



BUKU AJAR

PKN

DI ERA DIGITAL

Eky Risqiana
Adi Kuntoro

BUKU AJAR PKN DI ERA DIGITAL

Eky Risqiana
Adi Kuntoro



Tahta Media Group

UU No 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Pelindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i. penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv. penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

Hak cipta dilindungi undang-undang

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

BUKU AJAR
PKN DI ERA DIGITAL

Penulis:
Eky Risqiana
Adi Kuntoro

Desain Cover:
Tahta Media

Editor:
Tahta Media

Proofreader:
Tahta Media

Ukuran:
vi, 116, Uk: 15,5 x 23 cm

ISBN: 978-634-262-339-8

Cetakan Pertama:
Oktober 2026

Hak Cipta 2026, Pada Penulis

Isi diluar tanggung jawab penerbit

Copyright © 2026 by Tahta Media Group
All Right Reserved

PENERBIT TAHTA MEDIA GROUP

Perumahan Mitra Utama Residence 3 Blok A no 1, Sawahan, Tempel,
Kec. Gatak, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah 57557

email: tahtaliterasimedia@gmail.com

website: <http://store.tahtamedia.co.id/>

Anggota IKAPI (216/JTE/2021)

PRAKATA

Buku ajar ini disusun berangkat dari sebuah pertanyaan mendasar: mengapa mahasiswa Program Studi Desain Komunikasi Visual (DKV) perlu mempelajari Pendidikan Kewarganegaraan? Jawaban atas pertanyaan tersebut tidak semata-mata terletak pada tuntutan kurikulum perguruan tinggi, melainkan pada hakikat profesi desainer itu sendiri. Seorang desainer pada dasarnya merupakan komunikator visual yang menyampaikan pesan kepada masyarakat melalui unsur warna, bentuk, tipografi, serta berbagai narasi visual. Setiap karya desain yang dihasilkan memiliki potensi untuk mempengaruhi cara berpikir, sikap, dan perilaku publik. Dengan demikian, desain tidak hanya berfungsi sebagai media estetika, tetapi juga memiliki implikasi sosial yang luas baik dalam membangun persatuan, memperkuat identitas, maupun membentuk opini publik.

Dalam konteks perkembangan teknologi digital, peran tersebut menjadi semakin signifikan. Sebuah infografis dapat menjangkau audiens yang sangat luas dalam waktu singkat melalui media sosial. Desain kampanye visual dapat memengaruhi persepsi publik dalam berbagai isu sosial maupun politik. Logo dan identitas visual dapat menjadi simbol representasi bagi suatu komunitas atau gerakan. Di sisi lain, manipulasi visual juga dapat memicu kesalahpahaman, disinformasi, bahkan konflik sosial. Oleh karena itu, kompetensi teknis dalam desain perlu diimbangi dengan pemahaman nilai, tanggung jawab sosial, serta kesadaran kewarganegaraan.

Atas dasar pemikiran tersebut, mata kuliah Pendidikan Kewarganegaraan bagi mahasiswa DKV tidak hanya dimaknai sebagai kewajiban akademik, tetapi sebagai landasan filosofis dan etis yang membimbing penggunaan kemampuan desain secara bertanggung jawab. Pendidikan kewarganegaraan diharapkan

mampu membantu mahasiswa memahami peran mereka sebagai warga negara sekaligus sebagai kreator visual yang memiliki pengaruh di ruang publik.

Buku ini disusun dengan beberapa prinsip utama. Pertama, pendekatan kontekstual terhadap bidang Desain Komunikasi Visual, di mana konsep-konsep kewarganegaraan dihubungkan secara langsung dengan praktik desain. Kedua, penggunaan studi kasus nyata yang diambil dari berbagai fenomena desain di Indonesia, seperti kampanye visual, identitas merek lokal, gerakan sosial, maupun kontroversi visual yang pernah terjadi di ruang publik. Ketiga, buku ini dirancang untuk mendorong kemampuan berpikir kritis mahasiswa dalam memahami berbagai dilema etis dan sosial yang mungkin dihadapi dalam praktik desain. Keempat, setiap pembahasan dilengkapi dengan tugas atau proyek yang mengintegrasikan pemahaman konseptual dengan praktik kreatif, sehingga mahasiswa dapat belajar melalui proses berkarya.

Melalui buku ini, mahasiswa diharapkan tidak hanya berkembang sebagai desainer yang memiliki kemampuan teknis yang baik, tetapi juga sebagai individu yang memiliki kesadaran etis, tanggung jawab sosial, serta karakter kewarganegaraan yang kuat. Pada akhirnya, kompetensi desain yang dimiliki dapat diarahkan untuk memberikan kontribusi positif bagi masyarakat.

Semoga buku ajar ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan pembelajaran Pendidikan Kewarganegaraan, khususnya bagi mahasiswa Desain Komunikasi Visual.

