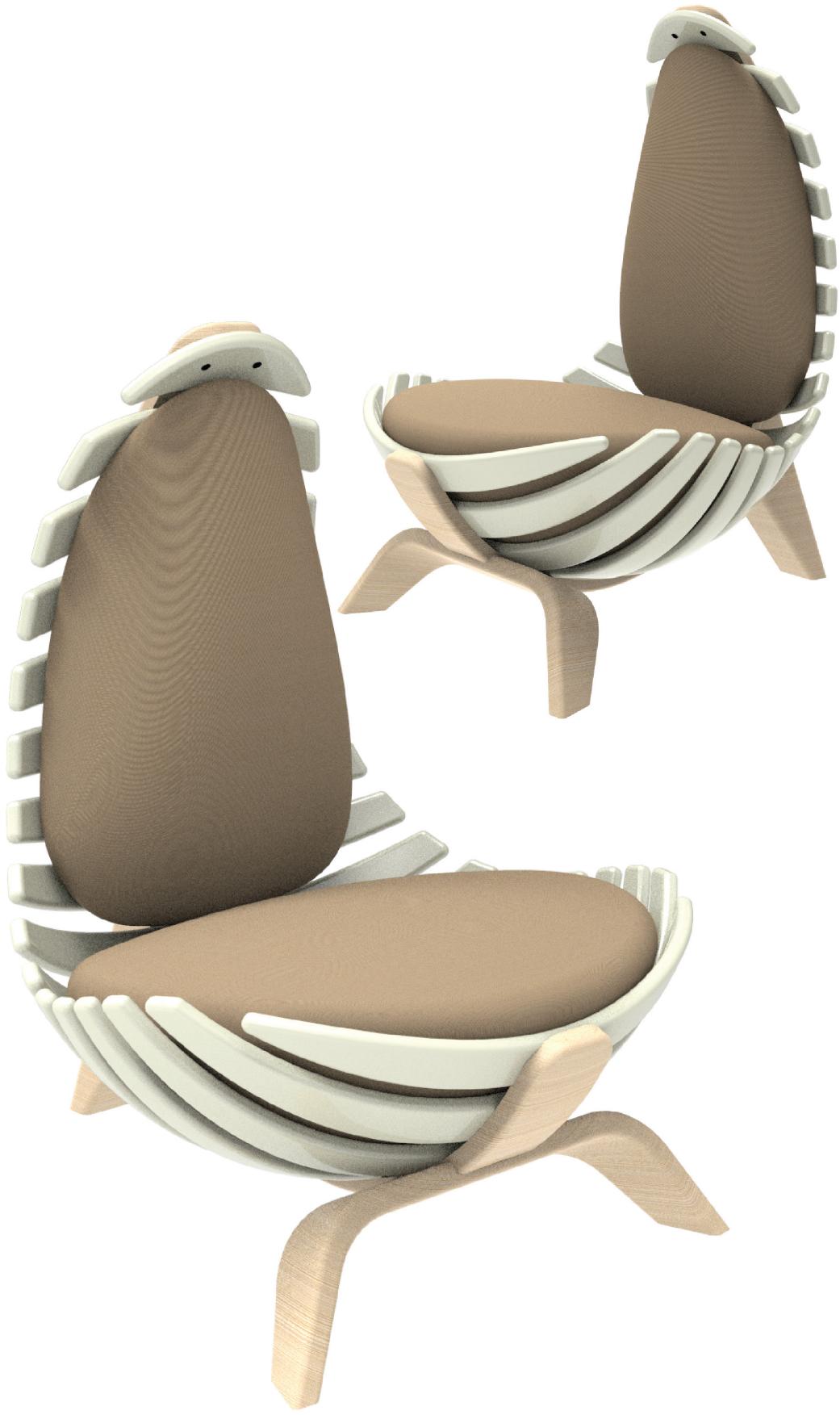
EMOTION CHAIR

011-51130631

Tubular steel, Rod Steel, Fibre Glass, Upholstery

Peluang Pekerjaan

- Pembantu pereka produk
- Pereka dalaman
- 3D visualizer
- Perancang ruang
- Pereka papan tanda
- Pereka set penggambaran
- Draughts person
- Pembuat model





Muhammad Arif bin Adnan

arifadnn@gmail.com

011-17953537

LUMBRA CHAIR

Bending Wood, Solid wood, Upholstery

Afifuddin bin Abd Kahar

afikahar48@gmail.com

013-6432274

ORNATE LOUNGE CHAIR

Square Aluminium, Aluminium Plate, Upholstery



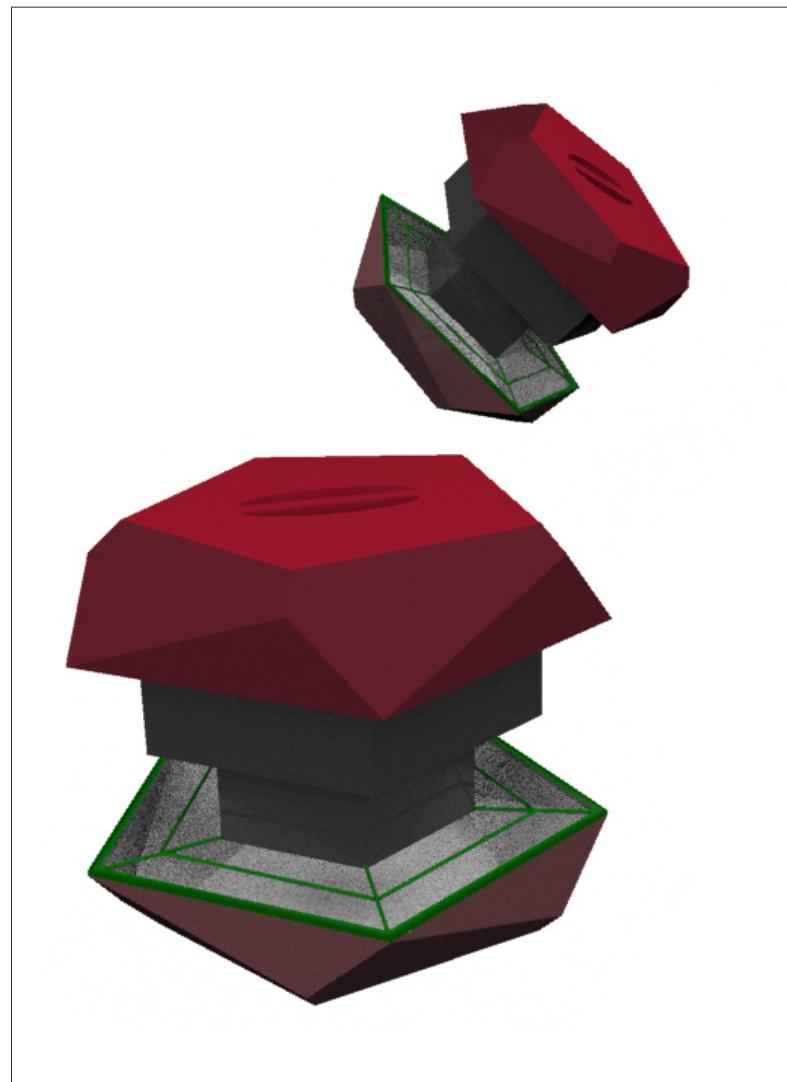
Nur Fazira binti Basir
fazirabaseer99@gmail.com
018-9854118
SUMMER LOUNGE CHAIR
Tubular steel, ROd Steel, Solid wood, Upholstery



Zulhakimi bin Zulkifly
zulworkspace@gmail.com
016-2406963
AJI BUANA CHAIR
Tubular steel, Upholstery (Leather)



Mohammad Luqman Nurhakim bin Sakban
luqmanhakimler98@gmail.com
018-7704598
HONEYCOMB EGG CHAIR
Thermoplastic (ABS), Steel, Upholstery



Muhammad Mirza Amirul bin Khairul Anuar
zulworkspace@gmail.com
016-2406963
POKE-FIER
Plastic

Hijazi bin Zulkiply
hijazizulkiply@gmail.com
012-3140408
AGUA
ABC Plastic

5

Program Diploma Seni Halus (AD 118)

Program diploma ini menawarkan pelbagai pengetahuan dan latihan dalam kemahiran di bidang seni visual mencakupi lukisan, catan, arca dan cetakan. Pelajar di latih untuk menjadi kreatif dengan kepekaan aspek formalistik dalam seni visual melalui eksperimentasi bahan, teknik dan imajan sebagai landasan menghasilkan sesebuah tugasan karya Seni Halus. Proses pembelajarannya akan melibatkan aktiviti 'hands-on' yang praktikal dengan teknik asas Seni Halus sejagat dan diseimbangi dengan pendedahan kepada teknologi digital dan media baru sebagai latihan sokongan yang sewajarnya di mahiri oleh generasi masa kini. Graduan Diploma Seni Halus akan berupaya dan berkebolehan dalam berbagai skill mengikut pendedahan pelbagai disiplin kesenian visual. Kepekaan visual selalunya akan diiringi dengan pemikiran kreatif, kritis dan innovatif dalam mengenangkan idea-idea terkini yang unik berkait dengan konteks alam semulajadi, budaya, warisan sejarah, masyarakat maupun isu semasa.

Karya Pilihan



Muhammad Azfar bin Roslan
mriamkmaruddin@gmail.com
013-3421511
ROAM AVIATION
Linocut on paper
(30 x 43 cm)

Peluang Pekerjaan

- Kurator
- Pengarca
- Visualiser dan illustrator
- Artis papan cerita
- Pereka animasi
- Pengkarya antarabangsa





Muhammad Aiman Haikal bin Osman
ainsabri20@gmail.com
012-3767062
JIWA MEKANIKAL
Linocut on paper (30 x 43 cm)



Muhammad Azfar bin Roslan
mriamkmaruddin@gmail.com
013-3421511
ROAM AVIATION
Linocut on paper
(30 x 43 cm)



Penulisan Akademik oleh Pelajar-Pelajar dan Pensyarah-Pensyarah



EMOSI DAN HUBUNGKAITNYA DENGAN SENI GRAFIK

Oleh

Muhammad Fakhri Husaini bin Norizan

Norsharina binti Samsuri

Pengenalan

Seni grafik adalah salah satu seni yang memainkan peranan yang besar dalam penghasilan sesebuah karya yang mampu berkomunikasi secara visual diantara makhluk. Contohnya ia digunakan dalam menghasilkan sebuah visual pengiklanan bagi menyampaikan mesej kepada orang ramai atau penggunaan visual terhadap haiwan dalam memanipulasi haiwan tersebut. Untuk penghasilan karya sebegini, seorang pereka grafik harus memadankan setiap aspek seperti penggunaan subjek, prinsip kesenian, pengetahuan am, misi dan visi, dan lain-lain agar mesej yang mahu disampaikan itu berjaya diterima .

Dalam menghasilkan karya visual yang berbentuk komunikasi, aspek yang terutama yang harus dititikberatkan antaranya adalah penggunaan emosi dalam menghasilkan sesebuah karya komunikasi visual. Tetapi ramai yang tidak tahu bahkan ramai juga pereka grafik yang tidak praktikkan penggunaan emosi dalam pembuatan sesebuah hasil karya, lebih lagi yang melibatkan tujuan utama penghasilan sesebuah karya yang berbentuk komunikasi visual itu sendiri. Emosi dalam menghasilkan karya visual komunikasi amat penting kerana tujuan utama karya itu dihasilkan agar ianya dapat berinteraksi dengan penonton yang melihat karya tersebut dengan harapan mesej dan intipati yang mahu disampaikan itu berjaya difahami dan diterima oleh para penonton. Contoh, sekiranya kita mahu menghasilkan karya yang berbentuk sedih, sebagai seorang karyawan, kita seharusnya faham dan mendalami apa itu sedih dan bagaimana kita dapat menghasilkan sehelai lampiran pengiklanan yang mampu memberikan impak sedih tersebut kepada penonton itu sendiri. Dengan adanya kefahaman yang mendalam dalam sesuatu emosi, lantas kita dapat kecapi solusi dan kehendak yang diperlukan dalam menghasilkan sesebuah karya komunikasi visual yang mampu memberikan impak emosi itu tersendiri kepada penonton. Kita juga dapat faham terhadap penggunaan subjek, tema, ayat dan lain lain dengan mudah tanpa perlu membuang masa mencipta sebuah karya yang isinya penuh dengan penggunaan subjek yang tiada gunanya, intrepetasi tema yang kurang sesuai atau penggunaan ayat yang tidak tepat. Dengan adanya kefahaman emosi itu pada awal sumbang saran terhadap sesuatu karya, kita dapat meletakkan apa yang diperlukan atau tidak dalam penghasilan karya tersebut.

Penggunaan emosi juga sangat penting dalam menghasilkan karya sekiranya karya visual tersebut berbentuk sekali imbas contohnya seperti media pengiklanan, papan tanda pada jalan raya atau lain-lainnya yang berkait. Sekiranya anda mahu karya anda yang bertujuan agar orang ramai dapat

memahami bahawa anda mahu menyampaikan Visual komunikasi mengenai penjualan penghawa dingin dan karya tersebut dipamerkan di jalan raya, anda harus simplifikasi ia semudahnya agar penonton yang lihat sambil membawa kenderaan dapat tangkap mesej utama karya anda iaitu sebuah produk yang mampu memberikan kenyamanan dan sejuk terhadap pengguna. Jadi di sini anda harus mengenalpasti komponen utama dalam menghasilkan papan tanda yang menunjukkan secara terus bahawa anda mempamerkan produk yang sejuk dan nyaman. Sewaktu awal penghasilan karya, anda cuba fahami tujuan utama tersebut dan kaitkan dengan jenis emosi yang bersesuaian dalam menyampaikan tema sejuk dan nyaman itu sendiri. Contohnya, fahami apa yang anda rasai ketika anda merasai kesejukan dan kenyamanan itu sendiri. Lantas anda kaitkan dengan subjek atau tema yang sesuai digunakan di dalam karya agar penonton juga turut dapat rasai emosi yang anda intrepetasikan di dalam karya tersebut yang sama seperti apa yang anda rasa. Dengan adanya kefahaman terhadap tujuan utama visual komunikasi tersebut, sudah tentu apa yang disampaikan akan dapat mudah difahami oleh orang ramai.

Kesan Ketiadaan Penggunaan Emosi Di Dalam Hasil Karya

Banyak salah faham yang timbul dalam sesebuah penghasilan karya berkonsepkan komunikasi visual diantaranya kerana karyawan itu sendiri tidak memahami tujuan utama dalam penghasilan karya itu sendiri iaitu kegagalan dalam memahami dan menggunakan emosi dalam menghasilkan karya yang dapat menimbulkan impak dan emosi kepada penonton itu sendiri. Sekadar memahami subjek dan prinsip seni dalam menghasilkan sesebuah karya tidak cukup sekiranya karyawan itu sendiri tidak mempraktikkan emosi yang mahu disampaikannya. Sekiranya tiada penggunaan emosi terhadap karya yang mahu memberikan impak emosi itu sendiri, ianya umpama kosong atau sia-sia kerana pucuk utamanya hilang dari awal umpama anda langkau turutan yang patut diikuti lantas memberikan salah faham dan penyampaian yang berlainan. Contohnya anda mahu karya anda dapat menyampaikan satu emosi berharga terhadap karya anda, tetapi disebabkan anda sendiri tidak memahami emosi berharga itu sendiri, dan anda melakukannya hanya berdasarkan contoh karya lain atau sekadar dari penglihatan anda, bahkan anda yang melihat karya itu sendiri tidak merasa apa-apa terhadapnya, dari situ sudah gagal tujuan utama karya tersebut dihasilkan. Seorang karyawan itu sendiri harus dapat merasa apa yang dia mahu sampaikan kepada penontonnya dengan itu orang ramai turut juga dapat merasa apa yang anda rasa walau ada berlainan pendapat. Dari sini anda tidak perlu risau akan kelainan pendapat tersebut kerana emosi ini bukanlah sesuatu yang dicipta tetapi ianya suatu perasaan yang memang terpupuk di dalam manusia dan bersifat spiritual. Apa yang anda rasa pasti ada orang lain yang dapat merasanya. ianya bukan perkara yang dibuat-buat.

Oleh sebab itu emosi ini sangat penting untuk difahami dan dipraktikkan dalam mencipta hasil karya tersebut. Kegagalan pemahaman dan intrepetasi emosi di dalam sesebuah karya bukan sahaja memberi masalah kegagalan penyampaian mesej yang ingin disampaikan, bahkan ia turut memberikan perspektif yang lain atau buruk dari penonton. Kesilapan pemahaman terhadap sesuatu karya mampu memberikan suatu pandangan yang kurang enak dan boleh menyebabkan karya tersebut diberikan imej yang buruk beserta dengan pengkarya itu sendiri. Bayangkan mesej yang mahu disampaikan adalah dengan niat dan persepsi yang lain, tetapi apabila sampai kepada penonton, ianya sudah jadi sesuatu yang lain seperti kesalahan tafsiran, info mesej karya disalah erti atau menimbulkan isu yang besar di dalam sesuatu kelompok. Ianya turut mempengaruhi pengkarya itu sendiri seperti dikritik dengan teruk, karyawan tersebut tidak diterima oleh masyarakat dan lain-lain.

Kelebihan Emosi Dalam Hasil Kerja

Terdapat banyak kelebihan yang kita dapat apabila kita berjaya mengaitkan dan memahami penggunaan emosi dalam menghasilkan sesebuah karya. diantaranya ialah kita berjaya menghasilkan sebuah hasil kerja yang sempurna dengan penyampaian mesej dan tujuan yang menepati kehendak dan memberikan impak kepada masyarakat. Dengan keberjayaan hasil kerja tersebut, ianya akan dikenali dan dapat menarik minat orang ramai untuk mengetahui lebih lanjut mengenai pengkarya atau hasil kerjanya dapat diiktiraf dan diangkat menjadi satu contoh yang premier buat pengkarya lain. Selain itu, dapat mematangkan diri kita sebagai seorang pengkarya untuk menghasilkan hasil kerja yang lebih berkualiti dan menepati citarasa dan kehendak masyarakat dengan penggunaan dan pemahaman emosi dalam menghasilkan karya yang akan datang. Dengan melakukan sebegitu, kita juga dapat mengenalpasti kehendak masyarakat dengan mudah.

