KAJIAN ORISINALITAS VISUAL BANNER BTN JAKARTA INTERNATIONAL MARATHON (JAKIM) 2026 SEBAGAI REFLEKSI PEMBELAJARAN ETIKA DESAIN DALAM DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

Mochammad Ivan Zakaria[1)]

[1)]Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur
mivanz1712@gmail.com

ABSTRAK

Orisinalitas merupakan salah satu prinsip fundamental dalam Desain Komunikasi Visual yang berkaitan dengan etika profesi, integritas, dan pembentukan identitas visual. Kemudahan akses terhadap referensi visual di era digital menghadirkan tantangan dalam membedakan batas antara inspirasi dan peniruan, sehingga penguatan pembelajaran etika desain menjadi semakin penting. Fenomena dugaan kemiripan visual antara banner *BTN Jakarta International Marathon (*JAKIM*)* 2026 dan poster *Run To Live* 2024 Vietnam menjadi salah satu kasus yang relevan untuk mengkaji persepsi masyarakat terhadap orisinalitas karya desain. Penelitian ini bertujuan menganalisis persepsi masyarakat terhadap orisinalitas visual banner JAKIM 2026 serta merefleksikan implikasinya bagi pembelajaran etika desain dalam pendidikan Desain Komunikasi Visual. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode Visual Analysis melalui observasi visual, dokumentasi media sosial, dan kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemiripan elemen visual memengaruhi persepsi masyarakat terhadap orisinalitas karya serta memunculkan perhatian terhadap etika, profesionalitas, dan proses kreatif dalam perancangan desain. Temuan ini menunjukkan bahwa pembelajaran etika desain perlu memperkuat pemahaman mengenai penggunaan referensi visual secara bertanggung jawab, pengembangan identitas visual yang autentik, serta integritas dalam praktik desain.

Kata Kunci: etika desain, orisinalitas visual, desain komunikasi visual, persepsi masyarakat, visual analysis

ABSTRACT

Originality is a fundamental principle in Visual Communication Design as it is closely related to professional ethics, integrity, and the development of a distinctive visual identity. The widespread accessibility of visual references in the digital era has increased the challenge of distinguishing inspiration from imitation, making the reinforcement of design ethics education increasingly important. The alleged visual similarity between the banner of the BTN Jakarta International Marathon (JAKIM) 2026 and the Run To Live 2024 Vietnam poster represents a relevant case for examining public perceptions of visual originality. This study aims to analyze public perceptions of the visual originality of the JAKIM 2026 banner and to reflect on its implications for design ethics education in Visual Communication Design. This research employed a descriptive qualitative approach using the Visual Analysis method through visual observation, social media documentation, and questionnaires. The findings indicate that similarities in visual elements influence public perceptions of a design's originality and raise concerns regarding ethics, professionalism, and the creative process in design practice. These findings suggest that design ethics education should strengthen students' understanding of the responsible use of visual references, the development of authentic visual identities, and integrity in design practice.

Keywords: *design ethics, visual originality, visual communication design, public perception, visual analysis*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan yang signifikan terhadap praktik dan pembelajaran Desain Komunikasi Visual (DKV). Kemudahan dalam mengakses berbagai referensi visual melalui media sosial, platform portofolio digital, maupun teknologi berbasis kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence/AI*) membuka peluang bagi desainer untuk memperoleh inspirasi secara cepat dan luas. Di sisi lain, kondisi tersebut juga menghadirkan tantangan baru dalam menjaga orisinalitas karya, karena batas antara proses mengembangkan inspirasi dan meniru karya yang telah ada menjadi semakin kabur. Oleh karena itu, pendidikan DKV tidak hanya dituntut untuk menghasilkan lulusan yang memiliki kemampuan estetis dan teknis, tetapi juga membentuk kesadaran akan etika profesi serta tanggung jawab dalam proses berkarya.

Dalam konteks pendidikan desain, etika menjadi salah satu landasan penting yang membimbing proses kreatif agar tetap menghargai hak kekayaan intelektual, menjunjung integritas, serta menghasilkan karya yang memiliki identitas visual yang autentik. Kemampuan mengolah referensi menjadi gagasan baru merupakan bagian dari kompetensi yang harus dimiliki oleh seorang desainer. Kemudahan akses terhadap berbagai karya melalui internet dan media sosial juga meningkatkan potensi terjadinya plagiarisme apabila referensi tidak diolah secara kreatif menjadi gagasan baru (Royhan & Ngabekti, 2021). Fenomena ini semakin sering menjadi perhatian masyarakat seiring berkembangnya media sosial yang memungkinkan publik untuk membandingkan dan mengkritisi berbagai karya desain secara terbuka (Rahma, 2024).