Penulis

DAFTAR ISI

PRAKATA	iv
DAFTAR ISI.....	iv
BAB I IDENTITAS NASIONAL DI RUANG VISUAL DIGITAL	1
Tujuan Pembelajaran	2
A. Identitas Nasional	2
B. Simbol-Simbol Kenegaraan sebagai Bahasa Visual.....	6
C. Nasionalisme di Era Media Sosial	9
D. Desainer sebagai Pembentuk Identitas Budaya.....	11
E. Studi Kasus Visual	14
Rangkuman	18
Referensi	19
BAB 2 KONSTITUSI DAN HAK ASASI DALAM EKOSISTEM DIGITAL	20
Tujuan Pembelajaran	20
A. UUD 1945 dan Hak-Hak Digital Warga Negara	21
B. Kebebasan Berekspresi dan Tanggung Jawab Konten	24
C. Hak Cipta dan Kekayaan Intelektual bagi Desainer	27
D. Regulasi Konten Digital	30
E. Studi Kasus.....	31
Rangkuman	34
Referensi	35
BAB 3 Demokrasi Visual: Desain dalam Ruang Publik Digital	36
Tujuan Pembelajaran	36
A. Prinsip-Prinsip Demokrasi Pancasila	37
B. Komunikasi Politik Visual dan Propaganda	39
C. Desain sebagai Alat Partisipasi Demokratis.....	42
D. Studi Khusus	44
Rangkuman	46

Referensi	48
BAB 4 KETAHANAN NASIONAL DI ERA DISRUPSI	
INFORMASI	49
Tujuan Pembelajaran	49
A. Ketahanan Nasional Kontemporer	50
B. Anatomi Disinformasi Visual	51
C. Literasi Visual sebagai Pertahanan Sipil	54
D. Peran Desainer dalam Kontra-Narasi	55
E. Studi Kasus	57
Rangkuman	59
Referensi	60
BAB 5 GEOPOLITIK DIGITAL DAN IDENTITAS BANGSA	61
Tujuan Pembelajaran	61
A. Wawasan Nusantara di Era Digital	62
B. Globalisasi Estetika dan Kekhasan Visual Lokal	64
C. Ekspor Budaya Visual Indonesia	67
D. Studi Kasus	69
Rangkuman	72
Referensi	73
BAB 6 ETIKA DESAIN DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL	74
Tujuan Pembelajaran	74
A. Etika Profesi Desainer dalam Perspektif Pancasila	75
B. Dark Patterns: Manipulasi Visual dalam UX/UI	77
C. Inklusivitas dan Aksesibilitas dalam Desain	79
D. Keberlanjutan (<i>Sustainability</i>) dalam Praktik Desain	81
E. Studi Kasus	82
Rangkuman	85
Referensi	86

BAB 7 KEWARGANEGARAAN DIGITAL AKTIF	87
Tujuan Pembelajaran	87
A. Konsep <i>Digital Citizenship</i>	88
B. Jejak Digital dan Reputasi Profesional	90
C. Etika dalam Komunitas Online	91
D. Aktivisme Visual dan Gerakan Sosial Digital	93
Rangkuman	96
Referensi	98
BAB 8 AI, TEKNOLOGI BARU, DAN MASA DEPAN	
KEWARGANEGARAAN.....	99
Tujuan Pembelajaran	100
A. Kecerdasan Buatan dan Implikasi Hukumnya	100
B. <i>Deepfake</i> dan Krisis Kepercayaan Visual	102
C. Otomatisasi dan Masa Depan Profesi Desainer.....	104
D. Regulasi AI dari Perspektif Kewarganegaraan.....	106
E. Visi Desainer Indonesia 2045.....	107
Rangkuman	110
Referensi	112
GLOSARIUM	113
PROFIL PENULIS.....	115

BAB

1

IDENTITAS NASIONAL DI RUANG VISUAL DIGITAL

Memahami Indonesia melalui lensa desainer

Sudut Pandang DKV

Bayangkan Anda diminta merancang poster kampanye pariwisata nasional. Pertanyaan pertama yang muncul di benak Anda mungkin soal warna, tipografi, atau komposisi. Tapi pertanyaan yang seharusnya muncul lebih dulu adalah: apa sesungguhnya Indonesia itu?

Identitas nasional bukan abstraksi yang hanya hidup dalam buku undang-undang. Ia hadir nyata dalam setiap pilihan desain seperti warna merah-putih, motif batik, siluet wayang, *typeface* yang terasa lokal atau global, cara memotret wajah-wajah Indonesia. Desainer adalah salah satu pihak yang paling aktif memproduksi dan mereproduksi identitas nasional, bahkan sering tanpa menyadarinya.

Bab ini mengajak Anda menjadi desainer yang sadar dan memahami apa yang sedang ia bangun setiap kali menyentuh palet warna atau memilih *font*.

TUJUAN PEMBELAJARAN

Setelah mempelajari bab ini, mahasiswa mampu:

1. Menjelaskan pengertian dan dimensi identitas nasional Indonesia secara komprehensif
2. Menganalisis simbol-simbol kenegaraan sebagai sistem bahasa visual
3. Mengevaluasi fenomena nasionalisme di era media sosial dan dampaknya terhadap desain
4. Mengidentifikasi peran desainer dalam membentuk dan memperbarui identitas budaya visual
5. Merancang karya desain yang mengekspresikan identitas nasional secara autentik dan kontemporer

A. IDENTITAS NASIONAL

Pernahkah Anda memperhatikan betapa mudahnya kita mengenali sebuah produk sebagai “terasa Indonesia”? Atau sebaliknya, betapa canggungnya sebuah desain yang mencoba tampil Indonesia namun terasa artifisial? Intuisi itu mencerminkan sesuatu yang jauh lebih kompleks dari sekadar estetika, namun juga mencerminkan identitas nasional.

