

Desain Komunikasi Visual



Sri Wahyuningsih, S.Sos., M.Si

SRI WAHYUNINGSIH, S.Sos.,M.Si

**DESAIN
KOMUNIKASI VISUAL**

Penerbit:



Sanksi Pelanggaran

**Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002
Tentang Hak Cipta**

Pasal 72

1. Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam pasal 2 ayat (1) atau pasal 49 ayat (1) dan ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling singkat 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp.1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.5.000.000.000,00 (lima milyar rupiah).
2. Barangsiapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran Hak Cipta atau Hak Terkait sebagaimana dimaksudkan dalam ayat (1), dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

Oleh:

SRI WAHYUNINGSIH, S.Sos.,M.Si

Cetakan Pertama, November 2013

Hak cipta dilindungi undang undang

Dilarang memperbanyak isi buku ini, baik sebagian
maupun seluruhnya, dalam bentuk apa pun
tanpa izin tertulis dari Penerbit.

Diterbitkan oleh UTM PRESS
Jl. Raya Telang, PO Box 2 Kamal, Bangkalan - Madura
Telp. (031) 3011146, Fax. (031) 3011506

ISBN 978-602-7998-25-4



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillahirobbil Allamin, puji syukur kepada Allah SWT, karena buku ajar Desain Komunikasi Visual ini selesai tepat pada waktunya. Dan tak lupa pada junjungan Nabi besar kita Nabi Muhammad SAW yang selalu menjadi tuntunan hamba-hambaNya. Tauladan beliaulah yang menjadi inspirasi bagi semua umat manusia Muslim, khususnya penulis.

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang men-*support* selesainya buku ajar ini, kedua orang tua, suami, anak-anak selalu mengganggu dalam editing dan proses penyelesaian. Semoga atas doa dan kebaikan mereka semua Allah lah yang membalasnya amin.

Penulis yakin apa yang di tuangkan dalam buku ajar Desain Komunikasi Visual ini sangat membantu mahasiswa maupun kalangan akademis lain karena jika dibaca dan dipelajari isinya sangat kompleks berupa teori-teori serta contoh-contoh yang aplikatif. Insya Allah dengan adanya buku ajar Desain Komunikasi Visual ini bermanfaat dalam memahami apa sebenarnya mata kuliah Desain Komunikasi Visual. Dengan membaca dan memahami ini, para mahasiswa dan desainer khususnya pemula akan mempunyai ide-ide kreatif dalam membuat Logo, Logotype, Tipografi, Iklan, Poster, Membuat Komik (Sastra Gambar), Menyusun Layout, Menyampaikan Pesan Dalam Iklan, dan mereka bisa menganalisisnya secara prinsip semiotik dari pandang desainer itu sendiri maupun para interpretant.

Sekian prakata penulis, lebih detailnya tentang Desain Komunikasi Visual silahkan dibaca dan dipahami, semoga bermanfaat untuk membantu mencari referensi maupun tugas-tugas perkuliahan, maupun dalam pekerjaan sebuah karya Desain Komunikasi Visual, skripsi maupun tugas lain. Penulis hanya bisa berusaha semaksimal tetapi kesempurnaan hanya milik Allah semata, apabila ada kritik dan saran membangun penulis selalu menerima dengan senang hati.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Tertanda

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
BAB I. Mengenal Desain Komunikasi Visual.....	1
BAB II. Elemen Dasar Desain Komunikasi Visual	7
BAB III. Mengenal Desain Grafis	13
BAB IV. Prinsip Semiotik untuk Desain Grafis.....	21
BAB V. Desain Grafis 1: membuat Ilustrasi	53
BAB VI. Desain Grafis 2: Tipografi.....	61
BAB VII. Desain Grafis 3: Membuat Logo dan Logotype.....	97
BAB VIII. Desain Grafis 4 : Membuat Poster	103
BAB X. Menyusun Layout	117
BAB XI. Menyampaikan Pesan Melalui Iklan.....	127
DAFTAR PUSTAKA.....	133

BAB I

MENGENAL DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

I.TIU:

Mahasiswa/i semester 5 Program Studi Ilmu Komunikasi akan dapat menjelaskan makna dari Desain Komunikasi Visual (DKV) melalui pemahaman satuan kata pembentuknya yaitu desain, komunikasi dan visual beserta mengetahui apa manfaat mempelajari desain komunikasi visual itu sendiri.

II.TIK:

Mahasiswa/i semester 5 Program Studi Ilmu Komunikasi akan dapat memahami satuan kata pembentuk Desain Komunikasi Visual setelah diberikan materi tentang mengenal Desain Komunikasi Visual dengan tingkat keberhasilan 90%.

III.PENDAHULUAN

Kata “Desain Komunikasi Visual” terdiri atas tiga satuan kata yaitu desain, komunikasi, dan visual. Ketiga satuan kata pembentuk tersebut mempunyai makna tersendiri. Satuan kata baik desain, komunikasi, maupun visual banyak mempunyai aspek-aspek untuk dijelaskan. Terutama dengan perkembangan media saat ini, maka ketiga satuan kata pembentuk tersebut semakin kompleks untuk dipahami.

IV.PENYAJIAN

IV.1.Tiga Elemen Dasar DKV

Ada tiga satuan kata pembentuk Desain Komunikasi Visual yaitu desain, komunikasi, dan visual. Untuk bisa memahami apa definisi dari Desain Komunikasi Visual, maka perlu dipahami terlebih dahulu satuan-satuan kata pembentuknya sebagai berikut:

1. Desain

Desain ialah usaha yang berkaitan berkaitan dengan perancangan estetika, citra rasa , serta kretaitas. Desain tidak hanya mencakup eksplorasi visual semata namun mencakup pula dengan aspek-aspek seperti kultural-sosial, filosofis, teknis dan bisnis. Untuk mempermudah identifikasi desain, berikut disajikan tabel mengenai unsur-unsur pembentuk desain.

Tabel 1.1. Aspek Desai dan Uraiannya

Aspek Desain	Uraian
Aktivitas	Desain grafis, desain industri, arsitektur, desain interior, desain produk, dan profesi-profesi lainnya
Sifat	Disiplin silang
Tujuan	Berfokus pada bentuk (pemikiran, kebutuhan, maksud, kegunaan)
Fungsi	1.Memberi informasi (<i>to inform</i>) 2.Memberi penerangan (<i>to enlighten</i>) 3.Membujuk (<i>to persuade</i>) 3.Melindungi (<i>to protect</i>)
Varian	Desain 1 dimensi, 2 dimensi, 3 dimensi

2. Komunikasi

Kata komunikasi sebenarnya dapat dipahami melalui berbagai konteks yaitu pengertian komunikasi berdasarkan bahasa, verbal, diskusi, media massa, kode/morse/semaphore, *body language* dan *tulisan*. Namun, istilah komunikasi secara umum dapat dipahami sebagai suatu proses pengiriman dan penerimaan pesan yang terjadi antara dua pihak atau lebih. Tujuan komunikasi diantaranya untuk identifikasi, informasi, promosi dan *ambience*. Berikut ialah tabel macam-macam komunikasi.