Salah satu fenomena yang menjadi perhatian publik adalah dugaan kemiripan visual antara banner *BTN Jakarta International Marathon* (JAKIM) 2026 dengan poster *Run To Live* 2024 Vietnam. Kemiripan tersebut memicu berbagai tanggapan di media sosial, khususnya pada platform Instagram dan *Threads*, yang menyoroti kesamaan komposisi visual, tata letak, pose objek, serta pendekatan visual yang digunakan. Diskusi yang berkembang tidak hanya membahas kualitas estetika karya, tetapi juga mempertanyakan orisinalitas desain, profesionalitas perancang, serta proses kreatif yang melatarbelakangi perancangan banner tersebut. Fenomena ini menunjukkan bahwa masyarakat semakin memiliki kesadaran terhadap pentingnya orisinalitas dalam karya desain.

Berbagai penelitian mengenai orisinalitas desain umumnya berfokus pada analisis kemiripan visual maupun identifikasi unsur-unsur yang menunjukkan adanya dugaan peniruan suatu karya. Sementara itu, kajian yang menghubungkan persepsi masyarakat terhadap fenomena tersebut dengan pembelajaran etika desain dalam pendidikan Desain Komunikasi Visual masih relatif terbatas. Padahal, persepsi masyarakat dapat menjadi salah satu bentuk evaluasi terhadap praktik desain sekaligus memberikan gambaran mengenai pentingnya penanaman nilai-nilai etika kepada calon desainer sejak proses pendidikan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi masyarakat terhadap orisinalitas visual banner JAKIM 2026 melalui pendekatan *Visual Analysis* yang berfokus pada aspek imaji dan aspek pemirsa. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan merefleksikan temuan yang diperoleh sebagai masukan bagi pembelajaran etika desain dalam pendidikan Desain Komunikasi Visual, khususnya dalam membangun pemahaman mengenai penggunaan referensi visual secara bertanggung jawab, pengembangan identitas visual yang autentik, serta integritas dalam praktik perancangan desain.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode *Visual Analysis* yang mengacu pada *Gillian Rose* dalam *Visual Methodologies*. Metode ini dipilih karena mampu mengkaji karya visual tidak hanya melalui karakteristik visual yang ditampilkan, tetapi juga melalui bagaimana karya tersebut dipersepsikan oleh audiens. Dalam penelitian ini, pendekatan tersebut digunakan untuk

menganalisis orisinalitas visual pada banner *BTN Jakarta International Marathon* (JAKIM) 2026 yang diduga memiliki kemiripan dengan poster *Run To Live 2024* Vietnam.

Analisis dilakukan melalui dua ranah utama, yaitu *site of the image* dan *site of audiencing*. *Site of the image* digunakan untuk mengidentifikasi elemen-elemen visual yang membentuk karakteristik kedua karya, meliputi komposisi, tata letak, ilustrasi, tipografi, warna, serta hubungan antar elemen visual. Sementara itu, *site of audiencing* digunakan untuk memahami bagaimana masyarakat memaknai, menilai, dan memberikan persepsi terhadap orisinalitas visual banner JAKIM 2026 berdasarkan pengalaman dan interpretasi mereka terhadap karya yang dianalisis.

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik, yaitu observasi visual, dokumentasi media sosial, dan kuesioner. Observasi visual dilakukan dengan membandingkan elemen-elemen visual pada banner JAKIM 2026 dan poster *Run To Live* 2024 Vietnam. Dokumentasi media sosial dilakukan dengan mengumpulkan unggahan dan tanggapan publik pada platform Instagram dan *Threads* yang membahas kedua karya tersebut. Selain itu, kuesioner disebarkan kepada 28 responden sebagai data pendukung untuk memperoleh gambaran mengenai persepsi masyarakat terhadap orisinalitas visual banner JAKIM 2026.

Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif melalui proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil analisis pada *site of the image* dipadukan dengan temuan pada *site of audiencing* yang diperoleh dari dokumentasi media sosial dan hasil kuesioner sehingga menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai persepsi masyarakat terhadap orisinalitas visual banner JAKIM 2026. Selanjutnya, temuan penelitian direfleksikan sebagai masukan dalam pembelajaran etika desain pada pendidikan Desain Komunikasi Visual.