1. Pengertian Identitas Nasional

Secara sederhana, identitas nasional adalah seperangkat nilai, simbol, karakter, dan kebudayaan yang menjadi ciri khas suatu bangsa dan membedakannya dari bangsa lain. Identitas ini bukan sesuatu yang statis tetapi terbentuk melalui proses sejarah yang panjang, terus bernegosiasi dengan perubahan zaman, dan selalu dalam kondisi dinamis.

Menurut Benedict Anderson (1983), bangsa adalah sebuah komunitas politik yang dibayangkan (*imagined community*). Jutaan orang yang tidak pernah saling bertemu pun dapat merasa terhubung dalam satu identitas yang sama. Apa yang memungkinkan imajinasi bersama itu terjadi? Jawabannya antara lain adalah visual berupa bendera, lambang negara, uang kertas, seragam, arsitektur, dan seluruh lanskap visual yang kita konsumsi setiap hari.

Bangsa adalah komunitas yang dibayangkan sebagai batas dan berdaulat, karena para anggotanya tidak akan pernah mengenal sebagian besar sesama anggota, tidak bertemu, atau bahkan mendengar tentang mereka, namun dalam benak masing-masing hidup gambaran tentang persekutuan mereka.

Benedict Anderson, Imagined Communities, 1983

2. Enam Dimensi Identitas Nasional Indonesia

Para ilmuwan politik dan budaya mengidentifikasi beberapa dimensi utama identitas nasional. Untuk Indonesia, dimensi-dimensi ini memiliki karakteristik yang unik dan kaya sebagai berikut.

Tabel 1.1 Dimensi Utama Identitas Nasional

Dimensi	Definisi	Ekspresi Visual dalam DKV
Primordial	Ikatan berbasis suku, bahasa daerah, ras, dan adat istiadat	Motif batik, tenun, ukiran, arsitektur vernacular (seperti rumah adat), pakaian adat
Sakral	Nilai-nilai spiritual dan keagamaan yang disepakati bersama	Simbol keagamaan, arsitektur masjid/ gereja /pura, kalender visual
Tokoh Pemersatu	Figur-figur bersejarah yang menjadi simbol persatuan	Potret Soekarno-Hatta, ilustrasi pahlawan, visual monumen
Sejarah Bersama	Pengalaman kolektif yang membentuk memori nasional	Visual perjuangan kemerdekaan, pembangunan, bencana nasional
Bhinneka Tunggal Ika	Keberagaman dalam kesatuan sebagai prinsip hidup bangsa	Desain multikultural, visual inklusif, representasi keberagaman
Pencapaian Ekonomi	Identitas berbasis kemajuan dan prestasi bersama	Branding “ <i>Made in Indonesia</i> ”, visual UMKM, <i>startup</i> lokal

Menariknya, dalam praktik desain, keenam dimensi ini sering hadir secara bersamaan dalam satu karya atau sengaja dipilih salah satunya untuk tujuan komunikasi tertentu. Desainer yang memahami peta ini akan mampu membuat pilihan yang lebih *intentional* dan bermakna.

3. **Keunikan dan Tantangan Identitas Visual Indonesia**

Indonesia adalah salah satu negara dengan kompleksitas identitas nasional tertinggi di dunia. Dengan lebih dari 1.300 suku bangsa, 700+ bahasa daerah, 6 agama resmi, dan sejarah kolonial yang panjang, membangun satu narasi visual Indonesia adalah tantangan yang luar biasa sekaligus peluang kreatif yang tak ada habisnya.

Kekuatan Identitas Visual Indonesia	Tantangan Identitas Visual Indonesia
• Kekayaan motif dan ornamen tradisional yang tak tertandingi. • Filosofi estetika lokal yang dalam (falsafah Jawa, Sunda, Bali, dll). • Warisan UNESCO: batik, wayang, angklung, dan lainnya. • Warna-warna tropis yang khas dan ekspresif. • Tradisi <i>storytelling visual</i> yang kuat; wayang, gambar ilustrasi dan lainnya.	• Dominasi estetika global dalam desain digital. • Risiko eksotisme dan representasi yang tidak autentik. • Ketegangan antara modernisasi dan pelestarian budaya. • Ketimpangan representasi antar-daerah. • Appropriasi budaya dalam desain komersial (plagiarisme ide/ budaya).

B. SIMBOL-SIMBOL KENEGARAAN SEBAGAI BAHASA VISUAL

Setiap negara memiliki sistem simbol resmi yang berfungsi sebagai bahasa visual untuk mengkomunikasikan nilai-nilai dan identitasnya. Bagi desainer, simbol-simbol ini adalah *vocabulary* dasar yang harus dipahami bukan hanya secara formal, tetapi secara semiotis.

1. Dasar Hukum Simbol Kenegaraan

Simbol kenegaraan Indonesia diatur secara resmi dalam Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2009 tentang Bendera, Bahasa, Lambang Negara, dan Lagu Kebangsaan. Regulasi ini relevan langsung bagi desainer karena mengatur bagaimana simbol-simbol tersebut boleh dan tidak boleh direpresentasikan dalam karya visual.