Hubungkait Emosi Dan Karya

Setiap emosi akan melahirkan karya dengan pemahaman dan mesej yang berbeza. Contohnya:

Emosi Marah boleh digunakan dalam menghasilkan karya yang berbentuk kesedaran contohnya seperti iklan bersifat melarang sesuatu atau pengiklanan sukan yang bersifat agresif. Dari sini kita boleh mengenalpasti penggunaan subjek dan prinsip kesenian yang bersesuaian dengan karya-karya tersebut contohnya penggunaan warna yang menunjukkan agresif atau tegas seperti warna merah, penggunaan subjek yang bersifat kasar atau terus terang seperti penggunaan fon yang bersifat serif atau tajam atau selainnya.

Emosi sedih pula boleh digunakan dalam menghasilkan karya yang berbentuk kempen atau amal contohnya seperti iklan bersifat memberikan pertolongan atau derma kepada insan yang

memerlukan atau kesedaran dalam menangani isu-isu yang berat dihadapi pada zaman sekarang seperti masalah kemiskinan atau lain-lain. Sekiranya kita ingin membuat sesebuah karya yang berkenaan dengan amal kebajikan seperti menderma, keutamaan bagi karya tersebut adalah agar masuarakat dapat menimbulkan satu sifat belas kasihan dan perikemanusiaan hingga mampu menyentuh hati masyarakat yang melihat karya tersebut sehingga mampu mengambil bahagian dalam mempraktikkan mesej yang disampaikan di dalam karya.

Emosi teruja adalah diantara emosi yang paling banyak diterapkan di dalam sesebuah karya komunikasi visual dalam mengiklan atau menyebarkan sesuatu promosi atau penganjuran sesuatu aktiviti contohnya seperti promosi pengiklanan jualan murah oleh syarikat atau penganjuran sesuatu peristiwa yang memerlukan penonton atau masyarakat mengambil bahagian dalam kuantiti yang banyak. Karya tersebut haruslah dapat memukau dan sejurus dapat memikat hati masyarakat untuk mengambil bahagian pada anjuran atau peristiwa yang ingin diadakan. Diantara ciri-ciri utama yang dapat dikaitkan dengan emosi dalam menghasilkan karya tersebut yang banyak diguna pakai sebelum ini adalah memahami penggunaan warna yang dapat menceriakan dan menarik masyarakat untuk ketahui lebih lanjut mengenai karya tersebut. Selain itu, menggunakan subjek yang mampu melahirkan sifat teruja kepada masyarakat yang melihatnya seperti iklan bercirikan promosi. Sudah tentu item yang amat tinggi permintaan akan menjadi pilihan utama masyarakat, jadi kita sebagai pengkarya harus cuba memahami apa subjek yang dapat menimbulkan sifat teruja iaitu dengan mengadakan eksperimen terhadap diri sendiri samada subjek yang digunakan itu dapat memberikan keterujaan atau tidak.

Kesimpulan

Emosi dan seni grafik bukanlah suatu gandingan yang asing, bahkan masing-masing amat memerlukan masing-masing dalam menghasilkan sebuah hasil karya yang bukan sahaja menarik di mata masyarakat, bahkan ia turut dapat menyampaikan mesej yang dapat di intrepetasi dengan tepat oleh penontonnya tanpa Fahami emosi dan tujuan utama sesebuah karya tersebut sekiranya anda mahu mesej yang disampaikan itu memenuhi kehendak anda dan masyarakat. Sekiranya anda sendiri tidak merasakan tujuan utama penghasilan karya anda itu yang bakal dikongsi dan dipamerkan kepada masyarakat, jadi anda tidak boleh beranggapan bahawa orang lain dapat memahami apa yang anda sampaikan. Sebagai seorang pengkarya, seharusnya dia memahami apa yang dibuat dan merasai mesej dan sifat karya tersebut agar karya tersebut agar ianya tidak dianggap seperti sebuah karya yang dilakukan berdasar nafsu sendiri dan diambil mudah. Sebuah karya adalah cerminan bagi seorang pengkarya. Kesimpulannya, Emosi dan seni grafik bukanlah suatu perkara yang asing bagi satu sama lain. Penggunaan dan pemahaman

emosi yang tepat di dalam sesebuah karya komunikasi visual bukan sahaja dapat memberi impak kepada masyarakat, lantas memberikan pengalaman dan meningkatkan daya kesenian di dalam diri seorang pengkarya tersebut.

Bibliografi

Azman, Muhammad Syafiq.(23 Oct. 2017).“Emosi Dalam Design Grafik.” Rahsia Design. Retrieved from www.rahsiadesign.com/2017/10/emosi-dalam-design-grafik.html.

Shahrizat Mohiyar. (14 May 2019). Emosi Semasa Membuat Grafik Design. Ubaidullah Jaafar, ubaidullahjaafar.com/emosi-semasa-membuat-grafik-design/.

SEKATAN SENI (ART BLOCK) DALAM KALANGAN PEREKA GRAFIK

Oleh

Aiman Asyraf bin Azizi

Prof. Madya Dr. Azahar bin Harun

Pendahuluan

Sekatan seni atau Art block atau Creative block merupakan situasi di mana pereka grafik ataupun artis mengalami kekeringan idea dan ketandusan fikiran bernas dalam menghasilkan karya dan tugas. Masalah ini lazimnya berlaku ketika mereka masih dalam proses menghasilkan karya atau tugas yang diberikan. Situasi ini merupakan mimpi ngeri bagi setiap pereka grafik. Hal demikian kerana, Art block mampu mengganggu proses untuk menyiapkan karya lebih lagi tugas yang diberikan oleh pelanggan. Art block juga akan memanjangkan tempoh proses penghasilan karya dan tugas dari masa yang sepatutnya. Seorang pereka grafik, tidak dapat lari dari realiti masalah sekatan seni ini.

Walaubagaimanapun, ini bukanlah asbab untuk terus berhenti daripada berkarya. Pereka grafik dan artis juga merupakan manusia biasa, yang punya pasang surut dalam arena seni ini. Perihal sekatan seni ini sebenarnya merupakan penanda aras kepada mereka untuk menunjukkan bahawa mereka sudah letih etih mengerah idea. Inilah masanya untuk mereka merehatkan minda dan mencari ilham baru untuk meneruskan karya mereka. Jika dilihat dari sudut positif pula, sekatan seni atau Art block ini juga adalah satu hikmah yang mana ianya mematangkan fikiran para pereka grafik dan artis serta membuka mata mereka untuk lebih teratur dalam menyusun waktu bekerja yang lebih seimbang dan efisien. Hal ini amatlah perlu dititik beratkan kerana waktu bekerja yang terlalu padat mampu memberikan impak negatif terhadap pereka grafik dan artis. Sebagai contoh, mengalami tekanan akibat terlalu runting dengan kerja dan tugas. Rentetan daripada impak negetif ini, ianya mampu mengundang penyakit-penyakit dalam seperti migrain dan seumpamanya. Kehidupan seharian pereka grafik dan artis juga akan terjejas sekiranya jadual kerja tidak seimbang dan mengakibatkan hubungan sosial

dan komunikasi terjejas.

Faktor-Faktor Sekatan Seni

Terdapat beberapa faktor yang menyebabkan pereka grafik dan artis mengalami sekatan seni ataupun Art block. Salah satunya ialah kurang keyakinan terhadap diri sendiri. Situasi ini berlaku ketika mereka mula mempersoal akan kemampuan mereka sendiri dalam mengasilkan karya. Mereka mula membanding-bandikan kemampuan mereka dengan artis dan pereka lain. Hal ini sudah cukup membuatkan mereka sebenarnya mengalami Imposter Syndrome. Selain itu, mereka juga akan berfikiran negatif terhadap situasi masa hadapan seperti risau karya dicemuh orang awam, takut mengecewakan pelanggan dan berasa tidak punya harapan dalam industri seni.

Seterusnya, kekurangan motivasi dan dorongan juga merupakan punca sekatan seni atau art block ini terjadi kepada pereka grafik dan artis. Motivasi amat penting untuk mendorong semangat mereka dalam menghasilkan karya. Sebagai permulaan, mereka mestilah mempunyai minat terhadap apa yang mereka lakukan. Banyak pengaruh-pengaruh negatif daripada persekitaran yang mampu merundum motivasi mereka seperti anasir tidak baik di tempat kerja. Bukan mudah untuk terus konsisten dalam bekarya. Mentaliti dan rohani pereka grafik dan artis juga perlu kuat untuk melawan anasir-anasir negatif ini. Faktor terakhir ialah kritikan dan penolakan. Menerima kritikan dan penolakan hasil karya itu sudah menjadi makanan ruji kepada pereka grafik dan artis. Walaupun terpaksa menerima, jauh di sudut hati mereka, ianya mampu menjatuhkan moral dan lebih buruk lagi, memberikan fobia kepada mereka.

Cara Mengatasi Sekatan Seni

Setiap masalah, ada jalan keluarnya, begitu juga dengan sekatan seni atau Art block. Terdapat beberapa cara dan kaedah yang boleh pereka grafik dan artis lakukan untuk mengatasi masalah ini. Berhenti serta merta daripada kerja yang sedang dilakukan dan keluar dari ruang kerja adalah kaedah yang boleh dilakukan oleh pereka grafik.

Dek terlalu lama di dalam persekitaran ruang kerja, ianya tidak dapat memberikan ilham kepada mereka. Mereka harus keluar dan menghirup udara segar untuk kembalikan oksigen bersih dalam otak dan darah agar mampu berfikir dengan segar semula. Adalah lebih baik untuk mereka berjalan sambil menikmati pemandangan luar untuk mengalihkan pemikiran mereka daripada tekanan bekerja seraya dapat mencari ilham baru.

Selain itu, mereka sewajarnya mengatur ruang kerja yang selesa dan menarik untuk memastikan motivasi mereka terus kekal. Persekitaran yang sihat mampu menjana pemikiran yang baik. Ruang kerja yang menarik dan serasi dengan jiwa mereka sendiri mampu menaikkan semangat. Sekiranya mereka buntu untuk menghias ruang kerja, mereka boleh mengakses internet

dan mencari hiasan-hiasan dalaman yang ringkas dan menarik untuk mendapatkan idea. Akhir sekali, untuk keluar daripada sekatan seni atau Art block ini, pereka grafik dan artis hendaklah berhenti seketika dan lakukan aktiviti kegemaran ataupun hobi mereka. Sebagai contoh bermain alat musik dan bermain bersama haiwan peliharaan. Aktiviti ini mampu mengembalikan mood ceria dan membersihkan otak mereka daripada tekanan bekerja.

Rumusan

Sebagai rumusan, pereka grafik dan artis juga hanyalah manusia biasa dan tidak dapat lari dari realiti hidup yang ada turun naiknya. Berehat dan berhenti tatkala sudah sampai pada waktunya walaupun kadang-kala situasi mendesak untuk mereka meneruskan kerja adalah cara/kaedah bagi menghalang sekatan seni (art block). Sekiranya mereka perlu juga untuk meneruskan kerja, lakukan cara-cara yang mampu mengatasi sekatan seni atau art block. Semoga para pereka grafik dan artis tidak berutus asa dan terus semangat berkarya dan berkecimpung dalam industri seni ini.

Bibliografi

- Kenny, T(n.d.). The top 3 major causes of creative block and how to overcome them.
Retrieve from
<https://tomkenny.design/articles/the-top-3-major-causes-of-creative-block-and-how-to-overcome-them/>
- Anastasia Azurra Baharudin (2017, November 16). What is an art block and how to get out of one
Retrieve from
<https://medium.com/@aa13707/what-is-an-art-block-and-how-to-get-out-of-one-9e00ab3f238c>
- Hill, C. (2016, November 17). 10 ways to stop artist's block.
Retrieve from
<https://creativeresources.threadless.com/stop-artists-block/>

THE PURPOSE OF INNOVATION IN PACKAGING

By

Muhammad Mifzal bin Nizam

Zahara binti Hj Ramli

Introduction

According to Kylliäinen (2019) Innovation, by definition, is that the introduction of something new. Without innovation, there isn't anything new, and vacant new, there'll be no progress. If a corporation isn't making any progress, it simply cannot stay relevant within the competitive market. Because organizations are often working with other individual organizations, it can sometimes be challenging to grasp the impacts of innovation on our society at large. There is, however, plenty more to innovation than simply firms looking to attain competitive advantage. It's not enough today for packaging to merely contain the merchandise inside. Consumers are asking that packaging do such a lot more: It must excite, inform, create an experience and even save the earth. Innovation really is that the core reason for contemporary existence. Although innovation can have some undesirable consequences, change is inevitable and in most cases, innovation creates positive change. The packaging sector is continually evolving for both customers and therefore the environment and these packaging innovations could change ourselves. They are going to be more environmentally friendly and simpler to unpack the product. There are samples of packaging innovation for example :



Image 1: Recup

'Recup' is that the first fully recyclable Dixie cup and started production in October 2017. it's made of Earth Coating, and that they have had an increase in demand. They're currently expanding with ten million euros at their expense because of the high demand.

The reCup is formed using mineralized resin coating which might break down the cup, unlike standard paper cups. The cup works rather like the other Dixie cup and is currently taking Europe by storm. This environmentally friendly cup could be a good way to scale back waste, and this might cause other companies to start out making their cups even as environmentally friendly as their competition.



Image 2: Bees wrap

One of the first sources of waste in an exceedingly household comes from the kitchen, whether it's plastic wrapping, tinfoil, various styles of bags, or more. In 2012, Sarah Kaeck started the method of reducing trash within the kitchen with Bees Wrap, a cling film or bag alternative. Bees Wrap is formed with organic cotton and beeswax, organic jojoba oil, and tree resin. It's reusable and washable, which is able to eliminate plenty of waste. Bees Wrap is extremely simple to use, just wrap the merchandise and it'll seal with the natural warmth of your body. The wrap will always be the merchandise if it's placed within the refrigerator. After one use, wash the wrap with soap and water, and it is often used the identical way again for about one year. Bees Wrap is slightly costlier, but the reusable aspect will make it definitely worth the investment, especially considering that it is often reusable over and once again for a year. Bees Wrap could pressure Ziplock or other kitchen packaging companies to seem for reusable or environmentally friendly options within the future.

Conclusion

In conclusion, the results of innovation must always be improvement. Generally speaking, the most purpose of innovation is to enhance people's lives. When it involves managing a business, innovation is that the key for creating any reasonable progress. Although your innovation activities aren't necessarily powerful enough to save lots of the globe, you must concentrate on improving the items you'll be able to affect. Small improvements eventually cause bigger and better ideas that will in some unspecified time

in the future become revolutionary within the meantime, however, you're liable for finding ways to form improvements in your own sphere of influence.

Often, getting started is that the hardest part as there are many ways to approach innovation. Our suggestion is to simultaneously work on developing your personal skills and business related aspects. You should, however, start small and pick your focus as it's impossible to realize everything without delay.

Bibliography

- Kylliäinen. J. (2019, April 26). The Importance of Innovation – What Does it Mean for Businesses and our Society? [Blog post]. Retrieved from <https://www.viima.c/blog/importance-of-innovation>
- Corona, S. (2019, May 29). Top 10 Packaging Design Innovations that Could Change 2019 [Article Smith Corona]. Retrieved from <https://www.smithcorona.com/blog/packaging-innovations-that-could-change-2019/>
- Sykes. t. (2019, September 17). Inside the world's top packaging innovations [Blog post]. Retrieved from <https://packagingeurope.com/inside-world%E2%80%99s-top-packaginginnovations-dow-awards-2019/>
- Hengsberger, A. (2019, April 18). 5 innovative packaging of the future without plastic [Blog post]. Retrieved from <https://www.lead-innovation.com/english-blog/5-innovative-packaging-of-the-future-without-plastic>
- Sutton. A. (2017, October 10). '20 sustainable packaging innovations' [Blog Post]. Retrieved from <https://www.boardofinnovation.com/blog/20-sustainable-packaging-innovations/>

SIGNIFIKAN MOTION GRAPHICS DALAM PEMBELAJARAN

Oleh

Amy Zulaika binti Basri

Dr Liza Marziana binti Mohammad Noh

Pendahuluan

Dalam meniti era globalisasi ini, pendidikan merupakan satu aset yang **bagus** dalam membantu mengembangkan jati diri pelajar. Ini kerana adalah pendidikan merupakan pelaburan berjuta ringgit dan amat penting bagi memajukan sesebuah negara. Disamping itu, bekas Perdana Menteri Malaysia, Tun Dr Mahathir Mohamad juga pernah berkata, pendidikan merupakan tunjang utama dalam membangunkan modal insan yang berkalibel dan berdaya saing. Oleh yang demikian, pelajar merupakan tonggak utama dalam membangunkan kemajuan sesebuah negara ke arah yang lebih maju dalam mencapai wawasan 2020.

Pada zaman dahulu, proses pembuatan *motion graphics* dikerjakan dengan cara menyusun gambar secara berurutan hingga menjadi satu kesatuan. Gambar-gambar yang disusun tersebut, telah dimanipulasi sedemikian rupa sehingga menjadi satu kesatuan, yang menampakkan ilusi pergerakan. Berbeza pada masa kini, *motion graphics* adalah satu gabungan media visual animasi yang popular telah ramai digunakan pada setiap golongan tidak kira golongan dewasa mahupun remaja. Motion graphics adalah satu gabungan elemen-elemen illustrasi, tipografi, fotografi, videografi dan audio. Selain itu, teknik motion graphics ini berbentuk visualasi yang minimal tetapi penuh dengan isi dan penerangan yang padat dan disampaikan dalam pelbagai gaya. Contohnya, dalam menghasilkan pengiklanan produk komersial, program berita, program hiburan, promo dan pembelajaran. Namun begitu, penghasilan *motion graphics* juga memerlukan beberapa *software* untuk mendapat gambaran dengan resolusi yang bagus dan mudah untuk difahami seperti Adobe Illustrator dan Adobe After Effects.