HASIL DAN PEMBAHASAN

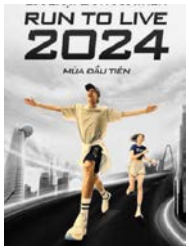
Analisis site of the image



Gambar 1. banner *BTN Jakarta International Marathon* (JAKIM) 2026 & poster *Run To Live* 2024 Vietnam
Sumber: https://www.instagram.com/p/DZjeElCHU43/

Berdasarkan hasil observasi visual terhadap banner *BTN Jakarta International Marathon* (JAKIM) 2026 dan poster *Run To Live* 2024 Vietnam, ditemukan sejumlah kesamaan pada elemen visual yang membentuk karakter kedua karya. Analisis dilakukan dengan melihat *site of the image* dalam kerangka *Visual Analysis Gillian Rose*, yaitu dengan memperhatikan bagaimana elemen visual disusun dan membentuk tampilan suatu karya. Hasil observasi menunjukkan bahwa kedua desain sama-sama menggunakan ilustrasi pelari sebagai objek utama, menempatkan pelari sebagai fokus visual, serta menyusun informasi acara dsi sekitar objek utama. Selain itu, kedua karya menggunakan warna yang dominan cerah dan kontras serta efek visual yang memberikan kesan gerak dan energi.

Tabel 1. Analisis Visual

No.	Visual Banner JAKIM 2026	Visual *Run To Live* 2024	Keterangan
1.			Objek Utama: Kedua desain menampilkan figur pelari dengan pose dan penempatan yang sangat serupa, terutama pada figur pelari utama dan pelari perempuan di belakang. Kesamaan bentuk, pose, dan posisi tersebut mengindikasikan adanya penggunaan aset visual yang sama atau sangat mirip, bukan sekadar kesamaan konsep.
2.			Komposisi: Kedua desain memiliki susunan komposisi yang serupa, dengan figur pelari utama berada di bagian tengah dan menjadi titik fokus, sementara pelari kedua ditempatkan di belakang sebagai elemen pendukung. Susunan tersebut membentuk hierarki visual yang relatif sama.
3.			Layout: Kedua desain menggunakan struktur vertikal dengan informasi utama pada bagian atas, objek pelari pada bagian tengah, serta informasi tambahan pada bagian bawah. Elemen visual disusun mengikuti alur baca dari atas menuju objek utama kemudian ke bagian bawah.
4.			Elemen pendukung: Kedua desain menggunakan lintasan jalan berwarna biru dengan efek cahaya sebagai elemen pendukung sekaligus *leading line* yang mengarahkan perhatian menuju figur pelari. Keduanya juga menggunakan latar perkotaan sebagai konteks visual di belakang objek utama.

Sumber: Dokumen pribadi

Kesamaan tersebut menunjukkan bahwa kemiripan antara kedua desain tidak hanya terdapat pada satu unsur tertentu, tetapi muncul melalui hubungan beberapa elemen visual secara bersamaan. Hasil penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa komposisi, pose objek, tata letak, dan gaya visual merupakan aspek yang paling sering dikenali responden sebagai bagian yang memiliki kemiripan.

Dengan demikian, kemiripan visual terbentuk melalui pendekatan perancangan secara keseluruhan, terutama dalam cara objek utama ditempatkan dan bagaimana elemen pendukung mengelilinginya.

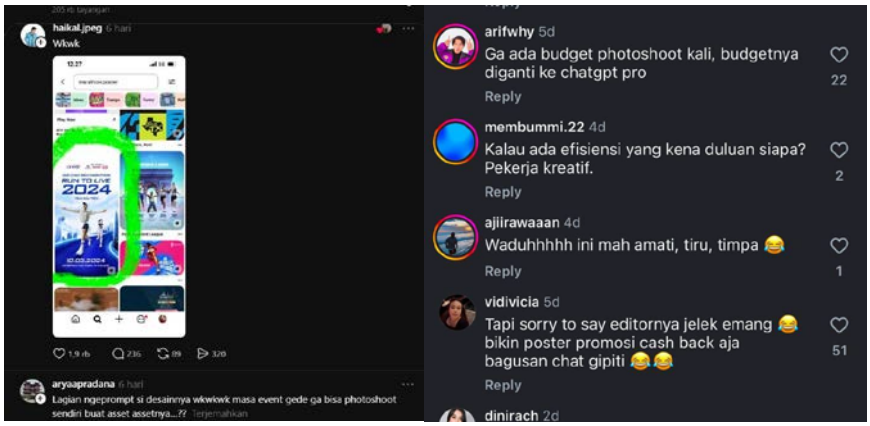
Temuan tersebut menjadi penting dalam pembahasan orisinalitas karena identitas suatu karya tidak hanya dibentuk oleh elemen tunggal, tetapi juga oleh hubungan dan susunan elemen visual secara keseluruhan. Dalam konteks ini, kemiripan pada komposisi, pose, tata letak, dan gaya visual dapat membuat suatu karya lebih mudah dikenali memiliki kedekatan visual dengan karya lain. Temuan ini sejalan dengan pendapat Maylano (2025) yang menyatakan bahwa elemen visual seperti layout, citra visual, warna, dan tipografi merupakan komponen utama yang dapat dianalisis untuk memahami karakter suatu desain. Selain itu, Sapitri (2025) menjelaskan bahwa komposisi, tata letak, keseimbangan, dan pengelompokan elemen visual berperan dalam membentuk identitas visual suatu karya.