Tabel 1.2 Simbol-simbol Kenegaraan Indonesia

Simbol	Landasan Hukum	Makna Visual Inti	Implikasi bagi Desainer
Bendera Merah Putih	UU 24/2009 Pasal 4–23	Merah: keberanian. Putih: kesucian. Proporsi 2:3.	Tidak boleh dimodifikasi ukuran, warna, proporsi dalam konteks resmi
Garuda Pancasila	UU 24/2009 Pasal 46–57	Simbol negara dengan 5 prinsip Pancasila dalam perisai	Penggunaan komersial memiliki batasan; kehati-hatian dalam reinterpretasi

Simbol	Landasan Hukum	Makna Visual Inti	Implikasi bagi Desainer
Bahasa Indonesia	UU 24/2009 Pasal 25–42	Bahasa pemersatu dari 700+ bahasa daerah	Hierarki teks: Bahasa Indonesia prioritas dalam konteks resmi
Indonesia Raya	UU 24/2009 Pasal 58–64	Lagu kebangsaan sebagai identitas auditif nasional	Visual yang menyertai lagu kebangsaan memiliki etika tersendiri

2. Membaca Garuda Pancasila sebagai Sistem Desain

Lambang Garuda Pancasila adalah salah satu karya desain grafis paling kompleks dan terencana dalam sejarah Indonesia. Dirancang oleh Sultan Hamid II dan disempurnakan oleh Presiden Soekarno, lambang ini mengandung sistem makna visual yang sangat terstruktur. Sebuah *masterclass* dalam desain simbolik.

Anatomi Visual Garuda Pancasila

- Burung Garuda menengok ke kanan: Simbolisme arah positif dalam budaya Timur
- 17 bulu sayap + 8 bulu ekor + 19 bulu di bawah perisai + 45 bulu leher = 17-8-1945

Anatomi Visual Garuda Pancasila

- Perisai berisi 5 lambang Pancasila: bintang (Ketuhanan), rantai (Kemanusiaan), pohon beringin (Persatuan), kepala banteng (Kerakyatan), padi dan kapas (Keadilan)
- Pita bertuliskan Bhinneka Tunggal Ika: keberagaman yang menyatu
- Cakar yang mencengkeram pita: komitmen yang tidak bisa dilepaskan

Pertanyaan: Jika Anda diminta mendesain lambang negara untuk Indonesia hari ini, elemen apa yang akan Anda pertahankan? Apa yang akan Anda perbaharui?

3. Semiotika Visual: Membaca Makna Berlapis

Roland Barthes membedakan dua lapisan makna dalam semiotika visual: denotasi (makna harfiah) dan konotasi (makna yang berkembang secara kultural dan historis). Pemahaman ini krusial bagi desainer karena setiap karya visual beroperasi di kedua lapisan sekaligus.

Denotasi Bendera Merah Putih

- Warna merah
- Warna putih
- Proporsi: 2 bagian lebar : 3 bagian panjang
- Dua bidang warna horizontal sama besar

Konotasi Bendera Merah Putih

- Merah: keberanian, perjuangan, pengorbanan
- Putih: kemurnian, ketulusan, jiwa bersih
- Identik dengan bendera Majapahit (kontinuitas sejarah)
- Simbol persatuan 17.000+ pulau dan 270+ juta jiwa

C. NASIONALISME DI ERA MEDIA SOSIAL

Jika nasionalisme abad ke-20 dibangun melalui surat kabar, radio, dan parade kemerdekaan. Nasionalisme abad ke-21 dibangun melalui *Instagram Stories, Twitter/X trending topics, TikTok viral*, dan filter *Snapchat*. Medium telah berubah, dan bersama itu, logika bagaimana identitas nasional dikomunikasikan pun berubah.

1. Nasionalisme Formal dan Nasionalisme Populer Digital

Nasionalisme Formal/ Institusional	Nasionalisme Populer/ Digital
• Direpresentasikan oleh simbol resmi negara • Disampaikan melalui upacara dan media pemerintah • Stabil, terstandarisasi, <i>top-down</i> • <i>Audiens</i>: warga negara sebagai subjek hukum • Ritme: tahunan (hari nasional, pemilu)	• Lahir dari ekspresi warga di media sosial • Disampaikan melalui <i>meme, reels, filter, merchandise</i> • Dinamis, beragam, <i>bottom-up</i>, cepat berubah • <i>Audiens</i>: generasi muda sebagai kreator konten • Ritme: <i>real-time</i>, responsif terhadap momen

2. Lima Fenomena Nasionalisme Visual Digital Indonesia

Fenomena Nasionalisme Visual di Ruang Digital Indonesia
a. <i>Twibbon Culture</i> merupakan <i>frame</i> foto profil bertema nasional yang menyebar masif setiap momen kebangsaan. Fenomena partisipasi visual yang demokratis namun sering kali dangkal secara makna. b. <i>Aesthetic Lokal</i> merupakan tren desain yang mengangkat estetika daerah (Jogja <i>aesthetic</i>, Betawi <i>core</i>, Lombok

Fenomena Nasionalisme Visual di Ruang Digital Indonesia

- visual, dll) sebagai identitas yang bangga dan kontemporer, bukan sekadar nostalgia.
- c. ***Meme Kebangsaan*** adalah humor visual yang bermain dengan simbol nasional. Bisa menjadi medium kritik yang cerdas atau trivialisasi yang merusak, tergantung konteks dan intensi.
 - d. ***Brand Lokal Goes Viral*** yakni fenomena *brand* Indonesia (Erigo, Totem, Buttonsarves) yang menciptakan identitas *visual proud to be Indonesian* yang resonan di kalangan muda.
 - e. ***Kontra-Narasi Visual*** merupakan desain aktivisme yang menantang narasi nasionalisme resmi seperti poster demonstrasi, visual gerakan hak asasi, ilustrasi kritik sosial yang menyebar organik.