Tabel 1.2. Macam Komunikasi dan Uraiannya

Macam Komunikasi	Uraian
Komunikasi Verbal	-Bahasa Lisan : Penggunaan bahasa dalam sehari-hari - <i>Auditory/Voice</i> : Menyangkut bunyi-bunyian, misalnya musik duka cita membawakan

	suasana berkabung.
Komunikasi Non Verbal	Komunikasi yang disampaikan secara visual melalui tulisan
Komunikasi Tactual	Mempergunakan kulit sebagai sensasi rabaan, ex: huruf braile
Komunikasi Olfactorial	Menggunakan hidung sebagai sensasi penciuman
Komunikasi Pengecap	Mempergunakan lidah sebagai sensasi pengenalan rasa
Komunikasi Tubuh	<i>Body Language</i>
Komunikasi Telepati	Menggunakan indra keenam
Komunikasi Perilaku	Memahami kebiasaan orang
Komunikasi Teknologi	Komunikasi menggunakan media
Komunikasi Visual	<i>Visual Language, Visualiser, Visual Effect, Visual Information</i>

3. Visual

Visual ialah sesuatu yang dapat terlihat dengan melibatkan beberapa tahapan yakni tahapan merasakan, tahapan menseleksi, dan tahapan memahami. Tahap merasakan ialah membiarkan cukup cahaya masuk ke mata agar dapat melihat obyek-obyek sekeliling. Tahap menseleksi ialah mengisolasi dan melihat bagian tertentu suatu adegan atau bagian obyek sehingga menjadi hasil kombinasi pencahayaan dan fokus mata dengan fungsi otak tingkat tinggi. Sementara tahap memahami ialah mengerti apa yang diseleksi untuk memproses suatu *image* secara mental pada kesadaran yang lebih mendalam.

IV.2. Pengertian Desain Komunikasi Visual

Desain Komunikasi Visual dapat dipahami sebagai ilmu yang bertujuan mempelajari konsep-konsep komunikasi serta ungkapan kreatif melalui berbagai media untuk menyampaikan pesan dan gagasan secara visual dengan mengelola elemen-elemen grafis yang berupa bentuk dan gambar, tatanan huruf, serta komposisi warna serta layout. Dengan demikian gagasan bisa diterima oleh orang atau kelompok yang menjadi

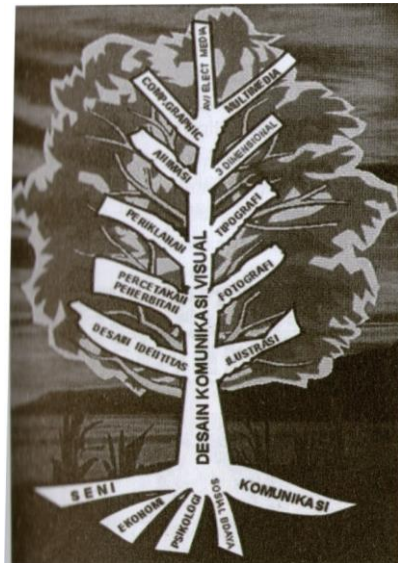
sasaran penerima pesan. Oleh karena itu fokus dari Desain Komunikasi Visual ialah kata komunikasinya.

IV.3. Pohon Ilmu Desain Komunikasi Visual

Apabila dimisalkan sebagai sebuah pohon, maka akar utama adalah ilmu Seni dan Ilmu Komunikasi. Sementara itu, akar ilmu pendukungnya DKV adalah Ilmu Sosial dan Budaya, Ilmu Ekonomi, dan Ilmu Psikologi. Cabang-cabang dari Ilmu Desain Komunikasi

Visual banyak sekali di antaranya meliputi:

- Ilustrasi
- Fotografi
- Tipografi
- 3 Dimensi
- Multimedia
- Elektronik Media
- Computer Grafis
- Animasi DII



IV.4. Substansi Desain Komunikasi Visual (DKV)

Tujuan Umum DKV :

1. Menyiapkan SDM agar dapat bersaing dalam abad teknologi komunikasi
2. Meningkatkan kualitas masyarakat informasi di era globalisasi

Tujuan Khusus DKV:

1. Mengenal konsep DKV sebagai dasar perancangan multi media
2. Mengenal dan memahami desain grafis sebagai alat penyampai pesan

Peranan Komputer Grafis dalam DKV

Desain Grafis	Komik	Desainer Kartu Ucapan
Perancangan desain	Desain Halaman Web	Media Luar Ruang
Perancangan	Desain Kemasan	Ilustrator
Logo dan Logotype	Perancangan Rambu	Efek Khusus Pada Film
Perancangan Maskot	Grafis Ruangan	Kampanye Sosial
Animasi Komputer	Grafik Data	Desain Sampul
Fotografi	Pembuatan Peta	Grafis Periklanan
Pendesain Huruf	Layout Desainer	Desain Poster
Media Komunikasi	Uang, Ijazah,	Presentasi Grafis
Gambar Karikatur	Benda-benda kenangan	
Kartun	Iklan Televisi	

V. PENUTUP

Ada 3 (tiga) komponen utama pembentuk istilah Desain Komunikasi Visual yaitu Desain, Komunikasi, dan Visual. Namun, dari ketiga komponen utama tersebut, kata Komunikasi adalah menjadi fokus utama tujuan dari Desain Komunikasi Visual. Masing-masing komponen pembentuk tersebut mempunyai penjabaran yang cukup kompleks. Sehingga, kemampuan memahami masing-masing unsur tersebut akan mampu memahami makna Desain Komunikasi Visual serta perbedaannya dengan jenis desain yang lain.

VI. LATIHAN SOAL

1. Jelaskan mengapa kata “komunikasi” pada Desain Komunikasi Visual menjadi fokus utama dari pada kata “desain” dan “visual !
2. Jelaskan perbedaan antara Desain Komunikasi Visual dengan Desain Grafis !
3. Jelaskan mengapa Desain Komunikasi Visual harus dipelajari oleh mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi!

BAB II

ELEMEN DASAR DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

I. TIU:

Mahasiswa/i semester 5 Program Studi Ilmu Komunikasi akan dapat menjelaskan segala sesuatu yang berhubungan dengan seni rupa dan desain melalui tahap-tahap yang sangat mendasar yaitu terkait bentuk dan bagian seni rupa & desain, organisasi bentuk serta prinsip-prinsipnya.

II. TIK:

Mahasiswa/i semester 5 Program Studi Ilmu Komunikasi akan dapat memahami apa saja elemen dasar yang membentuk seni rupa dan desain setelah diberikan pembeajaran mengenai pengertian konsep Nirmana yang didalamnya terdapat unsur-unsur visual, variabel penyusun visual, komposisi, prinsip komposisi, keseimbangan, irama, kontras, menggambar ekspresi, dan warna dalam dunia komputer dengan tingkat keberhasilan 90%.

III. PENDAHULUAN

Dalam Desain Komunikasi Visual dikenal istilah Nirmana yaitu sebagai titik awal atau merupakan pelajaran yang harus dikuasai oleh seseorang yang ingin belajar tentang desain sebelum mulai berkarya. Nirmana dimaksudkan agar seseorang dapat memahami unsur-unsur visual, variabel penyusun visual, komposisi, prinsip komposisi, keseimbangan, irama, kontras, menggambar ekspresi, dan warna dalam dunia komputer sehingga dapat menjadi pegangan sebelum membuat karya Desain Komunikasi Visual (DKV) baik itu seni rupa maupun desain grafis.

IV. PENYAJIAN

IV.1. Prinsip Dasar DKV

Elemen atau unsur merupakan bagian dari suatu karya desain. Elemen-elemen tersebut saling berhubungan satu sama lain. Masing-masing memiliki sikap tertentu terhadap yang lain, misalnya sebuah garis mengandung warna dan juga memiliki *style* garis utuh dsb. Elemen-elemen seni visual tersusun dalam satu bentuk organisasi dasar dan prinsip-prinsip desain. Nirmana atau desain awal juga merupakan suatu bentuk karya awal yang menggunakan prinsip-prinsip elemen dasar dalam DKV. Prinsip dasar DKV meliputi:

IV.2. Unsur-Unsur Visual

Untuk mewujudkan suatu tampilan visual, ada beberapa unsur yang diperlukan yaitu titik, garis, bidang, ruang, warna, dan tekstur.

Titik :

Titik adalah salah satu unsur visual yang wujudnya relatif kecil dengan dimensi panjang dan lebarnya dianggap tidak berarti. Titik cenderung ditampilkan dalam bentuk kelompok dengan variasi jumlah, susunan, dan kepadatan tertentu.