Analisis site of audiens



Gambar 2. Aspek Kemiripan Kemiripan
Sumber: Dokumen pribadi

Analisis site of audiencing digunakan untuk melihat bagaimana karya dipersepsikan dan direspons oleh audiens. Berdasarkan hasil kuesioner terhadap 28 responden, sebanyak 67,9% responden menilai sebuah desain mulai dianggap terlalu mirip ketika sebagian besar elemen visualnya memiliki kemiripan. Sementara itu, sebanyak 92,9% responden memilih pose objek sebagai aspek yang paling menunjukkan kemiripan pada kedua desain. Temuan tersebut memperkuat hasil analisis visual sebelumnya, khususnya pada kesamaan pose dan penempatan figur pelari. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi audiens terhadap kemiripan tidak hanya terbentuk dari keberadaan objek yang sama, tetapi juga dari kesamaan karakteristik dan hubungan antar elemen visual.



Gambar 3. Dokumentasi Komentar Netizen
Sumber: Akun Threds @aldi.komarullah, Akun Instagram @noisefeeds

Hasil jawaban terbuka juga menunjukkan bahwa desain yang dianggap orisinal memiliki ciri khas visual, konsep yang unik, identitas yang kuat, serta tidak meniru karya lain secara langsung. Orisinalitas dipandang penting dalam membangun identitas visual, meningkatkan profesionalitas, menjaga kredibilitas penyelenggara, dan memberikan pembeda dengan karya sejenis. Dengan demikian, penggunaan referensi visual dipahami sebagai bagian dari proses kreatif, tetapi penggunaannya diharapkan tidak menghasilkan kemiripan yang berlebihan dengan karya lain.

Persepsi tersebut turut terlihat dalam respons publik di media sosial. Dokumentasi Instagram menunjukkan sejumlah komentar yang mempertanyakan kualitas dan proses pembuatan visual, termasuk komentar yang membandingkan penggunaan aset fotografi dan proses pengolahan desain. Sementara itu, pada Threads ditemukan unggahan yang menampilkan poster Run To Live 2024 dalam hasil pencarian poster marathon dan mengaitkannya dengan desain JAKIM 2026. Unggahan tersebut memperoleh respons publik dan memunculkan komentar yang mempertanyakan proses pembuatan aset serta kemungkinan penggunaan referensi atau teknologi dalam proses perancangan. Respons tersebut merupakan opini publik yang muncul dalam diskusi media sosial dan tidak digunakan sebagai bukti untuk memastikan proses produksi desain secara faktual.

Jika dibandingkan dengan hasil kuesioner, dokumentasi media sosial menunjukkan kecenderungan yang serupa, yaitu adanya perhatian publik terhadap kemiripan visual, orisinalitas, dan proses kreatif di balik sebuah karya. Kuesioner menunjukkan bahwa pose objek menjadi aspek kemiripan yang paling dominan, sedangkan respons media sosial memperluas persoalan tersebut pada bagaimana aset dan referensi visual digunakan dalam proses perancangan. Dengan demikian, site of audiencing menunjukkan bahwa penilaian terhadap orisinalitas tidak hanya terbentuk dari tampilan akhir karya, tetapi juga dari interpretasi audiens terhadap hubungan visual dan proses kreatif yang mereka amati.

Refleksi terhadap Pembelajaran Etika Desain

Temuan penelitian menunjukkan bahwa persoalan orisinalitas visual dapat menjadi bahan refleksi dalam pembelajaran etika desain pada pendidikan Desain Komunikasi Visual. Kesamaan visual antara dua karya tidak secara otomatis dapat digunakan untuk menyimpulkan adanya plagiarisme, tetapi dapat menjadi titik awal untuk membahas bagaimana seorang desainer menggunakan referensi, mengembangkan gagasan, dan membangun identitas visual yang berbeda dari karya yang telah ada.