Sehubungan dengan itu *motion graphics* sering digunakan dalam rekaan bentuk pembelajaran mahupun persembahan sesuatu perkara. Kehadiran *motion graphics* pada era ini dapat membantu warga pendidik dalam menyampaikan sesuatu data yang rumit agar menjadi lebih mudah difahami untuk menarik tumpuan pelajar. Sejak dahulu lagi *motion graphics* adalah satu platform yang penting dalam menghasilkan sesuatu rekabentuk dan persembahan. Menurut Étienne-Jules menerusi *photographic gun* (1882) sejak kelahiran animasi dan media yang cergas seperti *motion graphics* telah membantu mengembangkan teknologi seperti videografi, filem dan persembahan pembelajaran telah menjadi lebih berkuasa dan menjimatkan.

Kesan Penggunaan *Motion Graphics* Dalam Pembelajaran

Disamping itu, era modenisasasi ini, *motion graphics* juga berfungsi sebagai medium penting dalam menjelaskan sesuatu pembelajaran yang baharu sehingga dapat menampilkan pembaharuan layanan dengan cara yang lebih menarik. Selain itu, *motion graphics* juga menjadi salah satu strategi dalam bidang pemasaran untuk memperkenalkan produk sekaligus meningkatkan daya tarikan dari produk kepada pengguna. Dengan kemajuan teknologi yang maju.

Menurut Anwari (2011) produksi animasi, penggunaan *motion graphics* yang baik dengan mengikut cara penggunaan yang betul akan meningkatkan dan mengembangkan lagi kualiti rekabentuk atau penghasilan produk agar lebih menarik untuk dipertontonkan. Ia juga dapat membantu dalam meningkatkan taraf kualiti pembelajaran agar lebih tuntas dan mudah difahami. Seterusnya, perkembangan teknologi yang pesat pada masa kini memberi kesan yang amat baik terhadap sistem pendidikan. Penggunaan platform media grafik dalam pembelajaran sebahagiannya dapat meningkatkan lagi pemahaman untuk belajar. Derek (1976), dalam *Applying Educational Technology* menyatakan bahawa penggunaan teknologi seperti media grafik dalam pembelajaran adalah satu penggunaan kemahiran yang berasas tinggi dan teknik yang moden dalam keperluan latihan yang merangkumi kemudahan belajar. Kepentingan *motion graphics* terhadap teknologi pendidikan dalam pengajaran mahupun pembelajaran dapat memudahkan lagi proses pembelajaran kerana mentokuskan kandungan topik silibus yang penting dan disamping itu dapat menjimatkan masa dan tenaga. Selain itu juga, penggunaan *motion graphics* terhadap teknologi pendidikan dapat mengelakkan rasa bosan pelajar sekaligus dapat memupuk minat pelajar untuk belajar dengan lebih baik.

Dalam membina pengetahuan pelajar yang optimis, penggunaan visual yang lebih banyak dapat menarik tumpuan pelajar di dalam kelas menerusi platform *motion graphics*. Ini kerana, pelajar dapat menggunakan skema mental dengan lebih baik berpandukan imej-imej gerakan yang dihasilkan melalui paparan VCD (Video Compact Disk), LCD (Liquid Crystal Display) dan CD-ROM. Disamping itu, Azhar Arsyad (2005: 92-93) ada menyatakan bahawa penggunaan visual dalam pembelajaran ini mempunyai beberapa konsep yang efektif bermula dengan informasi yang terdapat di dalam teks mahupun gambar rajah yang terkandung dalam silibus pelajaran dengan penerangan yang amat jelas dan penggunaan warna yang menarik. Disamping itu, penggunaan warna yang menarik juga memberi kesan yang baik bagi memudahkan semula perkara yang dilihat dan membantu mengingati semula subjek, dipaparkan menerusi gerakan gambar seperti *motion graphics*. Menurut pendapat Dzulkifli & Mustafar (2013) warna adalah perkara penting bagi manusia sebagai penyampai maklumat yang berkesan dalam sistem kognitif dan berperanan dalam menguatkan daya ingatan.

Selaras dengan penerangan di atas, peranan warga pendidik dalam penggunaan *motion graphics* dalam pembelajaran amat penting bagi memastikan sistem pendidikan bergerak aktif. Warga pendidik perlu memberi peranan dengan memberi penerangan yang maksimum kepada pelajar mengenai subjek yang dipaparkan melalui media *motion graphics*. Ini kerana ia relevan dalam penggunaan teknologi dalam pembelajaran pada masa kini seumpama diparkatakan oleh teknologi pembelajaran *Educational Technology is the study and ethical practice of facilitating learning and improving performance by creating, using, and managing appropriate technological processes and resources* (Januszewski & Molenda, 2008: 1).

Kesimpulan

Penggunaan media *motion graphics* dalam sistem pembelajaran sebagai bahan baru untuk para warga pendidik dapat membantu pengajaran semua subjek mahupun silibus dengan lebih mudah. Dalam era ini, warga pendidik perlu mengajar kaedah penggunaan pembelajaran berbentuk *motion graphics*. Ianya bukan sahaja dapat memberi pengetahuan yang lebih mendalam tetapi dapat membantu menggerakkan minda pelajar. Ini kerana, dengan cara tersebut dapat membantu mencetuskan idea yang baharu kepada mereka dan secara tidak langsung dapat menarik minat pelajar untuk belajar sesuatu yang baharu. Sebagai contoh yang boleh difokuskan kepada pelajar PROBIM yang lemah dalam kemahiran asas 3M iaitu membaca, menulis dan mengira.

Oleh hal demikian, penggunaan media *motion graphics* ini juga dapat membantu pengajaran dengan lebih mudah melalui paparan gambar gerakan berserta dengan warna dan audio yang menarik dapat membantu mereka memahami proses pembelajaran dengan cepat. Dengan usaha yang bersungguh-sungguh dalam menggunakan media *motion graphics* dalam pembelajaran kita dapat mewujudkan masyarakat yang mahir dalam bidang teknologi. Selain itu, warga pendidik dan pentadbir sekolah mahupun peringkat Universiti tidak akan mengalami permasalahan semasa proses P&P berlangsung akhir sekali, dengan usaha dan komitmen jitu ia dapat menjadikan Malaysia sebuah negara yang maju dan melahirkan pelajar yang kreatif, rajin dan kompetitif dan secara tidak langsung dapat menaikkan taraf mutu sistem pendidikan di Malaysia yang bertaraf dunia.

Bibliografi

- Media & Teknologi Dalam Pembelajaran. (n.d.). Retrieved from https://books.google.com.my/books?hl=en&lr=&id=A-LJDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=penggunaan+motion+grafik++dalam+pembelajaran&ots=koQKwy1SGG&sig=7TvtE8y_8ylx3Wf1BSyEgYLqB1I
- Gunawan, G., Harjono, A., Sahidu, H., & Sutrio, S. (2014). Penggunaan Multimedia Interaktif Dalam Pembelajaran Fisika Dan Implikasinya Pada Penguasaan Konsep Mahasiswa. Jurnal

Pijar Mipa, 9(1).

- Unknown. (1970, January 1). KONSEP DAN TEORI MENGAJAR (makalah lengkap). Retrieved from <https://pustakilmiah78.blogspot.com/2016/02/konsep-dan-teori-mengajar.html>
- Priyanto, D. (1970). Peranan Teknologi Pembelajaran dalam Memecahkan Masalah Strategi Pembelajaran. INSANIA: Jurnal Pemikiran Alternatif Kependidikan, 11(1), 3–19.
- Putrawangsa, S., & Hasanah, U. (n.d.). Integrasi Teknologi Digital Dalam Pembelajaran Di Era Industri .40. Retrieved from <https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/tatsqif/article/view/203>

WARNA TAHUNAN PANTONE

Oleh

Nur Amiera Nerina Bt Mohd Jaizi
Mohd Zaki bin Mohd Fadil

Pendahuluan

Apakah itu Pantone? Pantone menyediakan bahasa warna yang universal untuk memudahkan membuat keputusan yang kritikal melalui setiap peringkat aliran kerja untuk sesuatu jenama dan pengeluar. Menurut Pantone terdapat lebih daripada 10 juta pereka dan pengeluar di seluruh dunia bergantung pada produk dan perkhidmatan Pantone. Pantone merupakan satu-satunya panduan warna yang amat utama untuk warga pereka. Berdasarkan buku dalam talian yang bertajuk *The Complete Color Harmony, Pantone Edition : Expert Color Information for Professional Color Results*, yang ditulis oleh Tina Sutton serta Bride M Whelan, ia menyatakan bahawa Laurie Pressman iaitu Naib Presiden Institut Pantone berasa amat bertuah apabila beliau bertemu dengan Pantone serta Leatrice Elseman. Pertemuan beliau ibarat di alam kayangan yang indah kerana mereka telah membantu membuka pintu minda dan mata beliau ke dunia warna yang menawan seolah-olah beliau telah menemui suatu bahasa dan gaya yang baru.

Pada tahun 1963, Pantone telah merevolusikan industri percetakan PANTONE MATCHING SYSTEM yang berwarna-warni. Alat berikut merupakan alat inovatif yang membenarkan pemilihan, artikulasi dan penghasilan warna yang berkeyakinan, konsisten dan tepat di mana sahaja di dalam dunia. Jenama Pantone ini telah menjadi ikonik sejak alat ini mampu menganjurkan piawai warna melalui sistem penomboran dan format cip. Bahasa warna Pantone mampu menyokong semua warna utama untuk tekstil, pakaian, kecantikan, dalaman, reka bentuk seni bina dan perindustrian merangkumi lebih 10,000 piawaian warna untuk pelbagai bahan termasuk percetakan, tekstil, plastik, pigmen dan pelapis.

Pada tahun 2000, Institusi Warna Pantone telah mereka suatu konsep iaitu Warna Tahunan atau lebih dikenali sebagai Pantone Colour Of The Year. Ia telah menjadikan suatu bahan

ikutkan untuk penjenamaan, pemasaran dan masyarakat kreatif secara keseluruhan. Pengenalan Warna Tahunan oleh Pantone telah mengiktirafkan Institusi Warna Pantone sebagai rujuan utama untuk semua warna yang berkaitan. Kini Warna Tahunan Pantone sentiasa di tunggu dengan penuh gembira serta antisipasi pada setiap hujung bulan Disember.

Sejak tahun 2013, Pantone telah menawarkan warna tambahan serta alat rekaan yang setanding bersama Warna Tahunan Pantone. Pereka grafik, pereka fesyen, pereka solek, pereka dalaman dan produk pengeluaran mempunyai akses kepada semua jenis alat Pantone Colour System yang tersedia untuk mencipta atau mereka sebuah produk mahupun grafik visual yang baharu serta tular bersama Warna Tahunan Pantone.

Kepentingan Warna Tahunan Pantone

Menurut artikel bertajuk *What Is The Pantone Colour of The Year and Why It Is Important?* Yang ditulis oleh Orana Velarde, warna Tahunan Pantone ini merupakan suatu yang amat penting kerana ia memberi pelbagai kelebihan terutama dalam industri. Warna Tahunan ini memberi impak dan mempengaruhi besar terhadap trend pemasaran. Setiap tahun Institut Warna Pantone akan sentiasa mengkaji trend warna untuk memutuskan warna tahunan. Mereka sentiasa mempertimbangkan semua aspek masyarakat iaitu fesyen, pemasaran, media sosial dan juga politik. Warna yang dipilih telah menjadi semakin berpengaruh dalam dunia reka bentuk dan pemasaran jenama yang luas. Tahun 2000 merupakan warna tahun pertama yang dipilih tetapi bermula pada tahun 2007 peramalan trend warna ini telah mengambil kehidupan sendiri. Pada saat ini, apabila warna baru diumumkan, Pantone telah menawarkan pencinta warna pelbagai produk inspirasi dan palet kombinasi warna. Perkara ini telah dirancang terutama dengan mempertimbangkan warna yang sesuai.

Terdapat ratusan jenama yang menjalankan tugas merancang produk dengan “warna terbaik tahunan” ini. Oleh sebab itu, ia mengukuhkan bahawa betapa pentingnya ramalan trend warna Pantone sebagai sesuatu yang penting dan amat berpengaruh. Selain itu, warna tahunan ini memberikan kelebihan untuk sesuatu perniagaan juga. Penyelidikan trend warna yang luas oleh Pantone ini telah menjimatkan masa penyelidikan pemasaran untuk suatu perniagaan. Perkara ini membantu kerana pengumuman warna tahunan dibuat pada setiap Disember. Maka dengan itu pereka mempunyai masa untuk merangka strategi warna pada tahun hadapanya. Warna Tahunan Pantone adalah ramalan trend warna untuk pengguna. Ini bermaksud bahwa ia bertujuan digunakan untuk reka bentuk dan produk yang dibuat untuk pelanggan. Terdapat beberapa jenama besar yang sentiasa memperbaharui penampilan mereka setiap tahun tetapi kebanyakan jenama juga tidak dapat menangani perubahan tersebut. Maka warna tahunan ini membantu untuk digunakan dalam pemasaran dan pembuatan produk.

Oleh sebab itu tidak perlulah penjenamaan semula. Sebagai contoh mereka boleh mereka iklan dengan warna baru dan bukannya warna logo atau identiti jenama.

Warna Tahunan Pantone pada tahun ini ialah biru klasik (Classic Blue). Contoh idea kreatif yang boleh mengikuti trend warna ini ialah perniagaan alat solek boleh mereka koleksi warna biru klasik, penerapan warna biru klasik terhadap perabot dan produk dekoratif, penerapan warna terhadap rekaan dalaman rumah iaitu cat rumah dan lain-lain.



Gambar 1: Warna pilihan tahun 2000 - 2019

Gambar rajah di atas menunjukkan warna-warna setiap tahun dari tahun 2000 sehingga 2019. Pada tahun 2020, warna biru klasik telah dipilih. Berdasarkan daripada Pantone, warna biru klasik ini mampu menanamkan ketenangan, keyakinan dan hubungan. Warna biru abad ini mengutamakan hasrat masyarakat untuk landasan yang dapat diharap serta dibangun ketika masyarakat melintasi ambang ke era baharu.



Gambar 2: Warna tahunan 2020 biru klasik

Tambahan pula, warna biru klasik ini juga ialah suatu warna yang tiada pengakhiran masa dan ia sangat elegan dan kesederhanaan. Menurut direktor eksekutif Institut Warna Pantone, Leatrice Eiseman, beliau berkata bahawa kita hidup pada era yang memerlukan kepercayaan dan keimanan. Keteguhan dan keyakinan inilah yang dinyatakan oleh Pantone Classic Blue terhadap warna biru yang kukuh dan boleh dipercayai. Biru Klasik ini memberikan asas penambat yang mendalam. Ia juga menggembirakan langit malam yang luas dan tak terhingga. Ia juga mendorong kita untuk melihat yang luar biasa untuk mengembangkan pemikiran kita iaitu mencabar kita untuk berfikir dengan lebih mendalam, meningkatkan perspektif kita dan membuka aliran komunikasi. Berikut gambar di bawah ialah produk-produk yang menggunakan warna tahun ini.

Seterusnya ialah warna tahunan 2019 iaitu Living Coral. Menurut Pantone, warna tersebut merupakan warna karang yang hidup dan menegaskan kehidupan dengan nada emas yang memberi tenaga serta menghidupkan dengan lembut. Tidak semua warna tahunan ini digunakan dengan maksimumnya seperti warna Living Coral tahun lepas. Warna ini kebanyakannya digunakan oleh syarikat solekan, fesyen pakaian serta dekoratif dalaman seperti fabrik dan kertas dinding. Menurut Pantone, tona Living Coral ini kelihatan hangat, lembut dan bersemangat dipilih untuk memberi keselesaan di persekitaran yang sentiasa berubah. Oleh sebab kita dikelilingi oleh teknologi digital dan media sosial, kita perlukan pengalaman yang asli dan mendalam yang membolehkan kita berhubung rapat. Sifat terang warna ini mendorong aktiviti yang menyeronokan dan ringan. Ia mewakili gabungan kehidupan moden.



Gambar 3: Contoh produk menggunakan warna tahunan *living coral*

Secara kesimpulannya, warna tahunan oleh Pantone ini ternyata amat penting untuk setiap industri. Ia terbukti memberi impak dan pengaruh yang besar kepada setiap masyarakat. Maka dengan itu, Pantone adalah selayaknya mendapat iktiraf dunia sebagai panduan warna untuk setiap pereka dalam mencipta sesuatu rekaan.

Bibliografi

- Pantone. (n.d.). Pantone Color of the Year 2020 Introduction. Retrieved from <https://www.pantone.com/color-intelligence/color-of-the-year/color-of-the-year-2020>
- Pantone. (n.d.). Pantone Color of The Year: From 2007 to 2019: Colour Inspiration. Retrieved from <https://store.pantone.com/uk/en/color-of-the-year>
- Sutton, T., & Whelan, B. M. (2017). The complete color harmony, pantone edition : Expert color information for professional color results. Retrieved from <https://ebookcentral-proquest-com.ezaccess.library.uitm.edu.my>
- Velarde, O. (n.d.). What Is the Pantone Color of the Year and Why Is It Important? Retrieved from <https://visme.co/blog/pantone-color-of-the-year/>

PEMILIHAN WARNA UNTUK LOGO

Oleh

Nur Aiman Hameme binti Zaidi

Rafuzan bin Jaafar

Pendahuluan

Warna adalah salah satu elemen yang memainkan peranan yang besar untuk sesuatu rekaan. Warna yang diimplimantaskan di dalam sesuatu rekaan dapat mempengaruhi emosi seseorang. Menurut Dupont (2014), di dalam wacana ilmiahnya yang berjudul "Pemeriksaan Warna Rekaan Luaran Restoran Dan Warna Logo", warna memainkan peranan yang penting untuk memastikan logo itu dapat menarik perhatian dan kekal di dalam memori pengguna. Warna juga boleh berfungsi melambangkan identiti dan personaliti sesebuah syarikat selain mewar-warkan produk dan servis mereka kepada pengguna.