Garis :

Garis dianggap sebagai unsur visual yang banyak berpengaruh terhadap pembentukan suatu objek sehingga garis, selain dikenal sebagai goresan atau coretan yang menjadi batas (limit) bidang suatu warna. Ciri utama garis ialah terdapat arah serta dimensi memanjang yang dapat dilakukan secara lurus, lengkung, gelombang, zig-zag, dan lainnya. Kualitas garis ditentukan oleh tiga hal, yaitu orang yang membuatnya, alat yang digunakannya, serta bidang dasar tempat garis digoreskan.

Bidang:

Bidang merupakan unsur visual yang berdimensi panjang dan lebar. Terdapat dua kategori yaitu bidang geometri dan non-geometri. Bidang geometri relatif mudah diukur luasnya, sementara bidang non-geometri sebaliknya. Bidang bisa dihadirkan dengan menyusun titik maupun garis dalam kepadatan tertentu, dan dapat pula dihadirkan dengan mempertemukan potongan hasil goresan satu garis atau lebih.

Ruang :

Ruang dapat dihadirkan dengan adanya bidang. Pembagian bidang atau jarak antar objek berunsur titik, garis, bidang, dan warna. Ruang lebih mengarah pada perwujudan tiga dimensi sehingga ruang dapat dibagi dua, yaitu ruang nyata dan semu. Keberadaan ruang sebagai salah satu unsur visual sebenarnya tidak dapat diraba tetapi dapat dimengerti.

Warna :

berkaitan dengan bahan yang mendukung keberadaannya ditentukan oleh garis pigmen. Ketiga unsur pembentuk warna ialah Hue (spektrum warna), Saturatuin (nilai kepekatan) dan lightness (nilai cahaya dari gelap ke terang)

Tekstur:

berkaitan dengan nilai raba dari suatu permukaan. Secara fisik terdapat tekstur kasar dan halus. Secara efek tampilan terdapat tekstur nyata dan semu. Tekstur dapat berpengaruh terhadap unsur visual lainnya yaitu kejelasan titik, kualitas garis, keluasan bidang dan ruang, serta intensitas warna.

IV.3. Variabel Penyusunan Unsur Visual

Variabel penyusun unsur-unsur visual meliputi:

Kedudukan :

Adalah masalah dimana suatu objek yang terbentuk oleh unsur-unsur visual yang ditempatkan

Arah :

Adalah pilihan menghadap kemana suatu objek tersebut dan menimbulkan efek hubungan satu objek dengan objek yang lain.

Ukuran :

Adalah menentukan kesan besar-kecilnya sesuai peranan

Jarak :

Adalah bentuk dan jumlah berpengaruh terhadap kepadatan, bobot dan keluasaan ruang atau bidang dimana berbagai objek dihadirkan.

IV.4. Komposisi

Komposisi adalah pengorganisasian unsur-unsur rupa yang disusun dalam karya desain grafis secara harmonis antara bagian yang satu dengan yang lain, maupun antara bagian dengan keseluruhan. Prinsip-prinsip komposisi yaitu kesatuan (*unity*), keseimbangan (*balance*), irama (*ritme*), kontras, fokus, serta proporsi.

Kesatuan (Unity) :

Merupakan salah satu prinsip yang menekankan pada keselarasan dari unsur-unsur yang disusun, baik dalam wujudnya maupun kaitannya dengan ide yang melandasinya. Cara-cara untuk mencapai kesatuan ialah menentukan dominasi agar diperoleh pengaruh yang tepat, dominan pada ukuran, dominan pada warna, dominan pada letak/penempatan, ukuran sebagai daya tarik, menyatukan arah, atau menyatukan bentuk.

Keseimbangan :

Merupakan prinsip komposisi yang menghindari kesan berat sebelah atas suatu bidang atau ruang yang diisi dengan unsur-unsur rupa. Keseimbangan dapat dibagi menjadi keseimbangan simetris & asimetris, serta memusat & menyebar. Cara untuk mencapai keseimbangan yaitu diperoleh dari bentuk dan ukuran, dalam warna, oleh tekstur, atau komposisi ketiganya.

Irama :

Penyusunan unsur-unsur dengan mengikuti suatu pola penataan tertentu secara teratur agar didapatkan kesan menarik. Penataannya dapat dilaksanakan dengan mengadakan pengulangan maupun pergantian secara teratur.

Kontras :

Sebagai vitalitas agar tidak terkesan monoton namun tetap harus ditampilkan secukupnya agar tidak menimbulkan ketidakteraturan dan kontradiksi yang jauh dari kesan harmonis.

Fokus :

Diperlukan untuk menunjukkan bagian yang dianggap penting dan diharapkan menjadi perhatian utama.

Proporsi :

Perbandingan ukuran antara bagian dengan bagian, atau bagian dengan keseluruhan.

IV.5. Menggambar Ekspresi

Pada hakikatnya gambar merupakan pengungkapan secara mental dan visual dari seseorang terhadap apa yang di alaminya dalam bentuk-bentuk garis (goresan) dan warna. Jadi, menggambar adalah melukiskan apa yang terpikirkan melalui goresan-goresan pensil di atas kertas

IV.6. Warna

Warna merupakan pelengkap gambar serta mewakili suasana kejiwaan pelukisnya dalam berkomunikasi. Warna juga merupakan unsur yang sangat tajam untuk menyentuh kepekaan pengelihatan sehingga mampu merangsang munculnya rasa haru, sedih, gembira, *mood*, semangat, dll. Untuk, memahami warna lebih mendetail berikut disajikan tabel tentang aspek-aspek yang melingkupi warna.

Tabel. 1.3. Aspek warna dan uraiannya

Aspek	Uraian
Kekuatan Warna	Setiap warna mampu menghadirkan makna atau respons psikologis yang mampu ditimbulkan. Cobalah anda membuka situs www.webtechniques.com/archives/2000/09/desi untuk memahami warna lebih jauh.
Teknik Warna	Teknik berdasarkan Teori Sir Isaac Newton, Teori Kesehatan, Teori Brewster, dan Teori Munsell
Warna dalam dunia kontemporer	Additive Color (RGB) Dibuat dengan bersumber pada sinar Subtractive Color (CMYK) Bersumber pada pantulan cahaya, Cyan (biru muda), Magenta (Merah), Yellow (Kuning), dan Black (Hitam)

V. PENUTUP

Sebelum membuat karya desain, perlu dipahami terlebih dahulu elemen-elemen dasar dari Desain Komunikasi Visual (DKV). Elemen dasar tersebut diantaranya terdiri atas unsur-unsur visual, komposisi, menggambar ekspresi, dan warna. Pemahaman konsep yang mendasar dari elemen-elemen tersebut dapat mempermudah praktek pembuatan desain khususnya DKV.

VI. LATIHAN SOAL

1. Cari satu desain produk (kemasan), analisislah berdasarkan elemen-elemen dasar desainnya !
2. Buatlah sebuah obyek sederhana dua dimensi (gambar) dengan komposisi warna RGB dan CMYK. Jelaskan perbedaan visualnya!

BAB III

MENGENAL DESAIN GRAFIS

I. TIU:

Mahasiswa/i semester 5 Program Studi Ilmu Komunikasi akan dapat menjelaskan segala sesuatu yang berhubungan dengan desain grafis melalui pemaparan unsur historis hingga perkembangan desain grafis saat ini yang memanfaatkan banyak teknik dan media sebagai upaya maksimalisasi hasil karya.