3. Nasionalisme Visual yang Bermasalah

Tidak semua ekspresi nasionalisme visual bersifat konstruktif. Desainer perlu mampu membedakan dan menghindari bentuk-bentuk nasionalisme visual yang bermasalah, seperti yang ada pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.3 Bentuk-bentuk Nasionalisme yang bermasalah

Bentuk	Deskripsi	Risiko
<i>Chauvinisme Visual</i>	Nasionalisme yang merendahkan atau mendemonisasi pihak lain seperti <i>meme</i> anti-negara tertentu	Memicu konflik, xenophobia (anti orang asing), dan polarisasi

Bentuk	Deskripsi	Risiko
Nostalgia Selektif	Idealisasi masa lalu yang menghapus sejarah kekerasan seperti visual era tertentu yang diromantisasi	Melupakan trauma dan korban sejarah
Komodifikasi Dangkal	Penggunaan simbol nasional semata-mata untuk tujuan komersial tanpa substansi	Trivialisi makna kebangsaan
Representasi Eksklusif	Gambaran Indonesia yang hanya mencerminkan satu suku/ kelompok dominan	Memperkuat marginalisasi kelompok lain

D. DESAINER SEBAGAI PEMBENTUK IDENTITAS BUDAYA

Dalam diskursus desain kontemporer, ada pergeseran penting dalam cara memandang peran desainer, dari sekadar *problem solver* menjadi *cultural agent* atau agen yang secara aktif membentuk budaya. Pemahaman ini mengubah tanggung jawab moral seorang desainer secara fundamental.

1. Desain sebagai *Soft Power Nasional*

Soft power adalah kemampuan mempengaruhi pihak lain melalui daya tarik budaya, nilai, dan kreativitas serta bukan paksaan. Desain adalah salah satu instrumen *soft power* yang paling efektif dan sering diremehkan.

Desain dan *Soft Power*: Pelajaran dari Negara Lain

KOREA SELATAN: Investasi besar-besaran dalam desain visual K-pop menciptakan industri bernilai miliaran dolar sekaligus mendongkrak citra Korea secara global. Visual konsisten memperkuat identitas nasional secara global.

JEPANG: Filosofi desain “ma” (ruang negatif) dan “wabi-sabi” (keindahan- ketidaksempurnaan) menjadi ekspor budaya yang diakui dan dikagumi dunia.

FINLANDIA: *Brand desain Nordic* yang minimalis, fungsional, ramah lingkungan, dibangun konsisten selama puluhan tahun dan menjadi identitas nasional yang kohesif.

INDONESIA: Batik diakui UNESCO sejak 2009, namun potensi ekspor desain Indonesia masih jauh dari optimal. Di sinilah generasi DKV saat ini punya peran historis yang nyata.

2. Tiga Posisi Etis Desainer terhadap Identitas

Tabel 1.4 Posisi Etis Desainer terhadap Identitas Negara

Posisi	Definisi	Kekuatan	Risiko
PRESERVER (Pelestari)	Menjaga dan mendokumentasikan identitas visual warisan budaya	Menjamin keberlanjutan dan autentisitas budaya	Konservatisme yang menghambat relevansi kontemporer

Posisi	Definisi	Kekuatan	Risiko
INNOVATOR (Pembaruan)	Menginterpretasi ulang identitas tradisional dalam bahasa visual kontemporer	Membuat warisan relevan bagi generasi baru	Risiko distorsi makna asli dan appropriasi
CURATOR (Kurator)	Secara kritis memilih, mempertimbangkan, dan memadukan elemen identitas sesuai konteks	Paling fleksibel dan kontekstual	Membutuhkan kompetensi dan riset paling dalam

3. Lima Prinsip Desain Identitas yang Bertanggung Jawab

- Riset sebelum desain. Setiap elemen budaya memiliki makna dan konteks yang harus dipahami sebelum direpresentasikan.
- Konsultasi komunitas asal. Untuk elemen dari budaya spesifik, libatkan atau setidaknya konsultasikan dengan komunitas pemilik budaya tersebut.
- Transparansi referensi. Dokumentasikan sumber inspirasi visual dan konteks penggunaannya.
- Representasi inklusif. Indonesia adalah keberagaman. Pastikan karya tidak mereduksi identitas nasional hanya pada satu kelompok.

- e. Pertimbangkan dampak. Tanyakan siapa yang mungkin tersinggung atau dirugikan? Apakah risiko tersebut proporsional dengan tujuan desain?