Selain itu, pemilihan warna yang betul untuk sesuatu logo adalah salah satu langkah yang amat dititikberatkan kerana logo adalah identiti kepada sesuatu syarikat. Menurut wacana Broek (2014) yang berjudul "Visualisasi Arkitip Melalui Penggunaan Warna dalam Logo" memberitahu bahawa logo terdiri daripada 3 perkara, iaitu jenis tulisan, warna dan simbol. Warna sememangnya mampu memberi impak yang besar terhadap pengiktirafan kepada sesuatu jenama atau logo dan mampu menonjolkan imej yang mereka inginkan.

Disamping itu, logo direka untuk meningkatkan penjualan produk sesuatu syarikat. Menggunakan logo, mereka membina satu hubungan bersama pengguna mereka bagi membuatkan pengguna berasa selesa dan seterusnya dapat membina kepercayaan pengguna terhadap sesuatu jenama atau syarikat. Di dalam wacana ilmiah yang ditulis oleh Munawaroh, berjudul "Kesan Reka Bentuk Logo Ke Arah Persepsi Imej Jenama Pelanggan: Penyelidikan Mengenai Bentuk Dan Warna Logo Di Hotel" menyatakan bahawa syarikat akan mencari cara untuk

berhubung dengan pelanggan mereka melalui emosi mereka. Apabila ianya tercapai, maka suatu hubungan akan terjalin di antara syarikat dan pelanggannya yang tidak dapat diputuskan dan seterusnya menjaminkan mereka dengan pelanggan yang tetap. Jenama yang mempunyai warna yang sesuai akan membuatkan pelanggan mereka berasa dekat dan percaya akan kecermelangannya. Ia juga membantu syarikat tersebut dalam segi persaingan, dimana syarikat yang sudah berjenama akan berada di tempat yang lebih tinggi berbanding saingan-saingannya yang lain.

Kesesuaian Pengguna

Pengguna merupakan salah satu aspek yang penting bagi memastikan pemilihan warna yang betul untuk sesuatu logo. Sasaran pengguna menentukan konsep sesuatu syarikat. Sasaran pengguna menentukan sama ada konsep mereka cerita seakan keanak-anakan atau lebih formal dan memerlukan reka bentuk yang lebih mudah. Personaliti sesuatu syarikat adalah berkait dengan personaliti manusia, menjadikan sesuatu logo atau syarikat tu mudah diingati oleh pengguna sasaran.



Gambar 1: Logo Starbucks

Psikologi Warna

Psikologi warna dapat membantu menarik perhatian pengguna terhadap sesuatu logo. Gabungan imej atau illustrasi mestilah disokong bersama warna yang sesuai mengikut jenis servis atau produk yang hendak dipasarkan. Sebagai contoh, logo satu syarikat makanan, McDonald, terkenal bukan sahaja dengan bentuk arca yang berbentuk 'M', tetapi mereka turut terkenal kerana warnanya. Satu model yang dicipta oleh Rabhubir (2010) bagi memberi gambaran tentang bagaimana pemprosesan visual berfungsi. Model itu menyatakan salah satu sifat visual yang dapat mempengaruhi pengguna adalah warna.

Kebiasaannya, warna merah dan kuning merupakan warna yang banyak digunakan oleh syarikat yang mengeluarkan produk atau servis berunsurkan makanan, manakala warna seperti biru adalah dianggap lebih formal dan selalu digunakan oleh farmasi atau syarikat yang ingin memupuk rasa kepercayaan kepada pengguna mereka. Menurut Alexander (2019), "Intuisi dan pengalaman seorang pereka boleh membawa mereka ke pilihan warna yang optimum untuk menyampaikan mesej logo, tetapi dimaklumkan dan bukti yang disokong secara empirikal



Gambar 2: Logo Mc Donalds

mengenai warna apa yang disukai dan dipertahankan oleh orang ramai dapat menerangkan dengan nombor mengapa pilihan ini betul." Menurutnya, warna psikologi adalah penting dalam pemilihan warna untuk logo, namun seorang pereka haruslah mengambil kira kesinambungan warna tersebut dan adat untuk sesuatu budaya untuk mengelakan silap faham. Oleh sebab itu, warna psikologi dan rasionalitinya adalah sangat penting dalam pemilihan warna untuk logo.

Kesimpulannya, pemilihan warna yang sesuai mengikut identiti dan personaliti yang diingini ditunjukkan oleh sesuatu syarikat adalah amat pentng bagi memastikan pelanggan tertarik dengan syarikat tersebut. Syarikat yang berjaya memilih warna yang sesuai akan dapat menjamin kedudukan mereka dan memastikan mereka dapat bersaing dengan pesaing mereka yang lain. Oleh itu, pemilihan warna adalah amat penting bagi memastikan matlamat syarikat dapat dicapai.

Bibliografi

- Alexander, A. T. (2019). The impact of color on visual retention and preference in logo design (Order No. 13860694). Available from ProQuest Dissertations & Theses Global. (2245807028). Retrieved from <http://search.proquest.com.ezaccess.library.uitm.edu.my/docview/2245807028?accountid=42518>
- Broek, N. (2014). The visualization of archetypes through the use of colors in logos (Master's thesis, University of Twente). Retrieved from <http://essay.utwente.nl/64830/1/Broek%20uit%20het%20Niels%20-s%200171115%20scriptie.pdf>
- Cai, R. (. (2008). The application of colors in logo design (Order No. H402258). Available from ProQuest Dissertations & Theses Global. (1026936824). Retrieved from <http://search.proquest.com.ezaccess.library.uitm.edu.my/docview/1026936824?accountid=42518>
- Dupont, A. M. (2014). An examination of chain restaurants exterior colors and logo colors. <https://scholars.unh.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1170&context=honors>
- Lieven, T., Grohmann, B., Herrmann, A., Landwehr, J. and van Tilburg, M. (2015), "The effect of brand design on brand gender perceptions and brand preference", European Journal of Marketing, Vol. 49 No. 1/2, pp. 146-169.

PEREKA GRAFIK: BAGAIMANA MENANGANI PLAGIARISME

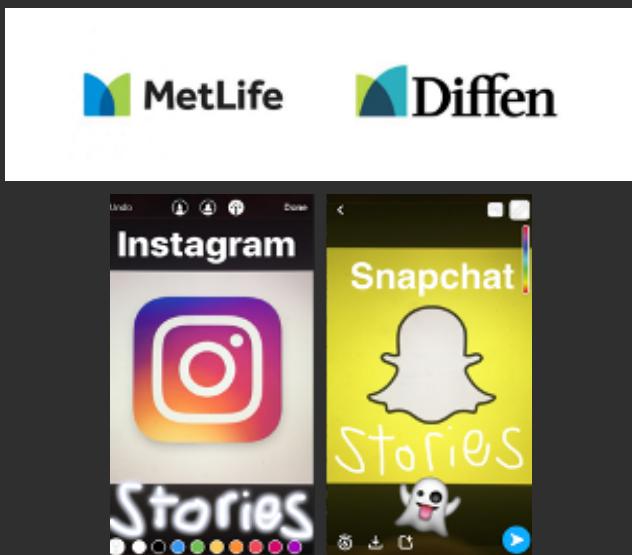
Oleh

Muhammad Ammar Danial bin Muhammad Zamri

Dr Nadzri bin Hj. Mohd Sharif

Pendahuluan

Apa itu plagiarisme? Adalah kita semua sedar isu plagiat telah lama berlaku di sekitar kita. Tambahan lagi, ia mendatangkan pelbagai kontroversi jika terjadinya isu plagiat ini terutama dalam bidang rekaan. Plagiarisme merujuk kepada perbuatan mengambil sesuatu idea, ciptaan orang lain dan mengakui dengan bangganya bahawa itu ciptaan sendiri. Misalnya, terdapat produk yang diilhamkan oleh beberapa produk yang sudah ada dan kemudiannya ada produk lain yang meniru secara terang terangan. Konsep Story Instagram seumpamanya diilhamkan oleh Snapchat dan secara tidak langsung ianya hanya klon kepada Snapchat.



Gambar 1: Story Instagram oleh Snapchat

Plagiarisme bukan masalah baru bagi pereka, namun internet seolah-olah membuka peluang terhadap berlakunya peniruan dalam menghasilkan rekaan. Ia sememangnya bagus untuk pereka mencari inspirasi di internet dan sekitarnya kerana untuk mulakan projek reka bentuk sepenuhnya dari awal tanpa mempunyai inspirasi adalah mustahil. Justifikasinya, kita akan lihat bagaimana atau apakah langkah-langkah untuk pereka mengelakkan plagiarism di dunia reka bentuk grafik.

Pernahkah kita sebagai pereka dalam bidang kreatif ini terfikir untuk menghasilkan sesuatu yang di luar kotak. Hal ini bermaksud sesuatu yang tidak pernah wujud atau dilihat di manapun di kaca tv maupun di internet. Oleh demikian, antara langkah drastik yang boleh diambil bagi menangani plagiarisme

adalah dengan mencipta sesuatu yang baharu. Walaupun kedengaran seperti agak sukar namun tiada apa yang mustahil untuk dilakukan. Bukan bercakap kosong tetapi sebagai pereka di dalam dunia kreatif, kita seharusnya berani mengetengahkan idea-idea baru dan segar untuk dijadikan sebuah rekaan. Pada masa yang sama juga tiada pihak yang akan mempersoalkan hasil kerja kita kerana idea dan kreativiti itu merupakan sesuatu yang baru. Sebagai contoh, jika diminta untuk mereka logo berunsurkan eksklusif pasti pereka akan menggunakan warna seperti kuning, emas dan hitam walhal warna-warna lain boleh digunakan untuk menunjukkan sesuatu yang eksklusif.

Perkara kedua yang boleh diambil tindakan bagi mengelakkan plagiarisme dalam kalangan pereka adalah dengan melakukan kajian. Kajian adalah siasatan sistematik dan sumber untuk menubuhkan fakta dan mencapai kesimpulan baru. Sehubungan dengan itu, kajian yang mendalam dan teliti boleh dilakukan oleh pereka bagi memastikan segala rekaan akan menghasilkan sesuatu yang baru dan menepati konsep. Misalnya, sebelum, seseorang pereka mulakan sesuatu projek, kajian mendalam perlu dilaksanakan bagi mencari maklumat dan segala data sebelum menghasilkan sesuatu. Bukan itu sahaja, tujuan kajian dilakukan adalah untuk menyelesaikan permasalahan dan mencari jalan penyelesaian. Kebaikan melakukan kajian antaranya adalah kita dapat memupuk sifat belajar sendiri tanpa memerlukan bantuan orang lain untuk menghasilkan rekaan. Selain itu, kajian mampu memastikan seseorang pereka mencari sesuatu perkara yang penting berkaitan topik penyelidikan. Landasan-landasan yang boleh digunakan untuk melakukan kajian adalah melalui buku-buku, Internet, Instagram, Facebook, dan macam-macam lagi. Bukan itu sahaja, kajian juga boleh dilakukan secara tidak langsung iaitu dengan meninjau rekaan atau hasil kerja di tepi jalan, papan iklan, dan berbagai lagi.



Rajah 1: Kajian Sintesis Rekabentuk

Tambahan lagi, jika betul para pereka ketandusan idea untuk menghasilkan sesuatu rekaan yang baru dan segar mereka boleh sahaja untuk melihat hasil kerja orang lain dengan niat hanya untuk menginspirasikan hasil rekaan tersebut. Hal ini kerana pernah wujud satu pepatah “Good designers copy, great designers steal” oleh Pablo Picasso. Pernyataan dari Pablo Picasso ini bukan mengajar para pereka untuk meniru 100% hasil rekaan tersebut tetapi untuk menginspirasikan hasil kerja orang lain. Pelbagai cara boleh dilakukan antaranya seperti mengambil mana-mana rekaan orang lain dan mengubah rupa dan bentuk asal rekaan tersebut. Hal ini tidak dikira sebagai plagiarism kerana ianya tidak 100% sama, mungkin hanya 40% sahaja dari rupa asal rekaan tersebut. Perkara ini mungkin terlihat seperti peniruan juga pada sesetengah pihak , tetapi perlu kita ingat jika pereka sudah ketandusan idea pasti akan memberi tekanan yang tinggi kepada pereka. Oleh itu, cara terbaik adalah dengan menginspirasikan hasil rekaan orang lain lalu menjadikannya sesuatu rekaan yang baharu dan segar.

Bagi mengupas lagi topik ini, cara seterusnya yang boleh diambil bagi menangani plagiarisme adalah dengan mendapatkan ilmu dari pereka yang berpengalaman. Pereka berpengalaman merupakan orang yang lebih tinggi pencapaiannya dalam bidang rekaan itu sendiri. Lanjut lagi, ianya ibarat seseorang pelajar yang mendapatkan ilmu dari seorang guru atau pengajar. Tambahan pula, pelbagai kebaikan yang pereka itu sendiri boleh dapat dengan berjumpa ataupun berkomunikasi dengan pereka yang lebih berpengalaman dan lebih tinggi tahap pencapaian. Jika berlaku komunikasi yang baik antara kedua-dua pihak, pasti sesuatu yang berharga dan berguna dapat dikongsikan bagi menambah idea-idea baru untuk menghasilkan rekaan dan mengelakkan berlakunya plagiarisme. Antara capaian-capaiyan yang membolehkan para pereka untuk berkomunikasi dengan pereka yang lebih berpengalaman adalah melalui telefon email atau dengan kehadiran teknologi yang maju seperti Facebook, Instagram, Twitter, Skype dan macam-macam lagi.

Selanjutnya, sebelum perbincangan ini diakhiri, satu lagi langkah yang boleh diambil untuk mengelakkan plagiarisme adalah dengan melakukan latihan setiap hari. Kita semua sedia maklum sebelum seseorang itu menjadi bagus dan sempurna adalah dengan melakukan latihan yang banyak. Misalnya, bukan sahaja para pereka malahan insan-insan seperti atlet, pelajar atau lain-lain juga memerlukan latihan yang strategic untuk memastikan kejayaan masing-masing. Oleh dengan itu, para pereka juga boleh melakukan latihan yang sistematis dalam pelbagai kaedah tersendiri. Antara kaedah yang boleh dilakukan para pereka adalah seperti melakukan lakaran-lakaran sebelum memulakan di bahagian digital. Oleh demikian, dengan adanya latihan yang praktikal dan sistematis mampu mengasah minda dan mengeluarkan idea-idea baru dari para pereka itu sendiri.

Sebagai kesimpulan, para pereka perlu peka dan mengambil isu plagiarisme kerana perkara ini bukan perkara yang boleh dipandang remeh kerana kesan daripada berlakunya plagiarism amat negatif terutama kepada pihak yang bersalah. Hukuman yang agak berat akan dikenakan pada peringkat mahkamah malahan berkemungkinan juga akan dikenakan denda yang amat tinggi dalam ringgit tunai. Selain itu, bukan sahaja dikenakan tindakan undang-undang malahan nama dan martabat si pesalah atau si pereka akan jatuh , dipandang rendah oleh orang lain di mana ia akan memberi kesan yang amat besar untuk masa hadapan pereka. Oleh demikian, kesemua para pereka grafik haruslah bertindak dengan lebih kreatif dan sistematik bagi mengelakkan berlakunya plagiarisme.

Bibliografi

- Gajara, D. (Jan 22, 2018). What do you think of Plagiarism in Design? Retrieve from
<https://blog.productdisrupt.com/what-do-you-think-of-plagiarism-in-design- 52b02489921e>.
- Bailey, S. (2020). Avoiding Plagiarism. 10.4324/9780429299278-1_4.
- Story-Jackson,L. Rogers, C.A & Palmquist. (2018). *Dealing with Plagiarism*. The WAC Clearinghouse. Retrieved from
<https://wac.colostate.edu/resources/teaching/guides/plagiarism/>.
- Mohd Amin Mohd Noh& Anith Amin Nudin & Nik Narimah & Wan Nur Shamsudin & Mohd Harun. (2018). Plagiarism in Graphic Design. 10.1007/978-981-13-0487-3_43.\

REALITI KERJAYA PEREKA GRAFIK DI MALAYSIA

Oleh

Amirul Adli bin Ariffin

Walid Muhammad bin Syafrein Effendi

Pereka grafik adalah seseorang yang bekerja di dalam bidang rekaan grafik dengan merujuk kepada satu proses memanipulasi perkataan dan gambar untuk menghasilkan sesuatu solusi kepada masalah-masalah komunikasi visual. Bekerja di dalam bidang ini juga terbahagi kepada dua iaitu sama ada bekerja bersama majikan atau bekerja bersendirian dengan meluangkan masa berjumpa pengurus projek secara sendiri. Kebanyakan pereka grafik membuat kerja-kerja seperti rekaan pada produk , buku , majalah , poster dan media elektronik .Bidang rekaan grafik tidak asing lagi di Malaysia kerana kebanyakan syarikat dan majikan telah banyak menggunakan khimat pereka grafik dalam menghasilkan bahan pemasaran dan juga penamaan mereka. Akan tetapi, didalam pekerjaan ini terdapat banyak juga isu seperti pendapatan gaji yang agak rendah bagi pekerja di dalam industri, syarikat yang mengambil peluang terhadap pekerja, dan terpaksa meneruskan pekerjaan sebagai pereka grafik

kerana minat walaupun tersiksa akan beban. Di dalam bidang ini bukanlah sesuatu yang mudah jika tiada pengalaman tetapi agak sukar untuk menempuh rintangan yang bakal dihadapi kelak semasa bekerja di dalam industri ini.