Hasil kuesioner menunjukkan bahwa masyarakat menganggap desain yang orisinal memiliki ciri khas, konsep yang unik, dan identitas yang kuat. Mereka juga menempatkan orisinalitas sebagai bagian dari profesionalitas dan kredibilitas karya. Hal tersebut memberikan gambaran bahwa pembelajaran etika desain tidak cukup hanya membahas aturan mengenai penggunaan karya orang lain, tetapi juga perlu mengembangkan kemampuan mahasiswa dalam mengolah referensi menjadi gagasan visual yang memiliki karakter dan identitas tersendiri.

Dalam konteks pendidikan DKV, kasus JAKIM dapat digunakan sebagai contoh untuk membangun kemampuan mahasiswa dalam melakukan evaluasi kritis terhadap referensi visual. Mahasiswa dapat diarahkan untuk memahami perbedaan antara mengambil inspirasi dari karakteristik umum suatu karya dengan mereproduksi pendekatan visual yang terlalu dekat dengan karya tertentu. Proses tersebut dapat membantu mahasiswa memahami bahwa kreativitas tidak hanya berkaitan dengan kemampuan menghasilkan visual yang menarik, tetapi juga dengan tanggung jawab dalam menentukan sumber referensi dan mengembangkan gagasan secara mandiri.

Dengan demikian, hasil observasi visual, kuesioner, dan dokumentasi media sosial menunjukkan adanya hubungan antara kemiripan elemen visual dengan persepsi masyarakat terhadap orisinalitas sebuah desain. Temuan penelitian ini sejalan dengan pendapat Ismoyo (2025) yang menyatakan bahwa identitas visual berfungsi sebagai pembeda suatu karya sehingga orisinalitas menjadi aspek penting dalam membangun karakter visual yang kuat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian menggunakan *Visual Analysis* Gillian Rose melalui *site of the image* dan *site of audiencing*, ditemukan adanya kemiripan visual antara banner *BTN Jakarta International Marathon* (JAKIM) 2026 dan poster *Run To Live* 2024 Vietnam, terutama pada komposisi, pose objek, tata letak, dan gaya visual. Temuan tersebut diperkuat oleh hasil kuesioner terhadap 28 responden serta dokumentasi respons publik di Instagram dan *Threads* yang menunjukkan perhatian terhadap persoalan orisinalitas, penggunaan referensi visual, dan profesionalitas desain. Meskipun kemiripan visual tidak dapat secara langsung menjadi dasar untuk menyatakan adanya plagiarisme, fenomena ini menunjukkan pentingnya pemahaman mengenai penggunaan referensi dan pengembangan identitas visual dalam praktik desain. Dalam konteks pendidikan DKV, kasus serupa dapat dimanfaatkan sebagai bahan pembelajaran etika desain untuk melatih mahasiswa membedakan inspirasi, adaptasi, dan imitasi serta membangun proses kreatif yang bertanggung jawab. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas jumlah responden dan objek kajian guna memperoleh perspektif yang lebih beragam mengenai hubungan antara orisinalitas visual, persepsi audiens, dan etika desain.

REFERENSI

Royhan, M. G., & Ngabekti, D. K. (2021). ProblematikaDesain Komunikasi Visualdan Plagiarismedalam Dunia Desain Grafis. Citrawira, 88.

Rahma, H. (2024). PELANGGARAN KODE ETIK PLAGIASI & REPRESENTASI YANG TIDAK AKURAT DAN KONFLIK KEPENTINGAN PRIBADI PADA ILMU DESAINKOMUNIKASI VISUAL. VisART, 1-2.

Ismoyo, K. N. (2025). PERANCANGAN ILUSTRASI RETRO PADA SERAGAM T-SHIRT BRAND POLARISE SEBAGAI UPAYA PENGUATAN IDENTITAS VISUAL MEREK. AKSA, 57.

Maylano, A. N. (2025). ANALISIS ELEMEN VISUAL POSTER “KONSER URUP” 2024 KUNTO AJI DAN KORELASINYA SEBAGAI MEDIA PROMOSI. AKSA, 41.

Sapitri, R. (2025). Analisis Visual Poster "Kenduri Seni Melayu" Batam: Periode 2022-2024. Besaung, 550-551.