II. TIK:

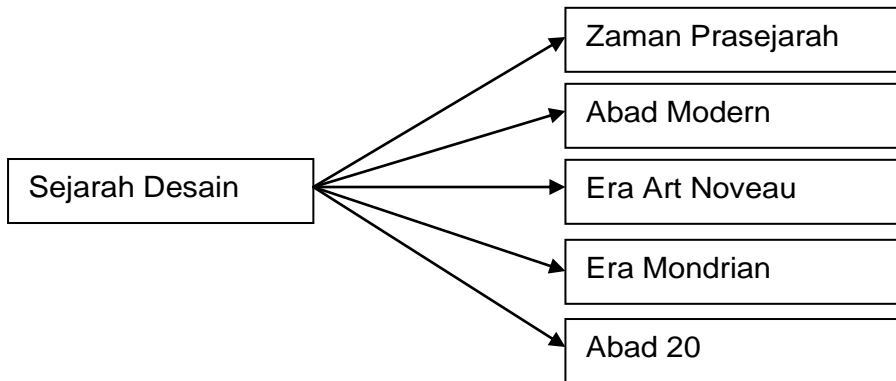
Mahasiswa/i semester 5 Program Studi Ilmu Komunikasi akan dapat memahami konsep desain grafis beserta macam-macam jenisnya saat ini setelah diberikan materi mengenal desain grafis dengan tingkat keberhasilan 90%.

III. PENDAHULUAN

Karya grafis ada disekeliling kehidupan kita sehari-hari mulai dari poster, buku, koran, dsb. Secara sederhana pekerjaan seorang desainer grafis adalah pertama-tama agar orang lain melihatnya kemudian orang tersebut membaca dan memahaminya. Di dalam menjalankan misinya, seorang desainer menggunakan tulisan, gambar, warna, dan bentuk untuk melaksanakannya. Hal ini membuat desain grafis sangat berpengaruh dalam kehidupan kita.

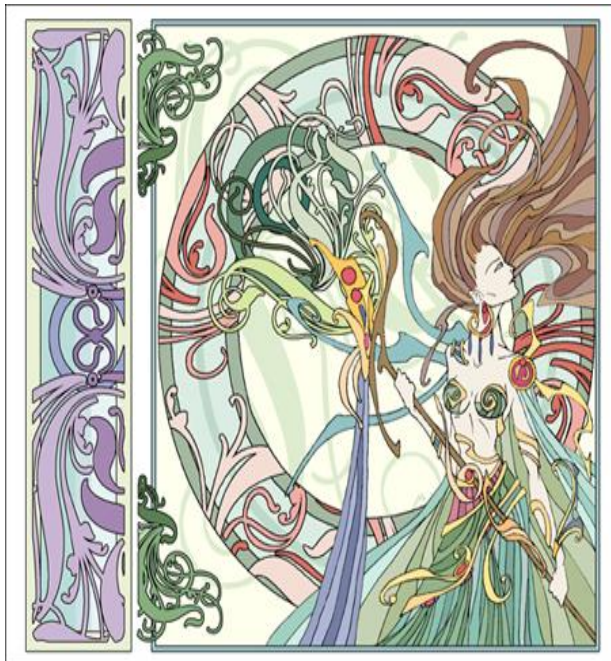
IV. PENYAJIAN

Desain grafis meliputi bidang drawing, ilustrasi, grafik, diagram, gambar peta (cartografi), fotografi, advertising dan periklanan. Namun sebelum menjelaskan satu persatu maksud dari macam desain grafis tersebut, penting pula dipahami bagaimana sejarah perkembangan desain grafis itu sendiri.



IV.1. Sejarah Desain Grafis

Sebagai sebuah karya, desain grafis pun mengalami perkembangan dari masa ke masa sebagai bukti bahwa desain grafis adalah karya yang penting pada setiap zaman kehidupan manusia. Karya grafis mula-mula dikenal manusia dalam ilmu antropologi prasejarah adalah periode gambar-gambar dalam gua, goresan-goresan tanda menggunakan tulang, dan gading gajah yang di buat setelah periode paleolithicum 40.000-10.000 tahun SM. Artinya, desain grafis pada zaman tersebut lebih di dominasi pemanfaatan tubuh-tubuh binatang dan benda-benda alam.



Gambar 3.1

Sementara pada abad modern yaitu sekitar pertengahan abad ke-8 lebih diwarnai oleh penemuan-penemuan bangsa eropa seperti era ketika Johann Gutenberg dari Jerman menemukan huruf cetak yang dapat diganti-ganti.

Art Nouveau adalah kata berasal dari bahasa perancis yang berarti “aliran seni baru” yang populer di awal abad ke-20. Ciri-ciri yang khas dari gaya tersebut ialah kesannya yang

datar (tidak membentuk efek tiga dimensi), bermotif dekoratif, menggambarkan elemen-elemen organik seperti dedaunan, bunga, serta sulur yang meliuk-liuk.

Piet Mondrian lahir pada 1872 adalah seorang pelukis yang pengaruh karyanya masih diterapkan hingga sekarang di era komputer grafis. Ia menginspirasi dengan karyanya berupa pembagian bidang yang dikenal dengan istilah *Grid*. Dalam lukisannya, Mondrian menerapkan gambar-gambar geometris menggunakan teori harmoni universal yang dikenal dengan istilah Golden Rectangle.

Sementara pada abad ke-20, perkembangan desain grafis banyak ditandai dengan perkembangan di bidang tipografi, yakni munculnya huruf sans serif. Karya seni para seniman banyak yang berupa objek berdayaguna seperti bentuk bangunan, panggung teater, poster, desain pada kain, desain bentuk atau model pakaian, keramik, furniture, logo, dsb. Desain grafis pada abad saat ini juga membawa pengaruh di dunia perfilman dengan penciptaan efek-efek tertentu yang dapat menambah estetika gambar film.

IV.2. Macam-Macam Desain Grafis (Abad 20)

Drawing

Ilmu menggambar atau dalam Bahasa Inggris (*Drawing*) menjadi keterampilan utama seorang desainer. Menggambar adalah membuat coretan atau goresan di suatu permukaan dengan menekankan alat pada permukaan tersebut. Menggambar berbeda dengan melukis, sebab melukis berarti menggunakan pewarna pigmen yang dicampur dengan cairan. Dalam desain grafis, kemampuan menggambar dari seseorang sering dimanfaatkan sebagai visualizer yaitu seseorang yang bertugas menggambarkan ide dari orang lain.

Ilustrasi

Ilustrasi secara harfiah berarti gambar yang dipergunakan untuk menerangkan atau mengisi sesuatu. Dalam desain grafis, ilustrasi merupakan subjek tersendiri yang memiliki alur sejarah serta perkembangan yang spesifik atas jenis kegiatan seni itu. Fungsi ilustrasi



Contoh Ilustrasi

ialah memberi gambaran tokoh atau karakter dalam cerita serta menampilkan beberapa contoh item yang diterangkan dalam suatu buku pelajaran.

Cartografi

Cartografi ialah usaha dalam mendesain peta, sedangkan sentuhan grafis dalam pembuatan peta tersebut penting agar peta lebih mudah dipahami.

Grafik

Grafik adalah sejenis gambaran informasi yang menjadi representasi bilangan dalam suatu tabel dan data. Grafik sering dipakai untuk mempermudah pemahaman akan data-data angka dalam jumlah banyak dalam waktu sekilas saja

Diagram

Dalam kata lain, diagram disebut juga sebagai bagan. Diagram yaitu gambar yang dipergunakan untuk menyederhanakan dan menggambarkan struktur secara visual sebagai representasi suatu konsep, ide, konstruksi, hubungan satu sama lain, gambaran anatomi, dsb, yang dipergunakan dalam berbagai aspek aktivitas kehidupan untuk memvisualisasikan/ memperjelas suatu topik.

Fotografi

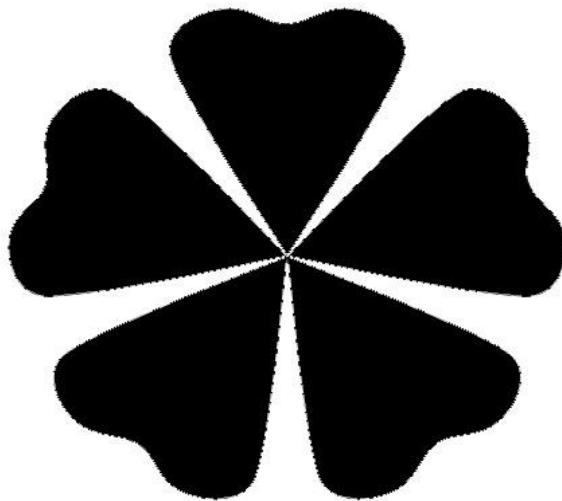
Merupakan salah satu elemen dari desain grafis yang berfungsi sama seperti gambar, lukisan, maupun ornamen dekoratif yang memberikan hiasan atau ilustrasi. Sebagai elemen, foto dapat menjadi fokus utama dari sebuah desain grafis. Foto dalam konsep fotografi dapat menggantikan kata-kata yang menjadi deskripsi dari sebuah peristiwa.