E. STUDI KASUS VISUAL

STUDI KASUS

Wonderful Indonesia: Antara Autentisitas dan Selera Global

Latar Belakang

Pada 2011, Kementerian Pariwisata Indonesia meluncurkan kampanye *Wonderful Indonesia* sebagai *rebranding* dari kampanye sebelumnya. Kampanye ini dirancang untuk meningkatkan citra Indonesia di mata wisatawan mancanegara. Identitas visualnya menggunakan tipografi modern, fotografi berkualitas tinggi dengan warna-warna jenuh, dan *tagline* dalam Bahasa Inggris mengikuti estetika *global premium* yang lazim di industri pariwisata internasional.

Pertanyaan Analisis

1. Apakah identitas visual *Wonderful Indonesia* mencerminkan keunikan Indonesia, atau mengikuti standar estetika global yang generik?
2. Dimensi identitas nasional mana (dari enam dimensi) yang paling banyak direpresentasikan? Mana yang paling absen?
3. Bagaimana penggunaan Bahasa Inggris sebagai *tagline* memengaruhi cara Indonesia mempresentasikan dirinya?
4. Jika kampanye ini dirancang untuk audiens Indonesia (bukan turis asing), perubahan apa yang Anda usulkan?

Perspektif Analitis

Kampanye ini adalah contoh klasik ketegangan antara autentisitas lokal dan daya tarik global. Dari sudut pandang *brand strategy*, kampanye ini cukup berhasil meningkatkan *awareness internasional*. Namun dari perspektif identitas nasional yang lebih dalam, pertanyaan legitimnya adalah: apakah representasi Indonesia dalam kampanye ini cukup autentik, atau lebih merupakan konstruksi yang disesuaikan dengan selera pasar global? Tidak ada jawaban tunggal dan itulah mengapa diskusi ini penting.

STUDI KASUS

Erigo: Membangun Nasionalisme Baru Tanpa Simbol Klise

Konteks

Erigo adalah *brand fashion* lokal Indonesia yang berdiri 2010 dan tumbuh menjadi salah satu *brand streetwear* terbesar di Asia Tenggara. Yang menarik adalah bagaimana Erigo membangun identitas *proud to be Indonesian* yang kuat tanpa menggunakan bendera atau lambang negara secara harfiah justru melalui interpretasi budaya yang lebih halus dan kontemporer.

Elemen Visual Kunci

- Tipografi: Perpaduan huruf Latin modern dengan sentuhan kaligrafi Asia
- Warna: Palet inklusif yang tidak terpaku merah-putih namun selalu terasa Indonesia
- Motif: Interpretasi kontemporer motif Nusantara (bukan *copy-paste* batik konvensional)

STUDI KASUS

Erigo: Membangun Nasionalisme Baru Tanpa Simbol Klise

- Model: Representasi wajah-wajah Indonesia yang beragam dan menolak standar kecantikan homogen
- Narasi: *Brand story* yang tegas tentang kebanggaan lokal tanpa klise

Diskusi

Mengapa Erigo berhasil membangun rasa kebanggaan nasional tanpa menggunakan simbol formal negara? Apa yang dapat dipelajari desainer dari pendekatan ini tentang cara mengekspresikan identitas nasional yang segar dan tidak klise?

Pertanyaan Refleksi

1. Dalam karya-karya desain Anda sebelumnya, seberapa sering Anda secara sadar memasukkan elemen identitas Indonesia? Apa motivasi di balik pilihan tersebut?
2. Apakah menurut Anda seorang desainer punya kewajiban untuk mempromosikan identitas nasional dalam karyanya, atau ini adalah pilihan pribadi semata?
3. Identifikasi satu *brand visual* Indonesia yang menurut Anda paling berhasil mengekspresikan identitas nasional secara autentik. Apa yang membuatnya berhasil?
4. Jika Anda memiliki kebebasan penuh untuk merancang satu simbol visual baru yang merepresentasikan Indonesia hari ini, bukan bendera dan bukan Garuda, apa yang akan Anda pilih dan mengapa?

EVALUASI

Reimajinasi Poster Hari Kemerdekaan Indonesia

Deskripsi Proyek

Rancang sebuah poster peringatan Hari Kemerdekaan Indonesia (17 Agustus) yang: (1) tetap setia pada nilai-nilai kebangsaan dan Pancasila, (2) menggunakan bahasa visual kontemporer yang relevan bagi generasi Z, (3) merepresentasikan keberagaman Indonesia secara inklusif, dan (4) menghindari klise visual yang sudah terlalu sering digunakan.

Poster dapat berupa format digital (*Instagram/Twitter*) atau cetak (A2). Anda bebas menentukan media.

Proses yang Harus Didokumentasikan

1. Riset visual: Kumpulkan 10–15 referensi poster kemerdekaan dari berbagai era dan gaya
2. Analisis semiotika: Identifikasi elemen visual dan makna yang paling sering diulang
3. Positioning: Tentukan dimensi identitas nasional mana yang ingin Anda ekspresikan
4. Sketsa dan literasi: Minimum 3 konsep awal sebelum eksekusi final
5. Refleksi: Tulis 500 kata menjelaskan pilihan desain Anda dan landasan nilainya

Kriteria Penilaian

Relevansi Kewarganegaraan (30%): Seberapa dalam nilai kebangsaan terkomunikasikan

Orisinalitas Visual (25%): Seberapa segar dan tidak klise solusi visual yang dipilih