Pendapatan Pereka Grafik Yang Rendah

Pendapatan pereka grafik di Malaysia adalah berlainan antara satu sama lain akan sebab beberapa faktor tertentu . Faktor pertama ialah pengalaman dan kemahiran terhadap individu tersebut didalam bidang seni reka grafik itu sendiri. Kebiasaanya lebih banyak pengalaman yang diperolehi , lebih tinggi pendapatan yang diperolah oleh seseorang pereka grafik. Kemahiran dan pengalaman seseorang pereka grafik bakal menetukan tahap jawatan yang bakal diperoleh . Dalam industry ini , pada kebiasaan jawatan yang bakal diperoleh adalah visualiser, pereka grafik junior ,ketua pereka grafik, art director dan creative director. Antara fakto yang kedua pula ialah tahap pendidikan seseorang pereka grafik. Di Malaysia, kebanyakannya syarikat masih lagi menggunakan “kayu pengukur” untuk menentukan jawatan dan pendapatan bagi seseorang pereka grafik. Sudah menjadi kebiasaan di mana-mana industri di Malaysia , pada yang baru sahaja tamat pengajian akan ditawarkan dengan gaji yang minimum mengikut tahap pendidikan seseorang pereka grafik itu . Jumlah gaji yang ditawarkan oleh syarikat-syarikat swasta adalah pada peringkat sijil berjumlah RM 1000 hingga RM 1800 manakala peringkat diploma berjumlah RM 1200 hingga RM 2000 dan bagi peringkat ijazah sarjana muda berjumlah RM 2000 hingga RM 3000. Seterusnya, sektor pekerjaan juga adalah salah satu faktor utama terhadap masalah pendapatan pereka grafik di Malaysia. Secara umumnya sektor perkerjaan ini terbahagi kepada dua iaitu sektor awam dan sektor swasta. Jika bekerja di sektor swasta , kenaikan gaji lebih tinggi dan cepat berbanding di sektor awam. Ini juga tertaluk pada pencapaian seseorang dan sumbangan terhadap syarikat swasta tersebut. Manakala di sektor awam pula , kenaikan gaji mengikut terhadap amalan tahunan yang telah ditetapkan oleh kerajaan sendiri . Kenaikan gaji juga ditentukan oleh KPI yang telah ditetapkan oleh ketua jabatan seseorang pereka grafik .

Syarikat Yang Mengambil Peluang Terhadap Pereka Grafik

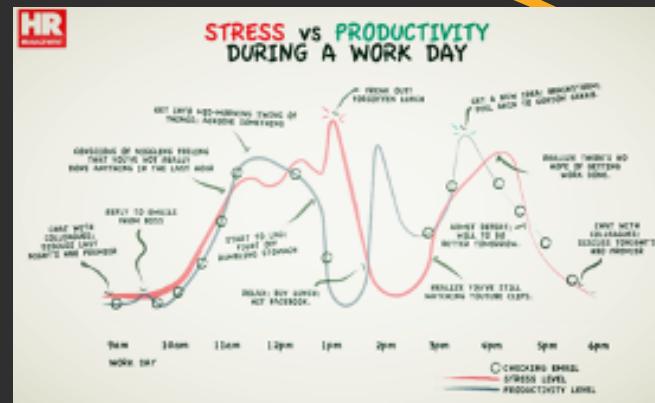
Kerjaya sebagai pereka grafik di Malaysia pada masa kini banyak dipandang rendah oleh segerintir masyarakat dan netizen dan menganggap kerjaya ini tidak ada masa depan mahupun memberi manfaat kepada negara. Ramai yang masih tidak memahami dan menghargai kerjaya dan bakat yang ada pada pereka-pereka grafik di negara ini. Meskipun begitu, masih ada syarikat dan pelanggan yang meminta karya dan kerja mereka dilakukan secara percuma tanpa berasa malu. Ini membuat pereka grafik di negara ini bukan rasa tersinggung malah rasa akan tidak puas hati akan hal tersebut.

Ilustrasi diatas menunjukkan beban kerja yang dipertanggung jawabkan oleh pelanggan kepada pereka grafik. Pereka grafik terpaksa melakukan apa yang pelanggan inginkan walaupun ianya bertentangan dengan perkara pereka grafik pelajari. Pereka grafik mempunyai kelebihan dari orang lain iaitu bakat seni lukis dan seni reka. Atas kelebihan ini sering disalah gunakan oleh pelanggan.

Adapun sebahagian besar pereka grafik yang bekerja dalam perniagaan sendiri dengan menubuhkan syarikat atau studio sendiri sepenuh masa. Seterusnya ada juga yang bekerja sebagai pereka bebas kerana tidak mahu terikat akan syarat syarikat tertentu dalam menghasilkan sesebuah karya.

Terdakwa Terpaksa Meneruskan Pekerjaan Kerana Hanya Minat

Kebanyakan pereka grafik terpaksa meneruskan pekerjaan yang tidak disukai kerana syarikat yang begitu tidak mencukupi syarat mahupun atas sebab-sebab tertentu. Akan tetapi ingin menyara hidup dan risau akan tidak jumpa pekerjaan lain, pereka-pereka grafik diluar sana sanggup menahan perit yang dilalui.



Illustrasi 1: Tekanan yang dihadapi oleh pereka grafik semasa bekerja

Rajah diatas menunjukkan masa yang diambil untuk seseorang pereka grafik dalam menjalankan tugas setiap hari. Pereka grafik yang telah melalui pengalaman perit sebegini mungkin mahu berhenti dan bekerja sebagai pereka bebas. Ini kerana menjadi pereka grafik bebas lebih mudah kerana bebas dari segi waktu dan tempat dalam bekerja.

Kesimpulan

Sebagai kesimpulan, untuk menjadi seseorang pereka grafik perlulah memiliki mental yang kuat dan kreatif jika mahu kekal berjaya dan maju terhadap dalam bidang rekaan grafik. Di Malaysia, beberapa universiti dan kolej pengajian menyediakan jurusan seni lukis dan seni reka dalam bahagian grafik. Bidang ini amat popular dalam kalangan masyarakat lantaran banyak tawaran kerja yang bakal ditawarkan kepada pereka-pereka grafik diluar sana .

Bibliografi

- Farina Jasman . (2 Mac 2018). "Belajar Art & Design!" Boleh Berjaya ke? <http://www.kraffix.com/belajar-artdesign-boleh-berjaya-ke/>
- Edelstein, J.H. (30 May 2008). The art of confession <https://www.theguardian.com/artanddesign/artblog/2008/may/30/jeanhannahedelsteinartfri>
- Sarah Sahadin. (30 Oktober 2019). Memahami Kerjaya Pereka Grafik dan Peranannya <https://www.jobstore.com/careers-blog/2019/10/30/memahami-kerjaya-pereka-grafik-dan-peranannya/>
- Syahrulasriomar. (23 Ogos 2018). Gaji Seorang Pereka Grafik <http://syahrulasriomar.blogspot.com/2018/08/gaji-seorang-pereka-grafik.html>

REKABENTUK GRAFIK DAN KAITANNYA DENGAN KLIEN/PELANGGAN

Oleh

Muhammad Iskandar Shah bin Harshad
Noorhazalen binti Saad

Pendahuluan

Rekabentuk bermaksud pengetahuan tentang penyusunan bahan secara terancang untuk menghasilkan sesuatu produk yang memberi impak kepada kehidupan sehari-hari kita (Buku Teks Rekabentuk dan Teknologi, Tingkatan 1, 2016). Secara konkretinya, proses mereka bentuk sesuatu produk dapat dilihat dan dipegang. Manakala bidang-bidang reka bentuk pula seperti pembuatan, elektronik, pertanian dan juga hiasan dalaman. Secara abstraknya pula, proses mereka bentuk produk ialah sesuatu yang boleh dilihat tetapi tidak boleh dipegang. Bidangnya seperti, perkhidmatan dan komunikasi. Reka bentuk dan seni reka grafik pula tergolong dalam bidang komunikasi abstrak. Seni reka bentuk grafik sering bergantung dengan komunikasi kerana dalam menghasilkan sesuatu reka bentuk grafik yang berjaya, komunikasi hendaklah dicapai antara pereka dan juga pengguna.

Menurut Petroski (1994) seorang pereka yang menumpu pada memuaskan satu objektif secara terperinci boleh mengabaikan pengubahsuaian yang secara retrospektif membuktikan menjadi bencana terhadap mesin, struktur, atau proses yang merupakan tujuan utama reka bentuk. Sebagai contoh, jenama-jenama yang menghasilkan rekaan grafik yang efisien dan memberi impak yang besar kepada pelanggan seperti, Nike, Nivea, Maybelline dan McDonalds dalam bidang pengiklanan mereka. Rekaan grafik yang dihasilkan oleh para pereka grafik pada setiap jenama tersebut telah memberi inspirasi kepada ramai pereka grafik di luar sana.

Dalam setiap rekaan karya grafik mahupun rekaan projek bermula dengan perbincangan ataupun diskusi bersama klien dan juga pelanggan. Hal ini demikian kerana, melalui perbincangan

yang mendalam para pereka grafik dapat mengumpulkan info dan juga pengisian bagi hasil karya yang akan mereka lakukan. Hal ini juga dapat, menghasilkan persetujuan antara pereka dan juga klien mengenai rekaan grafik yang mereka inginkan. Oleh itu, para pereka haruslah mempunyai objektif yang kukuh dalam setiap sesi perbincangan iaitu mengumpul dan menyuling informasi supaya dapat menghasilkan karya yang efektif. Untuk menjayakan perkara ini, para pereka hendaklah:

1. Tentukan matlamat dengan betul
2. Diagnosis masalah yang dihadapi
3. Kecilkan dan fokus terhadap penerokaan hasil karya

Hal ini demikian kerana, proses hasil karya akan menjadi lebih tertumpu dengan bidang dan tidak akan membuang masa dengan mengejar idea-idea yang tidak diperlukan.

1. Tentukan matlamat dengan betul

Secara ringkasnya, apakah tujuan sesuatu projek karya itu dihasilkan? Apakah yang diperlukan untuk melaksanakannya? Untuk mendapatkan tujuan penghasilan karya grafik itu daripada klien adalah satu perkara yang mudah, namun jawapan bagi hasil tujuan tersebut berkemungkinan terumbang-ambing. Pereka hendaklah mendengar dan meneliti apa yang diinginkan oleh klien. Bantu mereka mengutamakan apa yang harus dilakukan pada karya tersebut. Kemudian, permudahkan untuk menjadi satu keterangan yang ringkas dan mudah difahami.

Sekiranya para pereka menggunakan lebih dari satu keterangan untuk menjelaskan matlamat karya tersebut, tafsirannya dan cadangan penyelesaian akan dikurangkan. Pastikan keterangan tersebut sederhana dan fokus. Sebagai contoh dalam perbincangan, keterangan yang berkemungkinan akan diberi oleh klien adalah seperti :

"Video ini akan mengumumkan produk baru kami di pameran itu nanti "

"Video kandungan berjenama ini akan mendidik pengguna mengenai teknologi wifi "

"Iklan ini haruslah memberi impak besar kepada kempen pengumuman produk baru kami"

Oleh hal yang demikian, setelah mengenalpasti apakah yang ingin dicapai oleh klien, apakah langkah seterusnya?

2. Diagnosis masalah yang dihadapi

Apakah cabaran yang perlu diatasi?

Sesuatu hasil karya itu merupakan penyelesaian masalah. Dengan setiap projek atau karya yang akan pereka hadapi, mereka akan berhadapan dengan pelbagai cabaran yang perlu dihadapi dan diatasi untuk pelanggan dan klien.

Antara masalah yang perlu di diagnosis oleh para pereka adalah:
Siapa? Bagaimana? Dan Mengapa?

i. Siapakah target pengguna? Dan bagaimana karya ini penting untuk mereka? Mengapa mereka harus mengambil tahu?

Terdapat ramai bilangan pengguna yang berkemungkinan berhadapan dengan karya tersebut. Oleh itu, cuba dan kenal pasti isi kandungan yang paling utama sahaja.

ii. Apakah jenis komunikasi yang diperlukan dalam hasil karya tersebut? Apakah mesej atau maklumat yang ingin disampaikan? Jikalau klien mempunyai pelbagai keterangan ataupun idea-idea yang dikemukakan, utamakan pesanan yang berguna dan tentukan hierarki bersama mereka. Oleh hal yang demikian, dapat meningkatkan mutu sebagai rakan kongsi dengan kaedah kemahiran reka bentuk yang dimiliki untuk memberikan kejelasan.

iii. Dimanakah karya tersebut akan dipamerkan? Dalam konteks apa? Adakah pengguna di dalam kitaran jualan syarikat?

Berunsurkan konteks karya yang digunakan, seorang pengguna mempunyai tafsiran dan pandangan yang berbeza terhadap sesuatu karya itu. Setiap medium seperti sosial media maupun pengiklanan cetak memberi suatu cetusan minda yang mampu mengubah persepsi pengguna terhadap karya yang dilihat.

Berdasarkan kitaran jualan yang para pengguna hadapi, mereka mempunyai keinginan yang berbeza dan niat yang berlainan. Oleh hal yang demikian, setelah mengenal pasti apa yang ingin disampaikan? Kepada siapa ianya ingin disampaikan? Dan bagaimana ianya akan disampaikan, para pereka hendaklah mengenal pasti cabaran yang dihadapi.

3. Kecilkan dan fokus terhadap penerokaan hasil karya

Tentukan kriteria dan tetapkan ruangan hasil karya anda. Dalam menghasilkan karya grafik yang berjaya, daya pemikiran dan penyelesaian masalah akan menggunakan masa dan usaha yang banyak. Jikalau para pereka mengecilkan dan memfokuskan apa yang hendak diterokai, para pereka dapat menjimatkan masa dan usaha dengan lebih efisien. Tambahan pula, para pereka tidak perlu meneka apa yang dikehendaki oleh klien, sebaliknya hanya memfokuskan solusi kepada permasalahan mereka. Oleh itu, antara soalan yang boleh diajukan kepada klien ialah:

“Apakah parameter kreatif yang boleh digunakan?”

“Bagaimanakah rupa karya tersebut?”

“Bagaimanakah bunyinya?”

Namun begitu, para pereka harus peka akan penggunaan perkataan yang boleh mengelirukan pengguna dengan konteks yang berbeza. Pereka haruslah spesifik dengan penggunaan contoh dan bahagikan kepada bahasa yang mudah. Setelah mengenal pasti kata kunci yang diperlukan, pereka haruslah mengemukakan penyelesaian reka bentuk yang berkesan.

Kesimpulannya, para pereka haruslah bijak dalam merangka dan mengendali sesuatu projek grafik yang ingin direka. Pertama sekali, tentukan matlamat dengan betul. Dalam konteks ini, apakah matlamat yang ingin dicapai tersebut? Apakah yang harus dilakukan untuk mencapai matlamat itu. Seterusnya, diagnosis masalah yang dihadapi. Dalam perkara ini, apakah cabaran ataupun masalah yang ingin diselesaikan? Akhir sekali, kecilkan dan fokuskan terhadap penerokaan hasil karya. Dalam hal ini, tentukan perkara apa yang perlu dan tidak perlu untuk dilakukan. Oleh hal yang demikian, setelah menetapkan ketiga-tiga perkara berikut, para pereka akan mempunyai sasaran yang lebih jelas dan lebih fokus untuk dicapai semasa memulakan perancangan. Ini merupakan batu loncatan bagi para pereka untuk merangka tindakan mereka dan juga pasukan yang diikuti. Matlamatnya haruslah mendorong apa sahaja yang direka dan hendaklah disaringkan mengikut kriteria yang telah diatur secara kolektif.

SIGNIFIKAN TIPOGRAFI DALAM REKA BENTUK GRAFIK

Oleh

Siti Nor Sherry Ilyia binti Selamat
Fadly bin Dato' Mohamed Sharif

Pendahuluan

Tipografi merupakan salah satu ‘visual language’, yang memberi maksud dalam bahasa yang dapat dilihat. Tipografi merupakan salah satu saranan untuk menterjemahkan kata-kata yang ingin di perkatakan di dalam sesebuah reka bentuk. Manusia juga berhubungan dengan menggunakan tipografi setiap hari, setiap saat untuk menyampaikan kata-kata. Dalam merancang suatu karya reka bentuk, kewujudan unsur-unsur percetakan perlu diambil kira kerana ianya boleh menjaskan hierarki dan keseimbangan sesebuah kerja reka bentuk.

Tipografi memberi maksud pandangan menarik yang hadir daripada sesuatu imej yang digambarkan melalui visual (Brumberger, 2003). Tipografi merupakan seni atau teknik mengatur huruf. Menurut Baines dan Haslam (2005). Tipografi sering berfungsi sebagai salah satu ‘komunikasi penulisan’ dan ‘komunikasi visual’. Huruf akan menjadi wakil bunyi kepada sesuatu perkataan yang ingin di sampaikan. Ianya akan hadir dari segi teks atau simbol.

Pandangan yang seragam antara pereka grafik, menjadikan tipografi sangat penting, dalam bidang penyampaian

maklumat. Kecekapan perekat grafik dalam menentukan dan memilih jenis font untuk reka bentuknya merupakan aspek yang amat penting perlu diketahui dalam proses kreatif. Pemilihan imej yang menarik dalam visual imej amat memberi kesan yang menarik kepada poster, namun demikian poster tidak lengkap tanpa adanya tipografi yang memberi penerangan atau maklumat.

Tipografi

Di dalam menghasilkan sesuatu karya, memilih, menyusun, atur, mencipta ayat atau mengubah suai tipografi adalah suatu perkara yang perlu diberi fokus yang kuat dalam menghasilkan karya. Tipografi yang tidak mengikut prinsip atau teknik yang betul, akan menyebabkan sesebuah karya grafik yang mengandungi tipografi, kelihatan berselerak dan tidak kemas.