IV.3. Computer Graphics

Dalam grafika komputer dikenal dua jenis grafis yaitu raster atau bitmap dan vektor. Raster adalah grafis yang terdiri dari *picture element* atau sering disebut pixel yakni berupa titik-titik yang membentuk gambar. Sementara itu, vektor adalah titik dan garis yang membentuk line drawing yang dibuat menggunakan perhitungan matematis. Adapun beberapa hal yang terkait *Computer Graphics* adalah sebagai berikut:

Bezier Curve

Cara membuat gambar dengan garis dan kurva berbasiskan perhitungan matematis. Cara ini dibuat oleh Peter Bezier, seorang pelukis asal Perancis. Cara kerja tersebut kemudian lebih dikenal dengan cara kurva Bezier. Dalam cara kerja ini, kita akan memperoleh kesamaan di dalam mengolah garis yang kemudian disebut dengan istilah path pada semua program vektor grafis. Di dalam gambar vektor terdapat ketentuan sebagai berikut.



Gambar 3.3.

- Setiap ilustrasi terdiri dari objek-objek vektor
- Setiap objek vektor memiliki satu atau beberapa buah path
- Sebuah path terdiri dari garis-garis segmen
- Garis segmen memiliki node (anchor point) di setiap ujungnya.

Grafis 3D

Grafis 3D kental dengan nuansa pembuatan film-film animasi seperti Shark, Afatar, dsb. Penggunaan teknologi 3D juga bisa dipahami sebagai wujud game yang populer sejak tahun 90-an.

Screen Saver

Screen Saver memiliki kegunaan untuk melindungi layar monitor yang kebanyakan tampil dalam bentuk GUI agar tidak terbakar. Namun akhirnya, *screen saver* tidak hanya berperan sebagai pelindung, namun lebih banyak menjadi tampilan yang nampak semata.

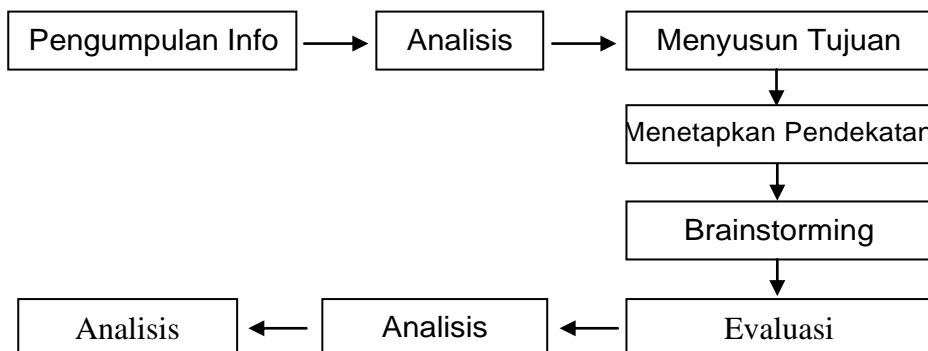
Web Graphics

Lebih kepada untuk mendesain website yang beroperasi pada dunia maya. *Web Graphics* ini semakin berguna sebagai sarana tampilan GUI pada website.

IV.4. Pemanfaatan Desain Grafis

Desain grafis dapat dimanfaatkan dalam berbagai bidang seperti kegiatan bisnis, periklanan, maupun sarana pendidikan. penggunaan desain grafis di sektor bisnis dan perekonomian biasanya meliputi tampilan berupa laporan keuangan maupun pertumbuhan ekonomi. Sementara dalam dunia periklanan, desain grafis digunakan untuk desain kemasan, iklan, dsb. Untuk sarana pendidikan, desain grafis berperan seperti dalam pembuatan buku-buku di sekolah.

IV.5. Tahapan Pembuatan Desain Grafis



V. PENUTUP

Desain grafis adalah bagian penting dari Desain Komunikasi Visual (DKV). Desain grafis dalam sejarahnya memiliki perkembangan yang dinamis baik dari pola maupun hasil karyanya. Khusus pada abad 20 ini, desain grafis semakin marak dimanfaatkan dalam berbagai bidang kehidupan apalagi dengan sifak *Computer Graphics* yang mempermudah membuat sebuah desain.

VI.LATIHAN SOAL

1. Jelaskan Mengapa sejarah desain grafis perlu dipahami oleh seorang desainer (pembuat karya)!
2. Buatlah sebuah desain berdasarkan macam-macam desain pada Abad 20 !
3. Carilah contoh desain grafis yang dibuat dengan menggunakan teknik kurva Bezier!

BAB IV

PRINSIP SEMIOTIK UNTUK DESAIN GRAFIS

I. TIU:

Mahasiswa/i semester 5 Program Studi Ilmu Komunikasi akan dapat menjelaskan makna suatu karya desain grafis melalui prinsip semiotika yang menguraikan tiga komponen utamanya yaitu semantik, sintaktik, dan pragmatik setelah mahasiswa diberikan materi teoritis maupun contoh langsung dari desain grafis tersebut.

II. TIK:

Mahasiswa/i semester 5 Program Studi Ilmu Komunikasi akan dapat memahami prinsip semiotik yang berperan besar dalam proses memaknai sebuah karya desain setelah mahasiswa diberikan materi mengenai prinsip semiotik untuk desainer grafis dengan tingkat keberhasilan 90%.

III. PENDAHULUAN

Semiotik penting bagi seorang desainer karena menyangkut cara atas bagaimana suatu desain digunakan untuk berkomunikasi dengan orang lain. Dalam prinsip semiotik dikenal 3 (tiga) komponen utama yaitu semantik, sintaktik, dan pragmatik dimana masing-masing komponen tersebut dapat memberi pemahaman utuh baik kepada desainer maupun orang yang membaca hasil karya desain. Sehingga tidak mengherankan jika pada sisi historisnya para filsuf banyak sekali memberi perhatian kepada semiotik.

IV. PENYAJIAN

IV.1. Pengertian Semiotik

Semiotics (Semiotik) atau Semiology adalah ilmu tentang tanda-tanda atau simbol. Tentu mudah dipahami bahwa untuk menggambarkan suatu pesan atau informasi secara visual diperlukan suatu gambar yang akan ditafsirkan sama oleh semua orang yang akan menerima pesan. Hal itu tidak sederhana. Bagi Anda yang sedang membaca buku ini, Anda dapat mempelajari makna tanda-tanda sehingga Anda menjadi

paham. Namun, bagaimana dengan target audiensi Anda, apakah ia harus ikut mempelajari Semiotik sebelum memahami gambar pesan Anda?

Oleh karena itu, Semiotik bisa dikatakan sebagai ilmu untuk memahami konteks secara umum yang berlaku di masyarakat yang akan menjadi target kita. Ilmu Semiotik sudah dipelajari dan dikembangkan sejak berabad-abad yang lalu. menurut sejarah, Ilmu Semiotik setidaknya sama tua dengan ilmu kedokteran dan filosofi Yunani. Para filsuf banyak sekali memberi perhatian kepada semiotics. Di abad pertengahan, sejumlah sarjana meneliti teori yang meliputi banyak hal tentang tanda-tanda yang dikenal sebagai "*scientia sermocinalis*", yang terdiri dari.