Kualitas Eksekusi (25%): Ketepatan teknis dan konsistensi estetika

EVALUASI

Reimajinasi Poster Hari Kemerdekaan Indonesia

Kedalaman Refleksi (20%): Kemampuan mengartikulasikan pilihan desain secara kritis

RANGKUMAN

1. Identitas nasional adalah konstruksi yang dinamis, terbentuk melalui sejarah, dan terus bernegosiasi bukan sesuatu yang tetap atau monolitik.
2. Indonesia memiliki enam dimensi identitas nasional (primordial, sakral, tokoh, sejarah, Bhinneka Tunggal Ika, ekonomi) yang masing-masing memiliki ekspresi visual khasnya.
3. Simbol-simbol kenegaraan (bendera, Garuda, bahasa, lagu) adalah sistem bahasa visual yang diatur hukum dan mengandung makna berlapis (denotasi dan konotasi).
4. Nasionalisme digital hadir dalam dua bentuk yakni formal/ institusional dan populer/ digital yang saling mempengaruhi dan kadang bertegangan.
5. Desainer adalah *cultural agent* yang secara aktif membentuk, melestarikan, atau mentransformasi identitas budaya melalui setiap karya yang diproduksi.
6. Tiga posisi etis desainer terhadap identitas yakni Preserver, Innovator, Curator. Masing-masing memiliki kekuatan dan risiko yang perlu dipahami secara sadar.

REFERENSI

- Anderson, B. (1983). *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. London: Verso.
- Barthes, R. (1977). *Image, Music, Text*. London: Fontana Press.
- Nye, J. S. (2004). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York: PublicAffairs.
- Sachari, A. (2002). *Estetika: Makna, Simbol dan Daya*. Bandung: ITB Press.
- UNESCO. (2009). *Decision of the Intergovernmental Committee: Batik Recognition*.
- Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2009 tentang Bendera, Bahasa, dan Lambang Negara serta Lagu Kebangsaan.

BAB

2

KONSTITUSI DAN HAK ASASI DALAM EKOSISTEM DIGITAL

Ketika UUD 1945 bertemu platform digital

Sudut Pandang DKV

Setiap kali Anda mengunggah karya desain ke Behance, menggunakan foto dari *Google Images* tanpa izin, membuat konten berisi kritik kepada pemerintah, atau menerima *brief* yang meminta Anda membuat visual yang berpotensi menyinggung. Anda sedang berinteraksi dengan konstitusi dan hukum.

Sayangnya, banyak desainer baru menyadari keberadaan hukum ini justru ketika sudah terkena dampaknya: dilaporkan atas pelanggaran hak cipta, dijerat UU ITE, atau karya mereka digunakan pihak lain tanpa izin. Pemahaman konstitusional bukan urusan pengacara saja tetapi juga perlindungan sehari-hari seorang desainer.

TUJUAN PEMBELAJARAN

Setelah mempelajari bab ini, mahasiswa mampu:

1. Menjelaskan hak-hak konstitusional warga negara yang relevan dengan praktik desain digital
2. Mengidentifikasi regulasi kunci yang mengatur produksi dan distribusi konten visual di Indonesia

TUJUAN PEMBELAJARAN

3. Menganalisis batasan kebebasan berekspresi dalam konteks desain dan media sosial
4. Menerapkan prinsip-prinsip hak cipta dalam praktik desain sehari-hari
5. Merancang konten yang mematuhi kerangka hukum Indonesia sekaligus tetap kreatif

A. UUD 1945 DAN HAK-HAK DIGITAL WARGA NEGARA

Konstitusi Indonesia yang berupa Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 bukan hanya teks hukum yang dibacakan dalam upacara. Ia adalah kontrak sosial antara warga negara dan negara yang menentukan apa yang boleh dan tidak boleh dilakukan oleh keduanya, termasuk di ruang digital.

1. Hak-Hak Konstitusional yang Relevan bagi Desainer

Tabel 2.1 Hak-hak Konstitusional bagi Desainer

Pasal UUD 1945	Hak yang Dijamin	Relevansi bagi Desainer DKV
Pasal 28C ayat (1)	Hak untuk mengembangkan diri melalui pemenuhan kebutuhan dasar, pendidikan, dan memperoleh manfaat dari ilmu	Hak akses terhadap perangkat digital dan pendidikan desain

GLOSARIUM

Istilah	Definisi dalam Konteks Buku Ini
Kewarganegaraan Digital	Kemampuan dan tanggung jawab seseorang untuk berpartisipasi secara etis dan aktif dalam komunitas digital
Literasi Visual Kritis	Kemampuan untuk membaca, menganalisis, dan mengevaluasi makna di balik karya visual secara kritis
<i>Dark Pattern</i>	Teknik desain UX/UI yang secara sengaja dirancang untuk memanipulasi pengguna demi kepentingan pembuat
<i>Deepfake</i>	Konten visual atau audio yang dimanipulasi menggunakan AI hingga tampak autentik namun tidak nyata
Disinformasi Visual	Penyebaran informasi palsu yang menggunakan elemen visual sebagai medium utama
Identitas Nasional	Seperangkat nilai, simbol, karakter, dan kebudayaan yang menjadi ciri khas suatu bangsa
Hak Cipta	Perlindungan hukum otomatis bagi pencipta atas karya orisinal sejak karya tersebut diwujudkan