Perkara ini akan menyebabkan mesej yang ada di dalam karya tidak dapat disampaikan (deliver) dengan baik kepada orang awam. Tipografi haruslah mengikut prinsip dan teknik yang baik untuk memastikan informasi atau ayat-ayat di dalam karya, dapat memudahkan orang awam untuk membaca dan memahami mesej yang ingin disampaikan. Perkara pertama yang perlu diambil kira ialah dari segi pemilihan huruf yang sesuai dan berkesan untuk menyampai kan sesuatu mesej. Perkara ini menjadi tujuan utama dan yang menjadi bentuk dari suatu proses desain. Bonneville (2011) menegaskan bahawa pemilihan typeface harus mempunyai kombinasi yang baik antara legibility dan readability namun harus sesuai untuk audiens dan mesej yang ingin disampaikan. Selain itu Bonneville (2011) juga menambahkan tentang aspek kesesuaian dalam memilih typeface. Setiap jenis font mempunyai personaliti tersendiri berdasarkan ciri-ciri font tersebut seperti Serif, Sans-serif, Script dan lain-lain. Pilihan huruf yang sesuai adalah berdasarkan kesesuaian dari segi tema, mesej yang ingin disampaikan emosi dan sasaran audiens

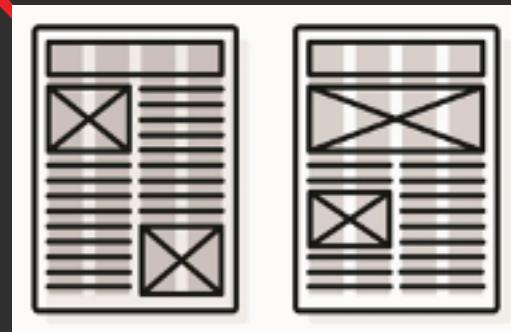
- 1 serif
- 2 sans serif
- 3 square serif
- 4 script
- 5 Blackletter
- 6 NOVELTY

Imej 1: Jenis-jenis font

Selain pemilihan jenis huruf, perkara lain yang harus diperhatikan dalam menghasilkan karya adalah konsistensi penjajaran (alignment) jarak antar baris atau ruang yang sama akan mewujudkan harmoni di dalam sebuah karya. Susunan penjajaran (alignment) jarak antar baris yang terlalu rawak (random) akan menyebabkan aliran bacaan sukar di fahami dan kelihanatan berselerak. Untuk teks yang padat, jarak ruang harus lebih rapat dibandingkan dengan teks yang lebih singkat untuk memudahkan mata melihat ke baris berikutnya. Jika jarak ruang terlalu besar, pembaca akan lebih terfokus pada jarak antar baris tersebut bukan pada baris teksnya. Perkara ini dapat menghasilkan salah satu efek positif negatif dalam sebuah desain.



Imej 2: Konsistensi penjajaran (alignment)



Imej 3: Konsistensi penjajaran (alignment)

Kedudukan teks didalam sebuah karya perlu di perhatikan kerana didalam tipografi penggunaan “white space” boleh membuatkan teks yang kelihatan padat adalah lebih senang dibaca. Dengan meningkatkan saiz font dan perluaskan jarak antara barisan boleh memberikan “breathing space” didalam teks. Berbanding perenggan yang memiliki teks yang panjang dengan ruang jarak antara barisan yang sangat kecil, ayat-ayat panjang dengan “line height” yang kecil akan menyebabkan perenggan kelihatan sangat padat dan menyulitkan bacaan oleh pengguna.



Imej 4: Kedudukan Teks

Kesimpulan

Tipografi juga merupakan elemen utama untuk memastikan agar informasi yang ingin disampaikan didalam suatu karya dapat disampaikan dengan tepat. Sebagai suatu elemen desain, tipografi juga membawa emosi di dalam mesej yang ingin disampaikan. Di era ini, kita dapat meneliti beberapa karya yang hanya menggunakan tipografi sebagai elemen utamanya, untuk menyampaikan mesej tanpa menggunakan objek gambar di dalam hasil karya.

Bibliografi

- Ariesta, S. (2013). Persepsi Konsumen Terhadap Warna, Tipografi, Bentuk Grafis Dan Gambar Pada Kemasan Produk Dengan Pendekatan Multidimensional Scaling. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*.
- Irfan & Nurabdiansyah. (2015). Karakteristik Tipografi Pada Desain Iklan Komersial Majalah Makassar Terkini Edisi Januari – Desember 2014. Prosiding Seminar Nasional “Revolusi Mental Melalui Pendidikan Seni” . pp 141-150.
- Monica. (2010) Pengaruh Warna, Tipografi, Dan Layout Pada Desain Situs. *HUMAINORA*. 1 (2): 459-486
- Rina. K,. (2015). Memilih Dan Memanfaatkan Tipografi. *HUMAINORA*. 6 (3): 312-318

KEPENTINGAN PENGGUNAAN IKON DALAM KOMUNIKASI DIGITAL

Oleh
Nursyaffa Afiqah binti Razali
Musaddiq bin Mohammad Khalil

Media sosial merupakan salah satu medium yang memudahkan pengguna untuk berkongsi maklumat dengan cepat dan efisien. Abad ke-21 menunjukkan bahawa semakin ramai pengguna yang mempunyai peranti seperti telefon bimbit, tablet dan komputer

yang membenarkan mereka untuk mengakses sosial media seperti aplikasi “Whatsapp”, “Facebook” selain daripada menyokong kemampuan dalam pembelajaran dan juga penggunaan persendirian.

Menurut S. Chairunnisa & B. A.S. (2017), komunikasi dan sosial merupakan keperluan untuk setiap manusia, sama ada secara lisan atau tidak. Pada masa kini di mana pembangunan teknologi semakin meningkat dan terciptanya peranti yang moden menyenangkan manusia untuk berkomunikasi. Selain daripada berinteraksi melalui teks, masyarakat juga boleh menggunakan ikon yang dipanggil sebagai “emoticon” atau “emoji”. “Emoticon” merupakan simbol ikon grafik dan ideogram yang menunjukkan singkatan dalam bentuk visual yang pelbagai bentuk dan berwarna-warni. Berdasarkan kajian oleh Novak (2015) “emoticon” adalah singkatan dalam bentuk teks yang menggambarkan riak wajah muka. Ia membenarkan pengguna untuk mengekspresikan reaksi wajah dan emosi, sekaligus membenarkan penerima mesej untuk lebih memahami teks tersebut. “Emoticon” bukan sahaja dapat menunjukkan ekspresi wajah, tetapi juga boleh menunjukkan tema perayaan, cuaca, kenderaan, bangunan, makanan dan minuman, halwan, tumbuh-tumbuhan, perasaan dan aktiviti. “Emoticon” atau “emoji” ini menjadi begitu popular di seluruh dunia.

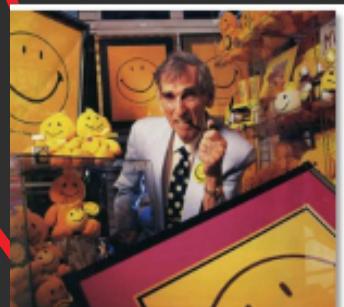


Imej 1: Ikon-ikon Emosi

Asal kewujudan Ikon Grafik Emoticon

Menurut kajian Danesi (2016), emoticon atau emoji bukan sesuatu yang baru. Pada zaman dahulu, orang-orang gua yang tidak mampu menulis telah menggunakan simbol untuk berkomunikasi dan menyampaikan mesej. Dia mengatakan lukisan hieroglifik tidak boleh menggambarkan perasaan, sebaliknya perlu memahami mesej itu dari keseluruhan elemen, di mana dalam kes ini, lukisan di dalam gua. Menurut Warren & McAlpine (2014) simbol “smiley” (:)) mula berlaku pada tahun 1862 oleh percetakan sebuah sajak oleh Robert Herrick tetapi tidak dapat dipastikan jika ianya adalah kesalahan semasa proses pencetakan. Pada tahun 1964, pencipta ikon “smiley” iaitu Harvey Ball melukis sebuah bulatan kuning dengan dua titik hitam sebagai mata dan garisan

melengkung untuk mulut. Ikon “smiley” menjadi sangat terkenal dan kemudiannya menjadi asas untuk pelbagai jenis emoticon. Set pertama emoji pula dicipta oleh Shigetaka Kurita menggunakan 12x12 grid piksel untuk digunakan di dalam emel dan telefon bimbit. “E” bermaksud gambar manakala “moji” bermaksud karakter. Ikon grafik ini juga mempunyai pelbagai jenis mengikut sistem operasi. Operasi Android, IOS dan lain-lain berbeza



Imej 1: Harvey Ball & Smiley



Imej 3: Emoji (1998-1999)

berdasarkan sistem perisian masing-masing. Aplikasi seperti Twitter dan Facebook juga mempunyai set emoji yang berlainan. Persoalannya adakah penggunaan ikon grafik ini penting dalam masyarakat, terutamanya dalam komunikasi interpersonal? Unsur utama dalam komunikasi adalah pengirim, penerima dan mesej. Pengirim akan mengirim mesej yang ingin disampaikan kepada penerima secara terus melalui medium seperti telefon, internet dan sebagainya. Kebiasaannya, mesej yang disampaikan akan terganggu dan menyebabkan ianya tidak boleh difahami. Menurut Hartley (2013), komunikasi interpersonal pula adalah komunikasi bukan verbal yang melibatkan karakter seseorang seperti ekspresi muka dan bahasa badan. S. Chairunnisa & B. A.S. (2017), komunikasi interpersonal merupakan proses untuk menyampaikan maklumat dan menggalakkan tindakbalas. Perkara ini banyak dilakukan melalui teks yang merupakan medium utama masyarakat abad ke-21 ini.

Penggunaan Emoticon Pada Era Digital

Dalam kertas kajian Zu Xhi (2015) mengatakan bahawa generasi muda banyak menggunakan aplikasi seperti Facebook, Whatsapp, Snapchat untuk berbual melalui teks. Penggunaan ikon emoji meningkat dengan adanya aplikasi ini. Dalam kajian oleh Jibril & Abdullah (2013) “emoticon” biasa digunakan kerana kekurangan komunikasi bukan lisan dalam Komunikasi Perantaraan Komputer (CMC). Ikon ini digunakan untuk menunjukkan emosi antara pengirim dan penerima. Hal ini kerana komunikasi melalui komputer tidak mempunyai gerakan, isyarat badan dan ekspresi muka. Komunikasi lisan amat penting untuk memastikan mesej

dapat disampaikan dengan jelas. Perkara ini mencetuskan tanda tanya adakah emoji ini boleh berdiri sebagai sebuah bahasa kerana kombinasi emoji mempunyai maksud tersendiri tetapi terdapat beberapa yang tidak bersetuju kerana ianya digunakan dalam teks sahaja.

Kajian oleh Huang AH, Yen DC & Zhang X (2008) manusia mula menggunakan “emoticon” untuk membantu

mengekspresikan emosi mereka dalam cara menafsirkan mesej dan mengelakkan berlaku salah faham dan perasaan negatif. Satu kajian daripada Amanda N. Gesselman, Vivian P. Ta, Justin R. Garcia (2019) menunjukkan penggunaan emoji membantu dalam urusan mencari pasangan di dalam laman jodoh. Mereka mengatakan bahawa emoji merupakan aspek penting dalam tingkah laku sosial terutamanya era digital sekarang. Ia boleh digunakan secara berstrategik terutamanya dalam domain memikat manusia.

Kajian yang dilakukan oleh Bliss-Carroll & Nicole L. Gardner (2016) mereka mendapati bahawa emoji membantu meningkatkan hubungan interpersonal yang dipisahkan oleh waktu dan jarak. Pengguna juga merasakan perhubungan yang erat melalui teks, foto, emel dan juga aplikasi lain dengan masyarakat yang berbeza. Emoji biasanya digunakan di kalangan kenalan rapat dan responden kepada kajian ini mengatakan emoji mempunyai nilai tersendiri dalam menyampaikan mesej tanpa memerlukan perkataan. Tambahan lagi, emoji mempunyai pelbagai jenis ekspresi muka dan juga ikon lain yang membolehkan pengguna untuk merasai ikatan dari segi emosi dan psikologi.

Penggunaan emoji tidak lagi asing daripada kehidupan sehari-hari kita. Kita boleh melihat ikon grafik ini di mana-mana sahaja. Menurut Danesi (2016) penggunaan “emoticon” ini membantu untuk memahami bahasa dan budaya asing dan membolehkan komunikasi. Kajian daripada Bai, Dan, Mu & Yang (2019) penggunaan emoji sebenarnya mempunyai pelbagai fungsi untuk bidang-bidang seperti sains komputer, komunikasi, pemasaran, sains yang mengkaji tingkah laku, bahasa, psikologi

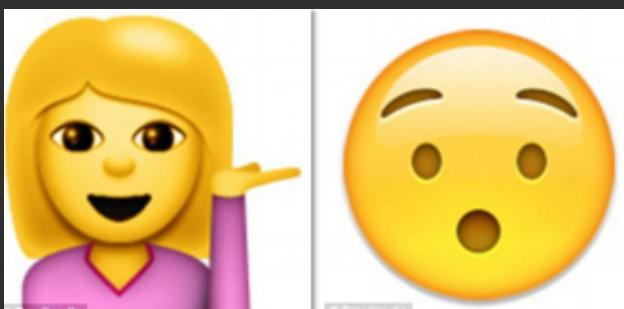
dan perubatan. Penggunaan emoji juga adalah berbeza mengikut individu, budaya dan platform.

Tetapi emoji juga mempunyai keburukannya sendiri. Zhu Xi (2015) berdasarkan hasil kajiannya terhadap penggunaan emoji dalam kalangan pelajar mengatakan bahawa ramai pelajar selesa menggunakan mesej berasaskan teks yang mana terdapat banyak penggunaan emoji. Walau bagaimanapun, berdasarkan respons yang didapati, dia berpendapat penggunaan emoji berlebihan menyebabkan responden berasa ianya menjengkelkan. Hal ini kerana, responden tidak tahu maksud di sebalik emoji yang dihantar oleh pengirim. Responden atau penerima harus meneka dan menyebabkan perbualan tersebut sukar ditafsirkan. Perkara ini jelas menunjukkan penggunaan emoji berlebihan tidak membantu dalam komunikasi. Kadangkala, emoji juga boleh menyembunyikan perasaan sebenar dan boleh menyebabkan salah faham. Penggunaan emoji juga dilihat tidak profesional jika berkaitan dengan kerja. Zerkina et al., (2017), turut mengatakan terdapat beberapa penyalahgunaan emoji yang tidak sesuai dan bahaya boleh memberikan kesan kepada masyarakat.

Maksud Di Sebalik Sesuatu Emoji

Emoji, walaupun ialah sebuah ikon yang tetap, mempunyai makna yang berbeza yang mungkin boleh menjadi faktor sama ada sesuatu komunikasi itu berkesan atau tidak.

Carrol & Gardner (2016) turut menyediakan soalan di mana responden perlu menjelaskan maksud di sebalik sesuatu emoji. Data menunjukkan terdapat perbezaan antara responden dalam menjelaskan maksud ikon itu. Hal ini boleh menyebabkan salah faham jika pengguna adalah berlainan umur, jantina atau pendapat. Terdapat juga gabungan emoji yang menyebabkan ada pengguna yang mungkin tidak memahaminya. Menurut artikel daripada UK Mail Online, emoji jugak selalu disalahertikan oleh pengguna.



Imej 3: Emoji gadis

Imej 4: Emoji terkejut

Sebagai contoh gambar diatas, emoji gadis selalunya dimaksudkan dengan karakter yang bersifat sassy atau nakal tetapi sebenarnya ia menggambarkan karakter kaunter maklumat. Emoji ‘terkejut’ adalah emoji yang menunjukkan serius.

Kesimpulannya, ikon emoji atau “emoticon” ini sudah digunakan daripada zaman primitif lagi dan mempunyai kepentingan dalam menyampaikan maklumat. Komunikasi berlaku apabila maklumat yang disampaikan adalah jelas. Penggunaan ikon ini membantu dalam komunikasi yang tidak lisan seperti teks dan emel yang biasa digunakan terutamanya apabila semakin meningkatnya zaman teknologi. Emoji membantu mengekspresikan emosi selain ikon ini sendiri yang bersifat menarik perhatian pengguna, walaupun terdapat sedikit masalah dalam penggunaan emoji yang boleh merujeaskan komunikasi.

Bibliografi

- Bai Q, Dan Q, Mu Z and Yang M (2019) A Systematic Review of Emoji: Current Research and Future Perspectives. *Front Psychol.* 10:2221. doi: 10.3389/fpsyg.2019.02221
<https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2019.02221/full>
- Bliss-Carroll, N. (2016). The nature, function, and value of emojis as contemporary tools of digital interpersonal communication (Order No. 10191572). Available from ProQuest Dissertations & Theses Global. (1853455658).
<http://search.proquest.com.ezaccess.library.uitm.edu.my/docview/1853455658?accountid=42518>
- Gesselman AN, Ta VP, Garcia JR. (2019). Worth a thousand interpersonal words: Emoji as affective signals for relationship-oriented digital communication. *PLOS ONE* 14(8): e0221297. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0221297>
- <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0221297>
- Huang, A. H., Yen, D. C., & Zhang, X. (2008). Exploring the potential effects of emoticons. *Information & Management*, 45(7), 466–473. <https://doi.org/10.1016/j.im.2008.07.001>
<http://lms.cti.cyut.edu.tw/sysdata/55/12655/doc/dcf5f7b9181a40b0/attach/366176.pdf>
- Novak, P. K., Smailović, J., Sluban, B., & Mozetič, I. (2015). Sentiment of emojis. *PloS one*, 10(12), e0144296. Retrieved from <https://journals.plos.org/plosone/article%3Fid%3D10.1371/journal.pone.0144296>
- S.Chaireunnisa and B. A.S. (2017). Analysis of Emoji and Emoticon Usage in Interpersonal Communication of Blackberry Messenger and WhatsApp Application User”. *IJSSM*, vol. 4, no. 2, pp. 120-126, Apr. 2017. Retrieved from <https://www.nepjol.info/index.php/IJSSM/article/download/17173/13991/docview/1733989515?accountid=42518>

KEMAHIRAN PEMBENTANGAN: KEPENTINGANNYA DALAM KERJAYA PEREKA GRAFIK

Oleh

Ahmad Luqman bin Mohamad

Siti Sarah binti Adam Wan

Kita semua telah melihat pembentangan yang hanya padat dengan pelbagai jenis visual tetapi sukar difahami. Sama ada pembentangan itu penuh dengan kata-kata atau dipenuhi dengan seni kata yang mengelirukan serta ketinggalan zaman yang boleh mengalihkan perhatian dari keseluruhan pembentangan. Itulah sebabnya reka bentuk persembahan yang baik adalah set kemahiran penting bagi seorang pereka grafik yang hebat.