- tata bahasa
- logika
- *rhetoric*/ kecakapan berbicara

IV. 2. Semiotik dari Kacamata Komunikasi Visual

Semiotik, dilihat dari kaca mata dunia Komunikasi Visual, adalah ilmu komunikasi yang berkenaan dengan pengertian tanda-tanda/symbol/isyarat serta penerapannya. Suatu studi tentang pemaknaan semiotic menyangkut aspek-aspek budaya, adat istiadat, atau kebiasaan di masyarakat.

Semiotik dibagi menjadi tiga bagian, yaitu:

- Semantik, berkenaan dengan makna dan konsep
- Pragmatik, berkenaan dengan teknis dan praktis
- Sintatik, berkenaan dengan keterpaduan dan keseragaman.

IV.2.1. SEMANTIK

Semantik berasal dari kata *semanien* dalam Bahasa Yunani, yakni berarti, bermaksud, dan meneliti.

Dalam dunia Desain Komunikasi Visual, kata tersebut dapat diartikan sebagai :

- Meneliti dan menganalisis makna dalam visual tertentu. Visualisasi dari suatu image merupakan simbol dari suatu makna.
- Makna suatu visual dan perkembangannya. Etimologi: mempelajari perubahan dan perkembangan desain, sejarah

seni dan desain, serta pergerakannya.

- Ditinjau dari makna, konsep, dan arti, terdapat 2 aspek dalam visual image :
- Aspek secara umum : bahwa suatu tanda atau simbol itu bisa diterima oleh setiap orang secara luas.



Gambar 4.1 logo Yin & Yang

- Pada lingkup tertentu, misalnya tanda atau simbol yang dimengerti maknanya secara kepercayaan turun-temurun atau secara adat istiadat.

Contoh : Hong Shui, Feng Shui, Primbon (Jawa), Numerologi, dll.

Semantik Simbolik, suatu simbolisasi yang memiliki/mengandung suatu makna atau pesan. Contohnya, Ideograph, yang berkenaan dengan makna yang terkandung dalam simbol yang diterapkan, yaitu berupa simbol-simbol yang mempresentasikan gagasan yang lebih kompleks dari suatu konsep yang lain. Misalnya, tulisan Heirogliph dari jaman Mesir kuno. hal itu biasanya menyangkut persepsi atau intepretasi makna pesan visual yang berbeda dari khalayak yang mengapresiasi. Dalam hal ini, pihak penyampai maupun pihak penerima pesan memiliki dua kemungkinan cara:

- Denotatif
 - Makna leksikal.
 - Arti yang pokok, pasti dan terhindar dari kesalahan-tafsiran.
 - Sifat langsung, konkret dan jelas, tersurat.
- Konotatif
 - Memiliki makna struktural
 - Memiliki makna tambahan di samping makna

sebernarnya

- Memiliki sifat tidak langsung, maya, abstrak, tersirat.

Tabel. 4.1. Contoh Perbedaan Denotatif dan Konotatif

SIMBOLIK / OBJEK	MAKNA DENOTATIF	MAKNA KONOTATIF
BERAWAN	Cuaca mendung	Sedih, duka, putih, ringan
MATAHARI	Hari baru, panas, api	Visi, harapan
BATU KARANG	Batuan di pinggir pantai	Tegar, keras
MERPATI PUTIH	Burung, Unggas	Kedamaian, cinta setia, Roh Kudus
SEMUT	Serangga	Rajin, gotong royong
BABI	Hewan mamalia	Rakus, jorok
KAMBING HITAM	Kambing berbuluh hitam	Orang yang disalahkan
BUAYA	Binatang melata	Buaya darat, laki-laki playboy

Masih dalam pemaknaan terhadap pesan, didalam Semantik kita juga mengenal istilah Asosiasi dan Sinestesia.

Asosiasi, adalah perubahan makna yang terjadi karena persamaan sifat.

Sinestesia, adalah perubahan makna akibat pertukaran antara dua indera yang berlainan.

Misalnya : Ungkapan yang menyatakan :
"Suaranya sedap didengar"



Gambar 4.1. Asosiasi



Gambar 4.2. Sinestesia

Ungkapan yang kreatif untuk merangsang pembaca

"Warnanya terasa pedas"

"Bau yang segar"

MEMBERIKAN MAKNA SECARA INTERNAL

Manusia mampu memberikan makna dan menginternalisasikan makna terhadap suatu objek, tempat maupun suasana dari orang-orang yang berada dalam lingkungan simbolik kita. Sebagai contoh, orang-orang yang berada dalam lingkup disiplin ilmu pertekstilan maupun industri tekstil akan menangkap makna gambar Cones (gulungan benang berbentuk kerucut) sebagai simbol pemintalan (spinning industri), sedangkan gambar teropong untuk menyilangkan benang sebagai simbol pertenunan (weaving industry). Orang diluar mereka mungkin sulit menangkap makna tersebut. Demikian juga dalam kelompok disiplin ilmu, strata sosial, agama, suku bangsa, yang disadari atau tidak akan memiliki pemaknaan tersendiri terhadap suatu hal, dimana orang di luar kelompok itu mungkin tidak mengerti.

Pemakna tersebut dapat dibedakan menjadi dua :

- First order Communication Event*, bersifat refleks dan biasanya datang dari alam.
- Second Order Communication Event*, adalah respresentasi simbolik dan interpretasi kita.

Contoh pengimplementasian dari keterangan tersebut adalah :

Soal Lari (cepat dan lincah), simbolisasinya :

First Order Communication Event

Binatang : kijang, kancil, cheetah (lari sebagai tindakan refleksnya).

Second Order Communication Event

Atlet : Ben Johnson dan Carl Lewis (atlet lari), serta Roger Benister.

Mereka dijadikan simbol karena mereka mampu memberi makna pada situasi bahwa mereka adalah para peraih juara lari 100 meter pada Olimpiade, mendapat kehormatan, mendapatkan medali emas, memperoleh kontrak, dan menjadi kaya raya karena menjadi bintang iklan. Hal itu membuat mereka menjadi simbol manusia tercepat, sekaligus menjadi representasi simbolik dan interpretasi.



Gambar 4.3. Carl Lewis (paling kanan) sprinter yang memenangkan medali emas pada Kejuaraan Dunia Atletik di Tokyo tahun 1991.

Tokoh Fantasi : The flash, gundala dan superman. mereka adalah tokoh-tokoh fiktif yang mampu bergerak cepat luar biasa.

Soal kecantikan dan kemolekan, simbolisasinya :

First Order Communication event

Flora : bunga mawar, bunga matahari.

Fauna : kupu-kupu, burung merak, angsa putih.

Second order communication event

Tokoh sejarah : Cleopatra dan Marilyn Monroe.

Pada suatu masa kedua tokoh tersebut terkenal karena kecantikan dan kemolekannya.

dari tokoh fantasi : Cinderella dan putri salju.

Melalui dongeng, kedua tokoh fantasi tersebut diatas terkenal karena kecantikan dan kemolekannya.

Soal kekuatan, simbolisasinya :

First Order Communication Event

benda alam : batu karang (keras dan tangguh diterjang gelombang).

Binatang : Gajah, macan, singa, dinosaurus, gorila.

Second Order Communication Event

Atlet : Muhammad Ali dan Kriss Jhon.

Tokoh fantasi : Superman, Hulk, Gatot kaca dan Kingkong

Simbol kehidupan rakyat menengah kebawah adalah tokoh bajuri, ucup (dari bajaj bajuri), dan Mandra.



Gambar 4.4. Bunga Mawar

Mawar dianggap sebagai symbol kecantikan

Selebihnya, Anda dapat mencocokkan tokoh-tokoh berikut sesuai iklan jenis produknya : Inul Daratista, Agnes Monica, Kris Dayanti, Dian Sastro, dsb.