Istilah	Definisi dalam Konteks Buku Ini
<i>Soft Power</i>	Kemampuan mempengaruhi pihak lain melalui daya tarik budaya dan nilai, bukan paksaan
<i>Imagined Community</i>	Konsep Benedict Anderson bahwa bangsa adalah komunitas yang dibayangkan bersama meskipun anggotanya tidak saling kenal
Glokalisasi	Adaptasi produk atau konten global dengan mempertimbangkan karakteristik lokal secara organik
Aksesibilitas	Kemampuan sebuah desain untuk digunakan oleh orang dengan berbagai kemampuan dan kebutuhan
Provenance Digital	Sistem pelacakan asal-usul dan otentisitas konten digital untuk mencegah manipulasi
Semiotika	Ilmu tentang tanda dan makna — cara tanda-tanda, termasuk visual, menghasilkan dan menyampaikan makna
Propaganda	Upaya terorganisir untuk mempengaruhi opini dan tindakan publik melalui berbagai medium, termasuk visual
Geopolitik Digital	Dinamika kekuatan, kepentingan, dan konflik antar aktor di ruang siber global

PROFIL PENULIS

EKY RISQIANA

Lahir di Pekalongan, Jawa Tengah. Meraih gelar Sarjana Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan Universitas Negeri Semarang (2014). Melanjutkan pendidikan S2 di Universitas Negeri Semarang dan memperoleh gelar Magister Pendidikan Ilmu Pengetahuan dan Sosial (2019). Saat ini, penulis sebagai dosen program studi S-1 Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan di Universitas Darul Ulum Islamic Centre Sudirman, Ungaran, Jawa Tengah. Selain itu juga menjadi dosen luar biasa pada mata kuliah Pendidikan Pancasila dan Pendidikan Kewarganegaraan untuk program studi D-3 Desain Komunikasi Visual di Universitas Harkat Negeri, Kota Tegal, Jawa Tengah. Menjadi tutor di Universitas Terbuka pada mata kuliah Pendidikan Kewarganegaraan juga menjadi salah satu kesibukannya sejak tahun 2022. Beberapa karya tulis yang sudah dipublikasikan diantaranya:

1. Penguatan Nilai-nilai Identitas Nasional melalui *Project Based Learning* dan Konten Edukatif TikTok (2025).
2. Pendidikan Kewarganegaraan: Membangun Partisipasi Aktif dan Transmisi Nilai melalui Konten Media Sosial (2025).
3. Transformasi Nilai-nilai Pancasila melalui Media Audiovisual: Studi Kasus Penggunaan Film Pendek dalam Kelas Pendidikan Pancasila (2025).

4. Awareness Of Non-PPKn Students On The Mandatory Status Of Pancasila Education And Civic Education Courses: A Study On PGSD And DKV Students At Private Universities In Central Java. (2026)

ADI KUNTORO

Lahir di Tegal, Jawa Tengah. Meraih gelar Sarjana Pendidikan Seni Rupa Universitas Negeri Semarang (2015). Melanjutkan pendidikan S2 di Universitas Negeri Semarang dan memperoleh gelar Magister Pendidikan Seni (2020). Saat ini, penulis sebagai dosen Pendidikan Seni Rupa di Universitas Negeri Semarang, Jawa Tengah. Beberapa karya tulis yang sudah dipublikasikan diantaranya:

1. The Symbolic Meaning of Characters in Wayang Lupit and Slentheng by Ki Entus Susmono (2019)
2. Audio-Visual Aids Media, Language Acquisition and Attitude: An Initial Investigation in the EFL Classroom (2023).
3. Penerapan Model Ecoliteracy bagi Anggota Komunitas Taman Baca Kabupaten Tegal (2023)
4. Error Analysis and Method of Translation in Face Care Product Labels (2023)
5. Transformasi Nilai-nilai Pancasila melalui Media Audiovisual: Studi Kasus Penggunaan Film Pendek dalam Kelas Pendidikan Pancasila (2025).

BUKU AJAR

PKN DI ERA DIGITAL

Buku ini disusun dengan beberapa prinsip utama. Pertama, pendekatan kontekstual terhadap bidang Desain Komunikasi Visual, di mana konsep-konsep kewarganegaraan dihubungkan secara langsung dengan praktik desain. Kedua, penggunaan studi kasus nyata yang diambil dari berbagai fenomena desain di Indonesia, seperti kampanye visual, identitas merek lokal, gerakan sosial, maupun kontroversi visual yang pernah terjadi di ruang publik. Ketiga, buku ini dirancang untuk mendorong kemampuan berpikir kritis mahasiswa dalam memahami berbagai dilema etis dan sosial yang mungkin dihadapi dalam praktik desain. Keempat, setiap pembahasan dilengkapi dengan tugas atau proyek yang mengintegrasikan pemahaman konseptual dengan praktik kreatif, sehingga mahasiswa dapat belajar melalui proses berkarya. Melalui buku ini, mahasiswa diharapkan tidak hanya berkembang sebagai desainer yang memiliki kemampuan teknis yang baik, tetapi juga sebagai individu yang memiliki kesadaran etis, tanggung jawab sosial, serta karakter kewarganegaraan yang kuat.



CV. Tahta Media Group
Sukoharjo, Jawa Tengah
Web : www.tahtamedia.co.id
Ig : tahtamedia group
Telp/WA : +62 896 5427 3996