Karier sebagai pereka grafik semakin mendapat daya tarikan dari generasi muda pada masa kini. Bagaimanapun, apa yang membezakan antara pereka grafik yang bagus dan pereka grafik amatur adalah set kemahiran mereka. Pendek kata, kerja reka bentuk grafik tidak menjual secara tersendiri. Sebaliknya, pereka grafik berperanan untuk membentang kerja reka bentuk grafik mereka dengan sebaiknya. Ia mungkin kelihatan seperti mudah tetapi percaya atau tidak, kebanyakkan pereka-pereka grafik yang muda tidak nampak akan kepentingan kemahiran ini. Mereka berfikiran seolah-olah kerja keras yang telah dicurahkan di dalam reka bentuk sudah mencukupi untuk memuaskan citarasa pelanggan. Hakikatnya ia tidak semudah begitu.

Ramai pereka grafik melakukan pembentangan kepada klien adalah mengecewakan dan memandangkan keputusan klien kadang-kadang boleh memberi makna sama ada reka bentuk itu diterima atau tidak, maka pereka grafik dari awal haruslah sedar bahawa cara mereka mempersempahkan reka bentuk mereka memainkan peranan yang penting bagi mendapatkan perhatian klien atau penggunaanya. Di sini terdapat beberapa petua yang bermanfaat yang anda boleh guna pakai untuk membentuk set kemahiran pembentangan sebagai pereka grafik.

Berkomunikasi Secara Perlahan dan Jelas

Semudah itu! Ini bukan sahaja kesilapan yang paling umum yang dilakukan oleh pereka grafik muda, tetapi ianya juga paling mudah diatasi. Apabila anda sedang membentang reka bentuk anda tentang proses pekerjaan anda, ambil irama yang tepat untuk berbicara dan bercakap dengan suara yang jelas dan juga ambil masa anda. Mulakan dengan ucapan yang berkaitan dengan proses terlebih dahulu sebelum meneruskan ke topik atau subjek yang seterusnya.

Latih diri untuk bertutur di hadapan cermin, rakam percakapan sendiri, atau berlatih dengan teman untuk memastikan suara anda jelas dan senang difahami. Setelah anda mendapat pelanggan untuk mendengar kata-kata anda, inilah masanya untuk menjual

idea anda dan membentang dengan penuh keyakinan, tenang dan perlahan-lahan melalui setiap proses reka bentuk anda.

Berlatih, Berlatih dan Berlatih

Kita semua mempunyai titik permulaan. Setiap pereka grafik yang berjaya sekarang semuanya bermula dari bawah. Jangan takut untuk melakukan kesilapan, sebaliknya belajar dari kesilapan itu. Keyakinan itu hanya akan datang dengan masa. Dengan latihan yang cukup, tidak mustahil anda juga akan menjadi sebuah pereka grafik yang hebat dalam membentang reka bentuk anda. Adalah mustahak untuk mempraktikkan cara anda membincangkan reka bentuk lebih awal daripada pembentangan yang sebenar. Ia juga sangat berguna untuk merakam sesi latihan ini dan mendengarnya selepas itu.

Anda mungkin akan terkejut bagaimana sebenarnya anda bersuara dan bercakap, berbanding dengan bagaimana anda berfikir anda bercakap di dalam fikiran. Manfaat lain tentang berlatih ialah anda dapat mengambil kira masa persembahan anda terlebih dahulu. Dalam hampir semua pembentangan yang mungkin anda lakukan, anda akan mempunyai had masa, jadi pastikan anda meluangkan masa yang cukup untuk maklum balas dan kritikan dengan menetapkan masa pembentangan anda dengan tepat.

"Less is More"

Sesiapa sahaja boleh terus dan terus bercakap tanpa berhenti. Tidak ada manfaat atau faedah untuk mengumpulkan kata-kata tambahan tetapi tiada sesiapa yang mahu mendengar. Seni kemahiran pembentangan adalah menggunakan beberapa buah perkataan untuk mengatakan sesuatu yang lebih banyak. Oleh itu, setelah anda merakam sesi pembentangan anda, semasa anda mendengarnya, cuba mencari bahagian yang tidak perlu atau terlalu banyak perkataan yang dikatakan. Bolehkah anda memotong sesuatu atau sepenuhnya? Apakah kaedah yang terbaik untuk menceritakan idea anda? Perhatikan dengan teliti kata-kata anda, dan klien anda pasti akan menghargainya. Ingat: mereka boleh meminta penjelasan sekiranya mereka memerlukannya.

Mudahkan Perbualan Anda

Terdapat sesuatu tentang kepentingan sebuah pembentangan yang membuatkan seseorang itu merasa ianya perlu memperbaiki bahasa mereka, untuk menjadikannya formal atau kompleks. Ini adalah satu kesalahan yang besar. Bahasa formal sebenarnya lebih sukar untuk difahami apa yang anda ingin menyampaikan, kerana anda menggunakan kata-kata yang mungkin anda sendiri tidak biasa gunakan, dan klien anda juga pasti tidak kerap mendengarnya. Kurangkan penggunaan bahasa baku, dan berbual secara biasa seperti anda berbual dengan teman-teman

anda. Ia juga tidak bermakna anda harus menggunakan bahasa pasar dengan sewenang-wenangnya, tetapi dalam berpada-pada. Bahasa yang paling baik untuk berkomunikasi adalah bahasa yang kita semua gunakan setiap hari iaitu bahasa percakapan biasa.

Kenal Pasti Klien Anda

Kebanyakan pembentangan yang akan anda buat, mustahil anda tidak mengetahui siapa yang akan hadir atau apakah profesi mereka. Sebaliknya, anda akan mengetahui senarai kehadiran pembentangan anda dengan tepat lebih awal, serta peranan semua orang dalam pembentangan tersebut. Oleh itu, anda hendaklah menyesuaikan persembahan anda kepada khalayak anda dengan cara yang sebaik mungkin. Ini boleh menjadi gabungan penggunaan bahasa atau analogi yang sesuai dengan klien anda sama ada secara peribadi atau sebaliknya menceritakan tentang sesuatu yang dapat berhubung dengan mereka dan latar belakang mereka serta cita rasa mereka.

Anda Mengawal Pembentangan Anda

Klien anda telah memberikan kawalan sepenuhnya dan duduk menunggu untuk anda melakukan sesuatu tentang pembentangan anda agar ianya disampaikan dengan berkesan. Anda mungkin telah menyediakan sesuatu yang tertentu, tetapi jika anda melihat ianya tidak berfungsi, anda boleh cuba untuk mengubahnya. Lagipun, anda lebih pakar dalam bidang anda. Anda boleh, sebagai contoh langkah beberapa bahagian pembentangan anda ke bahagian yang mungkin lebih menarik bagi klien anda. Bertanya kepada khalayak anda apakah ada maklumat tertentu yang mereka harapkan yang tidak lagi anda berikan kepada mereka. Mencadangkan bahawa disebabkan semua orang kelihatan mengantuk, mungkin ianya lebih baik untuk memulakan sesi soal dengan lebih awal, atau mengadakan sebuah perbincangan tentang reka bentuk anda. Cuba untuk memudahkan klien anda semasa sesi pembentangan anda, tugas anda adalah untuk membantu khalayak anda memanfaatkan pembentangan anda dengan sepenuhnya. Cara terbaik untuk melakukannya adalah dengan menerima maklum balas dari khalayak anda.

Kesimpulan

Akhir kata, untuk memperolehi kemahiran pembentangan adalah seperti melakukan aksi payung terjun. Anda boleh membaca semua buku yang ada terlebih dahulu tentang payung terjun, tetapi tiada pengganti bagi sesuatu yang anda benar-benar melakukan dan mengalaminya sendiri. Maksudnya di sini ialah, seperti kebanyakan perkara dalam hidup, untuk memperolehi kemahiran pembentangan yang baik anda hendaklah melakukannya berulang-ulang kali sehingga anda boleh dikatakan berpengalaman dalam melakukannya. Dengan petua yang diberikan ini, kami berharap anda akan menjadi lebih baik

dengan lebih cepat dengan mengikuti beberapa peraturan mudah dan merenungkan sejauh mana pembentangan anda berkesan pada akhir setiap sesi.

TRANSFORMASI PEMBELAJARAN BERASASKAN PROJEK BAGI PROGRAM SENI REKA GRAFIK & MEDIA DIGITAL

Oleh

Nik Narimah Nik Abdullah

Anith Liyana Amin Nudin

Wan Nur Khalisah Shamsudin

Pendahuluan

Program Diploma Seni Reka Grafik dan Media Digital (AD111) merupakan antara program yang telah lama ditawarkan di Fakulti Seni Lukis dan Seni Reka, Universiti Teknologi MARA Melaka. Bermula pada tahun 1994, program ini menjadi tumpuan bagi pelajar lepasan SPM yang berminat untuk menceburkan diri dalam bidang rekaan grafik, animasi dan juga rekaan pengiklanan sebagai karier mereka kelak. Keperluan pereka grafik dan animator di dalam industri juga semakin meningkat; seiring dengan perkembangan teknologi kreatif di Malaysia. Terkini, keperluan rekaan grafik dan video untuk pengiklanan di media sosial serta wujudnya jenama baru yang memerlukan penjenamaan dan pembungkusan yang segar dan kreatif semakin meninggi dari masa ke semasa. Peranan pensyarah program Diploma Seni Reka Grafik dan Media Digital (AD111) ialah untuk menyediakan pelajar yang 'industry-ready'; serta mempunyai hard-skill dan soft-skill yang baik dan seimbang. Pelajar juga disediakan dengan kurikulum, pengetahuan dan pendedahan yang relevan dalam memenuhi keperluan industri di samping membentuk individu yang berdikari, kreatif, beradab dan inovatif.

Kursus Studio Project II (GDT312) merupakan kesinambungan dari kursus Studio Project I (GDT256), iaitu kursus yang telah para pelajar lengkapkan pada semester 04. Kursus-kursus yang berteraskan Project-Based Learning (PBL) ini memerlukan pelajar untuk membuat kajian ke atas satu klien sebenar dalam usaha memberi mereka sedikit pendedahan dunia rekaan di luar sana. Kursus Studio Project I kebiasaannya memerlukan pelajar merekabentuk identiti baru bagi jenama yang dipilih iaitu logo, dan kemudiannya diaplikasikan kepada kad nama, kepala surat, pembungkusan, uniform, tanda arah, pengangkutan dan juga laman web. Bagi kursus Studio Project II pula, ianya memfokuskan kepada rekaan promosi yang melibatkan media cetak dan media digital seperti iklan suratkhabar, majalah, billboard, media sosial, iklan tv, serta aplikasi visual dalam bentuk 3D. Rangkuman kedua-dua kursus ini akan menghasilkan satu set cadangan rekaan grafik dalam imej baru dan komprehensif; berserta dengan cadangan promosi untuk tujuan pengkomersilan. Bersesuaian dengan jam kreditnya iaitu 8.0 jam dan jam temunya sebanyak 12

jam, kursus tahun akhir ini bertujuan untuk menzahirkan rumusan kefahaman pelajar dalam semua kursus yang dipelajari dari semester 1 hingga semester 5 dalam program Diploma Seni Reka Grafik dan Media Digital. Syarahan kursus selama 4 jam dan konsultansi di studio selama 8 jam setiap minggu dilaksanakan oleh 2 orang pensyarah dengan teliti dalam memastikan kefahaman 51 orang pelajar tercapai dan kualiti rekaan grafik terjaga.

Semester Mac–Julai 2020 ini menyaksikan perubahan ketara mod pembelajaran kursus ini yang kebiasaannya diperaktikkan secara Studio-Based Learning, kepada Online Distant Learning (ODL) disebabkan penularan wabak Covid-19 yang melanda negara kita dan juga dunia, umumnya. Tugasan pelajar yang baru bermula secara Studio-Based Learning di peringkat kajian, brainstorming dan lakaran, kemudian diteruskan secara ODL. Pensyarah dan pelajar memanfaatkan pelbagai aplikasi untuk berhubung dan berkomunikasi berkaitan tugas. Pensyarah juga telah memaksimumkan masa dan kepakaran mereka dalam menjalankan konsultansi secara maya, dan hasilnya semua pelajar dapat menyiapkan tugas projek akhir dengan jayanya walaupun dalam ketidaksediaan dan kekangan dari pelbagai aspek.

Kaedah Pengajaran dan Pembelajaran

Kaedah pembelajaran berdasarkan projek merupakan strategi pengajaran dan pembelajaran yang berpusatkan kepada pelajar (Grant 2002). Merujuk kepada kajian yang telah dijalankan oleh (Riyanti 2019), pembelajaran berdasarkan projek dapat memotivasi pelajar, memberikan pengalaman pembelajaran kepada pelajar terutama dari aspek reka bentuk, memberi ruang kepada tenaga pengajar untuk menyampaikan ilmu dengan lebih berkesan dan juga mendekatkan institusi pendidikan dengan masyarakat melalui pelbagai program seperti berpameran. Oleh yang demikian, pelaksanaan kaedah pembelajaran berdasarkan projek ini amat bertepatan dengan matlamat Program Diploma Seni Reka Grafik Dan Media Digital (AD111).

Projek tahun akhir ini mensasarkan hasil pembelajaran yang selari dengan objektif kursus dan seterusnya dapat mencapai kebolehpasaran graduan di dalam bidang seni reka grafik. Pemilihan kaedah pengajaran dan pembelajaran serta aktiviti pembelajaran juga seiring dalam menepati objektif kursus. Oleh itu, aspek kefahaman dan penguasaan kemahiran amat dititikberatkan dalam merealisasikan projek tahun akhir ini. Merujuk kepada dokumen Standard Program: Seni Lukis dan Seni Reka (2013) terdapat beberapa kaedah pengajaran yang perlu diaplikasikan dalam aspek pembelajaran bagi Program Diploma Seni Reka Grafik antaranya pelaksanaan syarahan, aktiviti berbentuk praktikal di dalam studio, demonstrasi, kajian lapangan dan lawatan akademik. Semua kaedah pengajaran ini

amat bertepatan dengan perjalanan pembelajaran berdasarkan projek dan telah termaktub di dalam dokumen silibus bagi kod kursus GDT 312 Studio Project II.

Pengajaran dan pembelajaran bagi projek tahun akhir ini kebiasaannya dijalankan di dalam Studio Grafik dan menggunakan kaedah secara bersemuka atau dikenali sebagai face to face learning. Pelajar juga dapat meneroka pelbagai kaedah bagi menghasilkan sesbuah reka bentuk grafik yang baru. Penggunaan studio juga menjadi platform dalam memperkasa diri pelajar dan sebagai persediaan bagi mendapat tempat di industri kreatif sebagai seorang pereka grafik (Fleischmann 2019). Suasana pembelajaran di dalam studio memberi gambaran suasana seperti di alam realiti sebagai seorang pereka grafik profesional.

Kaedah pengajaran dan pembelajaran yang berorientasikan secara atas talian telah memberi cabaran baru kepada tenaga pengajar iaitu pensyarah dan pelajar untuk membiasakan diri dengan norma baharu dalam pendidikan seni reka. Terdapat beberapa platform berteknologi yang digunakan oleh pensyarah dalam mengendalikan pengajaran dan pembelajaran bagi projek tahun akhir ini antaranya google meet, google classroom, google drive dan aplikasi whatsapp. Bagi merealisasikan pembelajaran secara atas talian, semua bahan pengajaran telah disediakan oleh pensyarah seperti nota syarahan dan demonstrasi. Semua bahan pengajaran tersebut telah direkodkan secara audio video dan telah dimuat naik ke dalam platform berteknologi yang bersesuaian. Segala bahan pembelajaran berbentuk digital ini menjadi sumber rujukan utama dan menjadi panduan kepada pelajar dalam melengkapkan tugas yang telah diberikan.

Kaedah Penilaian

Hasil pembelajaran bagi projek tahun akhir ini dinilai secara holistik dengan merujuk kepada beberapa kriteria yang telah ditetapkan. Penilaian dalam pembelajaran secara atas talian melibatkan beberapa platform seperti google meet dan google drive. Kriteria penilaian akan menilai dari aspek kefahaman dan penguasaan kemahiran antaranya sumber bahan kajian, pemilihan idea dan konsep, perkembangan idea yang jelas, penguasaan kemahiran mengendalikan perisian bagi merealisasikan reka bentuk digital dan juga membuat pembentangan secara oral. Tujuan pembentangan secara oral ini dilaksanakan adalah untuk menguji dan melihat kebolehan pelajar untuk memberi penerangan daripada proses awal sehingga lengkap menghasilkan sesbuah reka bentuk dalam projek tahun akhir. Semua hasil karya dan pembentangan secara oral oleh pelajar tahun akhir ini telah direkodkan dan dimuat naik ke dalam platform yang telah ditetapkan bagi tujuan penilaian. Aspek penilaian bagi projek tahun akhir ini amat penting agar tidak berlakunya aktiviti plagiat dalam penghasilan reka

bentuk.

Secara keseluruhan, penilaian yang dijalankan ke atas hasil pembelajaran bagi kod kursus GDT 312 Studio Project II adalah sepenuhnya berdasarkan projek dan tidak melibatkan sebarang bentuk ujian maupun peperiksaan. Walaupun perjalanan projek tahun akhir pada kali ini menggunakan sepenuhnya platform secara atas talian, ianya masih mampu dilaksanakan dengan baik. Pengalaman baru dalam sesi pengajaran dan pembelajaran membuka ruang kepada pensyarah untuk mempelajari pelbagai ilmu baru

seperti pengendalian pembelajaran menghasilkan reka bentuk grafik dan melaksanakan penilaian dengan menggunakan sumber teknologi. Sememangnya, masih banyak lagi ruang yang boleh diperbaiki dari aspek pembangunan kurikulum seni reka grafik, memandangkan ini kali pertama pengajaran dan pembelajaran bagi projek tahun akhir dilaksanakan secara atas talian.