Manusia tidak hanya bisa menciptakan event, tetapi juga memberi makna terhadap event tersebut. Dalam aktivitas yang mendasar pun, kita bisa memberikan makna, misalnya :

Makan

- Apa yang dimakan pada saat kesempatan yang berbeda? Misalnya, pada saat makan malam tentunya bukan hamburger karena hamburger adalah simbol American Fast Food yang dimakan siang hari ketika orang sedang bekerja atau sedang di luar rumah.
- Bagaimana cara memakannya? Menggunakan sendok-garpu? Menggunakan tangan (makanan khas India)? Menggunakan Sumpit (makanan khas Cina dan Jepang)? Menggunakan tangan yang mana? (Tangan selain memiliki fungsi mekanik juga memiliki fungsi simbolik).
- Ilustrasi Makan

Apa yang dimakan? Alat mana yang dipakai? Bagaimana urutan-urutannya? Bagaimana meletakkan tangan yang sedang tidak dipakai? Posisi Siku? Cara membuang tulang? menyendok sup, dll - merupakan praktik-praktik simbolik yang distandarisasi. Tanpa mengikuti proses itu dalam lingkaran tertentu, seseorang dicap "tidak berbudaya". Dalam kehidupan nyata, seorang istri pejabat sebuah instansi yang "menyalahi" tata cara makan ketika sedang mengikuti jamuan makan resmi bisa mengakibatkan dimutasinya sang suami ke daerah lain.

Simbol-simbol yang diciptakan dalam masyarakat tertentu disebarkan melalui komunikasi sehingga simbol-simbol tersebut dimiliki secara luas dan distandarisasi maknanya. Dalam hal ini, peran menonjol dimainkan oleh teknologi komunikasi (komunikasi massa) yang menyangkut symbol creation dan penyebarannya.

sebagai contoh, film-film Hollywood yang merebak di abad ini telah memengaruhi kita dalam cara bicara, berpakaian, *life style*, dll (mengikuti bentuk rambut Demi Moore dalam film *Ghost*, dsb.)

MAKNA YANG BERTENTANGAN

Sebuah Visual atau simbol sering kali memberikan dua makna bahkan lebih yang bisa saling mendukung atau bahkan saling bertentangan. Untuk itu, seorang perancang harus mengetahui kapan dan bagaimana menggunakan visual atau simbol tersebut.

Contoh :

- Burung Hantu
Dianggap sebagai binatang yang bijaksana, simbol ilmu pengetahuan.
Burung hantu di Manado artinya Mangkuni = kabar baik
Namun di daerah tertentu, burung hantu dianggap sebagai simbol kesialan.
- Ular
Dianggap sebagai simbol dalam dunia farmasi atau obat-obatan, tetapi juga dianggap sebagai simbol kebohongan. Sementara di kalangan orang India, mereka mempercayai bahwa manusia memiliki roh heewan (totem). Orang yang memiliki roh ular dianggap sebagai orang yang bijaksana.
- Angka Empat
Angka empat artinya 'shi' yaitu kematian, tetapi ada yang menganggap empat adalah lambang kekokohan bagaikan kaki meja.



Gambar 4.5. Simbol angka 4

Sangat menarik mempelajari berbagai simbol/budaya/kebiasaan suatu daerah. Oleh karena hal itu dapat diperluas wawasan kita sebagai perancang untuk menelurkan ide-ide serta kreativitas.

CONTOH IKLAN VISA CREDIT CARD

Dikisahkan Richard Gere yang sedang berlibur ke India dan melihat seorang gadis cilik yang hanya mampu membeli seekor burung untuk kemudian dilepaskan sebagai hadiah untuk kakaknya yang hendak merantau. Dari seorang penjual burung, diketahui bahwa melepas/membebasikan burung berarti akan memberikan keberuntungan. Mendengar hal itu tergeraklah Richard Gere untuk memberi kejutan kepada gadis cilik itu dengan membeli semua burung menggunakan VISA Card-nya. Skenario yang sangat sederhana, tetapi sangat mengena dan menyentuh hati bukan?

Semenjak dahulu, pada dasarnya manusia sangat suka mensymbolisasikan apa pun. Manusia senantiasa menyampaikan maksud dengan tersirat. contoh-contoh berikut merupakan buktinya:

- Sejak dahulu, para Nabi sering mengajar pengikutnya menggunakan cerita-cerita dengan simbol berupa hewan, alam, dan lain-lain.
- Sejak dahulu, nenek moyang kita suka mendogengkan cerita-cerita legenda/fabel sebagai contoh kebaikan yang harus ditiru dan keburukan yang harus ditinggalkan.
- Sejak dahulu, wanita diberi bunga sebagai simbol cinta dari pasangannya.
- Iklan-iklan TV, Radio, dan cetak menggunakan beragam simbol yang memberikan pesan dan makna karena pada dasarnya manusia tidak suka dirayu atau dibujuk secara langsung.
- Iklan produk rokok sudah pasti menggunakan model konotatif

karena adanya larangan untuk memvisualisasikan orang yang merokok.

Dengan demikian, apakah konsep denotatif (langsung, blak-blakan) tidak diperlukan dalam suatu pesan?

Berikut pesan-pesan denotatif (Langsung, tegas, blak-blakan) dan tidak perlu memakai konsep konotatif.

"JANGAN MEMAKAI NARKOBA."

"DILARANG MEROKOK."

"DILARANG BUANG SAMPAH DISINI."

"HARAP TENANG."

"AWAS ANJING GALAK."

"BERANTAS KORUPSI."

Di dalam suatu pesan, konsep denotatif dan konotatif saling terkait. Walaupun biasanya salah satu diantaranya akan tampak lebih dominan.

Contoh:

Dalam sebuah poster anti Narkoba, sangat jelas tertulis "NARKOBA MERUSAK MASA DEPAN" (Denotatif). Teks tersebut disertai ilustrasi tentang seorang pemuda yang tampak lesu dan tak bergairah dengan background berwarna hitam (Konotatif - warna hitam menyimbolkan kegelapan dan suasana tanpa harapan).

Berkenaan dengan makna, konsep, dan arti suatu *visual image*, terdapat 2 aspek untuk mempresentasikan maupun menginterpretasikan.

- Secara umum (General): Dapat diterima secara luas.
Dalam suatu simbol/makna, ada nilai kesepakatan secara universal, contohnya:
Merah untuk Berani; Putih untuk Suci
Hitam untuk misteri, duka cita, elegan
Lampu merah untuk berhenti; kuning hati-hati dan hijau untuk aman.
Merah muda untuk cinta, sensual
Mawar merah untuk Cinta.
- Pada lingkup tertentu, tidak dapat diterima secara luas.
Dalam suatu simbol/makna, nilai kesepakatan hanya dalam kelompok masyarakat/ budaya tertentu saja, yang terjadi karena adat istiadat/ kepercayaan turun-temurun dalam suatu

lingkup tertentu.

Contoh :

Keperkasaan, secara umum disimbolkan dengan rajawali, panther, dinosaurus, dsb. Namun bagaimana dengan simbol kuku bima yang juga dianggap sebagai keperkasaan dalam legenda pewayangan? Hal itu belum tentu dikenal secara universal.

Hong Shui, Feng Shui, contohnya seperti logo dengan unsur segitiga yang tidak boleh digabung dengan unsur gelombang karena segitiga adalah api, sedangkan gelombang adalah air sehingga bisa mati jika keduanya digabungkan. (Sebagai referensi, ada buku menarik berjudul "Design and Feng Shui of Logo, Symbol, and Trade Mark" tulisan Evelyn Lip)

Dalam Ilmu Numerologi berlaku hal-hal sebagai berikut:

- Logo tidak boleh berjumlah empat unsur karena artinya 'shi' = kematian. Berikut kutipan dari Emotional Branding karya Marc Gobe, "Seperti kenyataan dimana kebanyakan orang Asia-Amerika menerapkan ilmu angka (numerologi) dalam kehidupan mereka, kombinasi angka dalam pesan pemasaran bisa memiliki makna yang tidak diinginkan bagi orang Asia. Contohnya, enam dan delapan adalah keberuntungan pada beberapa budaya Asia. Empat dalam bahasa Jepang artinya 'selamat tinggal selamanya' dan diasosiasikan sebagai kematian. Secara kebetulan, di Cina 'shi' = mati. Hal itu merupakan alasan yang bagus untuk menjelaskan mengapa nomor telepon bebas pulsa milih salah satu penerbangan 1-800-FLY-4444 tidak bekerja dengan baik".
- Angka empat pada Dji Sam Soe (234), tidak menjadi hal yang negatif karena $2+3+4$ bila dijumlahkan hasilnya adalah 9 yang merupakan simbol keberuntungan/ kesuksesan.
- Brand Name Es Teler 77, Studio 21, Toko Besi 31, hingga nama rumah makan 555, dimana "angka" tersebut merupakan angka keramat/angka yang dianggap memiliki arti/makna tersendiri bagi pemilik perusahaan tersebut.
- Dalam sastra Ibrani, setiap angka dan huruf memiliki makna, yaitu satu untuk tunggal/agung/esa, tujuh untuk kesempurnaan, delapan untuk hidup.