Kesimpulan

Banyak kelebihan dan kelemahan bagi pengajaran dan pembelajaran atas talian. Walaubagaimanapun, selaku tenaga pengajar seharusnya berani mencuba dalam melaksanakan sesi pengajaran dan pembelajaran mengikut keadaan dan perkembangan semasa. Positifnya, kreativiti kaedah pengajaran dan pembelajaran berkembang dengan sangat baik apabila berlakunya isu COVID- 19 yang melanda negara kita. Pelbagai platform inovasi yang kreatif dalam penyampaian pengajaran dan pembelajaran terhasil. Pelajar juga secara tidak langsung dapat mengeksplorasi kaedah terbaru dalam menimba ilmu secara atas talian yang terhasil. Apabila pelajar tidak menjalani sesi pengajaran secara face to face, ini dapat meningkatkan lagi sikap lebih berdikari dan bersungguh dalam menimba ilmu. Situasi ini secara tidak langsung mewujudkan rasa penghargaan yang tinggi terhadap ilmu yang dipelajari dan juga melahirkan para graduan yang lebih berdikari.

Walaupun tiada lagi kehadiran berbentuk fizikal di dalam studio grafik, tidak dinafikan kelemahan pengajaran dan pembelajaran secara atas talian ini ada juga isunya. Namun begitu, ianya melibatkan tahap kefahaman dan penerimaan setiap pelajar yang menjalani sesi ODL ini. Disiplin, konsisten dan kesungguhan pelajar sangat memainkan peranan yang penting bagi memastikan ODL ini lancar. Ini juga turut melibatkan penghasilan kreativiti pensyarah bagi mengatasi isu-isu ini terhadap keberkesanannya ODL pada masa akan datang. Kesukaran mendapatkan coverage internet bagi sesetengah kawasan juga antara faktor yang mencabar dihadapi oleh pelajar.

Secara umumnya, pengajaran dan pembelajaran bagi projek tahun

akhir ini juga telah dimuat naik ke platform digital seperti laman sesawang Behance yang mana bertujuan untuk memberi peluang dan ruang kepada pelajar merasai pengalaman mempamerkan karya secara digital. Pameran berbentuk digital ini berpotensi tinggi kerana secara tidak langsung dapat memberi publisiti kepada pelajar untuk mengembangkan bakat dalam bidang seni reka grafik. Ini sejajar dengan antara misi negara dalam memastikan rakyatnya sentiasa mengikut perkembangan teknologi untuk masa depan yang lebih mencabar, canggih dan maju.

Bibliografi

- Fleischmann, K. (2019). From studio practice to online design education: Can we teach design online? *Canadian Journal of Learning and Technology*, 45(1), 1–19. <https://doi.org/10.21432/cjlt27849>
- Grant, M. (2002). Getting a grip on project-based learning: theory, cases, and recommendations. *Meridian: A Middle School Computer Technologies Journal*, 5 (1). Retrieved May 15,. *Journal of Research on Technology in Education*. <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/summary?doi=10.1.1.470.2497>
- Riyanti, M. T. (2019). Project Based Learning Approach To Graphic Design. *International Journal of Research-Granthaalayah*, 7(7), 432–440. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3370494>

PEMASARAN TULAR (*VIRAL MARKETING*) DAN PENGIKLANAN TULAR (*VIRAL ADVERTISING*) DI MEDIA SOSIAL DARI SUDUT PANDANGAN SENI KREATIF DAN KOMUNIKASI

Oleh

Mohd Hanif Mohd Omar

Prof Dr Azahar Bin Harun

Dr Rauf Ridzuan

Taufik Md Sharipp

Pendahuluan

Internet merupakan salah satu daripada keperluan harian dalam kehidupan setiap individu. Akses internet yang mudah didapati di mana-mana di samping penggunaan telefon pintar membuatkan masyarakat kini sentiasa mendapat maklumat atau berita-berita semasa hanya di hujung jari. Tidak dinafikan, kemudahan akses internet ini juga membuka peluang kepada penggunaan media sosial yang meluas di kalangan pengguna internet. Media sosial telah mendapat perhatian setiap peringkat umur masyarakat seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin maju. Golongan remaja khususnya melihat media sosial sebagai satu trend terkini untuk mengisi aktiviti pada waktu lapang di samping bersosial di alam maya. Tidak dapat dinafikan bahawa masyarakat masa kini lebih cenderung untuk menggunakan media sosial bagi membincangkan isu-isu terkini selain mengutarakan pendapat masing-masing berkenaan dengan isu-isu tersebut.

Platform yang popular pada masa kini seperti Facebook, Twitter, Whatsapp, Youtube, Instagram dan lain-lain merupakan medium utama media sosial yang sering digunakan oleh masyarakat. Ini ditambah pula dengan teknologi moden dan penggunaan telefon pintar yang memudahkan masyarakat untuk memperoleh dan berkongsi maklumat dalam masa yang singkat dan pantas.

Media sosial melibatkan beberapa elemen penting yang terdiri daripada himpunan laman web, perkhidmatan dan aktiviti yang menjalankan beberapa proses yang terlibat termasuk proses kolaborasi, perkongsian dan pengdemokrasian pengguna internet (Junco, 2010). Media sosial merupakan platform interaksi sosial yang melibatkan satu cabang komunikasi baharu yang terhasil daripada persekitaran komunikasi yang biasa. Ruang komunikasi menerusi media sosial adalah tidak terbatas. Fenomena ini telah mengubah cara perhubungan yang berbeza di dalam organisasi, komuniti dan individu itu sendiri berinteraksi antara satu sama lain. Menurut Rothschild (2011), pendekatan komunikasi media sosial terdiri daripada beberapa kaedah termasuk forum di internet, blog sosial, micro-blogging, wikis, podcast, gambar, video, penilaian undian pengguna dan sosial bookmarking. Variasi pendekatan cabang media sosial ini membolehkan pengguna internet khususnya mempunyai pilihan yang banyak untuk berkomunikasi antara pengguna internet. Tambahan penggunaan sosial media di internet yang meluas telah membantu para usahawan menyedari potensi teknologi baru yang dapat melengkapkan komunikasi tradisional dari mulut ke mulut, lalu mengubahnya menjadi kaedah komunikasi secara tular dalam talian kepada setiap pengguna (Granata dan Scorzese 2018)

Penggunaan media sosial oleh usahawan-usahawan Industri Kecil dan Sederhana turut di sokong oleh kerajaan dengan menyatakan bahawa (PKS) perlu mengambil peluang inisiatif yang disediakan penyedia platform media sosial seperti Facebook, Instagram, Youtube dan sebagainya bagi memperluaskan perniagaan mereka secara dalam talian untuk menembusi pasaran lokal dan juga global. Media sosial mampu mengecilkan serta menutup jurang di antara strategi yang telah dirancang dan perlaksanaan strategi yang akan dilaksanakan (Kim & Ko, 2012). Pemasaran secara atas talian menggunakan aplikasi media sosial mampu menyediakan satu platform baru dan baik kepada usahawan terutama di dalam bidang Industri Kecil dan Sederhana (IKS) ini. Pernyataan ini disokong oleh Morgan et al. (2006) di dalam kajian mereka menyatakan teknologi dan kemudahan yang disediakan menggunakan teknologi maklumat untuk memperkasakan sesebuah perniagaan adalah sia-sia jika penguasaan dan kebolehupayaan menguruskan teknologi maklumat dan komunikasi berada pada tahap yang lemah.

Media sosial dalam pemasaran

Pemasaran Tular (Viral Marketing) dan Pengiklanan Tular (Viral Advertising) adalah kunci kejayaan pemasaran pada abad ke-21, pengiklanan tular adalah salah satu alat terpenting dalam pemasaran tular (Petruscu, 2014). Pemasaran Tular (Viral Marketing) menawarkan kelebihan komunikasi dan interaksi individu serta jenama di platform rangkaian secara nyata. Dengan cara ini, maklum balas dari kedua-dua pihak dapat dicapai justeru pengeluar jenama dapat merancang taktik yang lebih strategik kepada pengiklanan pemasaran selain ianya dapat menjimatkan masa. Pemasaran Tular (Viral Marketing) yang turut dipanggil dengan nama yang berbeza seperti "komunikasi viral", "pemasaran buzz", "stealth marketing", dan ianya sememangnya adalah pengiklanan elektronik dari mulut ke mulut (eWOM) berkaitan penyampaian maklumat pemasaran. Setiap usahawan dan pengiklan mempunyai mesej yang tertentu untuk di sampaikan di dalamnya. Pemasaran Tular (Viral Marketing) telah menjadi trend pemasaran sekarang. Kebanyakkan pengusaha produk dan jenama melancarkan video pengiklanan mereka secara besar-besaran samada melalui Facebook, YouTube, Instagram dan yang paling terbaru adalah aplikasi Tik Tok. Penggunaan pemasaran ini dijangkakan akan terus meningkat. Merujuk kepada jumlah pengguna Internet di Malaysia, menunjukkan peningkatan kepada 25.08 juta pengguna, mewakili 79 peratus penduduk Malaysia. Daripada jumlah berkenaan 75 peratus menggunakan perkhidmatan media sosial dan memperuntukkan purata tiga jam sehari di laman media sosial. Kajian terbabit adalah sebahagian daripada hasil Laporan Digital 2018 yang dikeluarkan Hootsuite dan We Are Social. Laporan berkenaan turut mendedahkan jumlah pengguna Internet meningkat sembilan peratus berbanding tahun sebelumnya, menjadikan Malaysia sebagai negara ke-9 dunia paling aktif di laman sosial.

Menurut kajian oleh (Abdul et al., 2017; Isa et al., 2018) menyatakan bahawa Pemasaran Tular (Viral Marketing) dapat memberikan (1) Kos promosi yang lebih rendah, (2) Kesan pengiklanan yang pantas, (3) Publisiti meluas secara percuma, (4) Peningkatan populariti, serta (5) Penjanaan yang pantas atas faktor isu semasa. Pemasaran Tular (Viral Marketing) adalah teknik pemasaran kontemporari, yang telah berkembang sebagai reaksi terhadap persekitaran pemasaran yang semakin kompetitif. Pemasaran Tular (Viral Marketing) merupakan konsep pemasaran dan komunikasi secara dari mulut ke mulut (WOM), yang kini diterima secara meluas sebagai salah satu konsep pemasaran yang paling penting dan berpengaruh (Swanepoel et al., 2009).

Pengiklanan Tular (Viral Advertising) seperti yang dijelaskan oleh Golan & Zaidner (2008), terdapat beberapa perbezaan utama antara pengiklanan tular dan tradisional. Pertama, pengiklanan

tular menarik perhatian penonton secara semulajadi berbanding pengiklanan tradisional ianya memerlukan bajet tertentu khususnya untuk pengiklanan di televisyen dan pelantar digital. Ini merupakan faktor utama pertukaran pengiklanan tradisional, di mana pengeluar jenama ataupun produk perlu membeli ruang media dan ini sedikit sebanyak mengganggu pengguna dengan memaksa mereka untuk menonton iklan. Kedua, Pengiklanan Tular (Viral Advertising) memberikan peningkatan nilai kepada khalayak sehingga mereka mengubah penonton dari penerima kandungan pasif menjadi pengedar sosial aktif yang memainkan peranan penting dalam penyebaran iklan. Ketiga, walaupun terdapat kajian terhad yang membicarakan hal ini, perlu diperhatikan bahawa perkongsian maklumat terbukti dapat meningkatkan pengikut pengguna di Twitter, yang merupakan keuntungan jangka panjang bagi pemasar (Hemsley, 2016).

Kesimpulan

Kajian yang dijalankan oleh, Suhaimi, M.H. et al. (2013); Marmaya et al. (2018), menjelaskan bahawa sesebuah laman media sosial yang baik semestinya mempunyai beberapa sifat yang boleh menarik pelawat di kalangan pengguna internet untuk mengunjungi laman tersebut. Antaranya ialah (1) Penggunaan bahasa yang terurus; (2) Maklumat multimedia; (3) Mempunyai gimik; (4) Daya Pemujukan; (5) Interaktif; dan (6) Sentiasa dikemaskini. Secara keseluruhan daripada sifat tersebut, pelawat laman media sosial akan melawati laman yang mempunyai maklumat yang terkini dengan ciri interaktif yang baik. Williams, et al. (2006), menyatakan bahawa cabaran yang besar dihadapi oleh pembangun laman media sosial bagi sesebuah syarikat adalah untuk menyediakan maklumat perniagaan yang dijalankan dengan lebih kerap dan sentiasa dikemaskini untuk dilawati oleh pengunjung.

Selain itu, pengoptimuman laman media sosial juga penting dan melibatkan beberapa aktiviti termasuk (1) Pengiklanan; (2) Penggabungan; (3) Pemasaran viral; dan (4) Kunjungan pelanggan. Pengoptimuman ini terbentuk menerusi penambahan interaksi yang lebih interaktif dalam penggunaan media sosial (Steyn, et al., 2010). Aktiviti pengoptimuman ini memberi impak yang tinggi terhadap interaksi yang lebih dinamik diantara pelanggan dan usahawan IKS. Sinergi diantara aktiviti pengoptimuman tersebut dapat meningkatkan perspektif kebolehlihatan secara holistik terhadap elemen kebolehlihatan yang dibincangkan terutamanya di dalam membentuk sebuah komuniti yang lebih dinamik dan progresif. Hasil perbincangan bahagian ini dapatlah dirumuskan bahawa elemen kebolehlihatan terbahagi kepada lima iaitu iaitu (1) Membina laman bisnes; (2) Membentuk komuniti; (3) Menguruskan kandungan maklumat; (4) Menganalisa sikap pelanggan; dan (5) Pengoptimuman peluang pasaran.

Ini terbukti untuk menyatakan bahawa gabungan Pemasaran Tular (Viral Marketing) dan Pengiklanan Tular (Viral Advertising) merupakan komponen penting di dalam pemasaran produk dan juga jenama di sosial media pada masa kini. Ia ternyata mampu menaikkan jenama serta memberikan keuntungan yang bermakna kepada usahawan-usahawan ini. Oleh yang demikian rata-rata usahawan-usahawan Industri Kecil dan Sederhana kini mula menggunakan sosial media untuk menaikkan jenama dan produk mereka. Oleh itu sedikit sebanyak pengetahuan berkaitan bagaimana untuk menaikkan tahap tularnya sesuatu produk dan jenama itu boleh di tambah. Lebih lagi dengan isu yang terkait di dalam bidang Seni Lukis dan Seni Reka sangat kurang di bincangkan. Contoh kajian yang dapat memberi nilai tambah dan membantu meningkatkan jumlah sebaran (sharing) seperti berkaitan dengan videografi, fotografi, poster pemasaran di sosial media dan lain-lain. Bagi memahami dan mengoptimalkan jumlah sebaran (sharing) infomasi bagi pengiklanan ini ternyata ianya memerlukan kolaborasi bagi memahami apakah ciri-ciri yang lain dapat membantu sesuatu pemasaran itu menjadi tular (viral). Oleh itu kajian-kajian seperti menganalisa sifat kreatif pelanggan terhadap pengiklanan tular, ciri-ciri pemasaran video tular, kajian emosi melibatkan warna di laman bisnes dan lain-lain sedikit sebanyak dapat membantu usahawan IKS dan pengkaji-pengkaji lain dalam memahami Pemasaran Tular (Viral Marketing) dan Pengiklanan Tular (Viral Advertising) dengan lebih efektif.

Bibliografi

- Abdul, H., Noraishah, H., Intan, K., & Suhaime, L. (2017). Positive Impact of Viral Marketing Via Social Media: a Case Study in Company a. *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law*, 12(2), 23–29.
- Golan, G. J., Zaidner, L. (2008). Creative strategies in viral advertising: An application of Taylor's six-segment message strategy wheel. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 959–972.
- Isa, N., Nordin, Z., Abdul, H., Noraishah, H., Intan, K., Suhaime, L., Media, D., Master, S., Autumn, P., & Doudaki, V. (2018). Social Media Advertising In Malaysia: The Power Of Viral Marketing. *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law*, 7(5), 23–29.
- Junco, R. & A. W. Chickering, A.W. (2010). Civil Discourse in the Age of Social Media. *About Campus*, 12-18.
- Kim, A. J., & Ko, E. (2012). Do social media marketing activities enhance customer equity? An empirical study of luxury fashion brand. *Journal of Business Research*, 65(10), 1480-1486.
- Marmaya, N., Balakrishnan, B., & Shuaib, A. (2018). Electronic Word-Of-Mouth (eWOM) Behavior in Malaysia: Successful Marketing Strategy. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(9), 1244–1255. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v8-i9/4694>

Morgan, A., Colebourne, D., & Thomas, B. (2006). The development of ICT advisors for SME businesses: An innovative approach. *Technovation*, 26(8), 980-987.

Rothschild, P. C. (2011). Social media use in sports and entertainment venues. *International Journal of Event and Festival Management*, Vol. 2(No. 2), pp. 139-150.

Suhaimi, M.H. & Shiratuddin, N. (2013). Penggunaan Media Sosial : Elemen Kebolehlilan Usahawan Industri Kecil Sederhana (IKS). *Persidangan Kebangsaan Ekonomi Malaysia Ke-VIII (PERKEM VIII)*, Vol. 3, pp. 1511-1520.

Williams, S. P., Scifleet, P. A., & Hardy, C. A. (2006). Online business reporting: An information management perspective. *International Journal of Information Management*, 26(2), 91-101.



AUTOGRAF



Silih berganti musibah berlalu
Dunia kini bukan lagi yang dulu
Buat sekian.. alam terinfeksi
Membikin gundah nian dihati

Dalam gulita memasong fitrah
Tanpa mengenal erti menyerah
Hidup sang mahasiswa tetap diteruskan
Demi mengapai apa yang dicitakan

Hey Covid
Biarpun kau menyerang tanpa henti
Hati anak-anak muda hanya berserah
Tapi perlu diingat... kami tidak mudah menyerah
Meskipun kami harus berisolasni
Namun minda dan jiwa kami tetap utuh
.....BERINSPIRASI.....



جامعة
Teknologi
UNIVERSITI
MARA

Cawangan Melaka



ISBN 9789670637884

9 789670 637884