Primbon Jawa, banyak sekali digunakan perhitungan angka mulai dari unsur hari, pasaran, dan pawukon (wuku) untuk menentukan hari baik atau buruk.

Penting untuk memahami makna dari 2 aspek diatas agar perancang tidak salah menggunakan visual/image sebagai simbol suatu makna. Kesalahan penggunaan visual/ image dapat menyinggung kelompok lain karena banyak simbol yang terkadang memiliki 2 makna yang saling bertentangan.

Masih segar dalam ingatan kita, bagaimana kasus cover rekaman album Iwan Fals (Manusia Setengah Dewa) dan group band Dewa (album Laskar Cinta) diprotes karena menggunakan simbol yang menyinggung suatu kepercayaan.

COMMUNICATION MODE

Informasi yang digunakan sebagai basis perilaku itu diperoleh/diturunkan dengan memproduksi dan berespon terhadap :

- Natural/Alamiah. Tidak diciptakan oleh Living System'.
Misalnya
Siulan Burung untuk mengganggu wanita.
- Istilah-istilah musiman, seperti "Kasian deh lu, hare gene, gak pake lama..... dsb.

Didalam beraktivitas, semua wawasan dan data tersebut penting untuk dimiliki oleh seseorang perancang sebagai sumber-sumber potensial informasi - analisis untuk menghasilkan ide-ide di dunia seni dan desain.

Latihan

Cobalah mencari simbolisasi dari Kliping-kliping gambar yang memvisualisasikan dan dapat berarti :

- Kesabaran
- Kekuatan dan ketangguhan
- Ketelitian
- Kepuasan
- Kebersamaan
- Kekuatan
- Ketegangan

- Amarah dan kekesalan
- Jenuh/bete/bosan

apabila penyiar mengilustrasikan suatu karakter/keadaan/pesan maupun makna melalui kata-kata, tulisan baik verbal maupun non verbal, maka seorang visualiser mengilustrasikan suatu karakter/keadaan/pesan maupun makna melalui gambar/image/visual.

Perhatikan potongan syair-syair berikut yang mungkin sudah biasa Anda kenal:

"..Seindah Rembulan....."

"..Hatimu selembut Sutra....."

"..Badai pasti berlalu....."

"..Hatiku telah membeku....."

Perhatikan visualisasi dari iklan berikut:

Sekuat Macan..... (Iklan Biskuit)

Minum Kopi Torabika, senikmat dicium tiga wanita sekaligus.....

Mesin cuci ini besar dan kuat (digambarkan ada gajah dalam mesin cuci)

Demikian juga nama-nama produk: Panther, Kuda, Kijang, Thunder, Scorpion, Tiger, dsb.

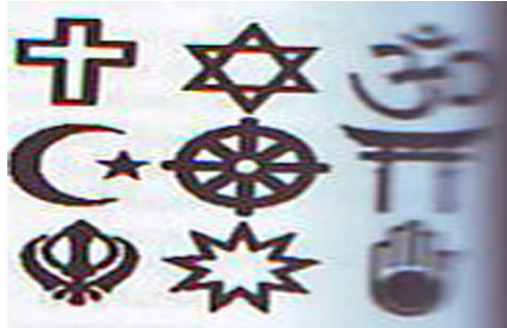
Di dalam dunia periklanan banyak desainer grafis yang bekerja sama dengan penyiar maupun sastrawan (copywriter) untuk menciptakan pesan-pesan iklannya.

SIMBOL SEBAGAI STATUS, SIMBOL SEBAGAI IDENTITAS

Manusia memberikan makna dan menginternalisasikan makna pada suatu obyek, tempat, suasana, orang - orang yang ada dalam lingkungan simbolik mereka sebagian dari adat, ke-senian, dan budaya yang berkembang.

Berikut contoh-contohnya:

1. Bendera
2. Lambang Negara (Garuda, Rajawali, dsb)
3. Simbol-simbol religius (Salib, Bulan Bintang, Yin Yang, dsb)



Gambar 4.6. Simbol-Simbol Religius

4. Simbol dalam Ilmu biologi dan kedokteran
5. Dewa-dewa dalam legenda Yunani (Pluto, Yupiter, Venus, dsb)
6. Di pulau Jawa dikenal Dewi Sri yakni Dewi kesuburan, Ratu pantai Selatan penguasa pantai selatan, dsb
7. Simbol Astrologi (Scorpio, Libra, Gemini, dsb)
8. Numerologi
9. Tato maupun lukisan diwajah yang dikenakan oleh beberapa orang di suku pedalaman sebagai symbol perang.



Gambar 4.7. Sign Virus Hepatitis B (kiri) & Sign Virus rabies (kanan)

10. Totem, pada Suku India yang memercayai bahwa manusia memiliki roh hewan.
11. Seni tari yang menandakan asal daerahnya seperti Jaipong dari Jawa Barat, Kecak dari Bali, Kuda Lumping dari Jawa Timur, dsb
12. Alat musik tradisional juga menandakan daerahnya, misal angklung, gamelan dari Indonesia, Sitar, tabla dari India, Gitar Spanyol, Biola Viona, dsb.
13. Karya kerajinan dan seni rupa tradisional banyak yang dijadikan ikon di suatu daerah.
14. Pakaian tradisional daerah seperti Kabaya, Kimono dsb.
15. Makan khas daerah yang sekarang digalakkan pemerintah

daerah adalah Gudek, Rujak Cingur, dan Remdang, sedangkan makanan luar negeri adalah Hamburger, Samosa, Pizza, dsb. Secara spesifik, semuanya sudah mampu menunjukan asal daerahnya.



Gambar 4.8. Sitar alat musik khas India

16. Olahraga tradisional: Rugby dari Amerika Serikat, Sepak bola Gajah dari India, Karapan Sapi dari Madura, dsb.
17. Senjata tradisional: celurit dari Madura, badik dari Makasar, rencong dari Aceh, Samurai dari Jepang, ruyung dari Cina, dsb.
18. Flora/Fauna spesifik seperti Macan Sumatra, Burung Cendrawasih dari Papua, Kanguru dan Koala dari Australia, Komodo dari Nusa Tenggara, dsb.
19. Landmark alam, misalnya Air Terjun Niagara, Pegunungan Himalaya, Gunung Fuji, Danau Toba, dsb.
20. Landmark bangunan Patung Liberty, Monas, Candi Borobudur, Menara Eiffel, Menara Pisa, dsb.

VISUALISASI YANG MERUJUK PADA SENSASI INDRA PERASAAN MANUSIA

Cobalah Anda merenung dan membayangkan dengan mengasah feeling dan Insting, bagaimana Anda mentransfer dan menerjemahkan informasi kedalam bentuk visual melalui hal-hal berikut:

1. Semantik Indrawi

Menvisualisasikan suara

Menggambarkan secara visual bagaimana bunyi ledakan, suara ribut, suasana sunyi, musik jazz visualisasi suara mesin ketik, dll Implementasi

Lakukan latihan sederhana yang dapat mengasah kreativitas Anda bila nantinya Anda harus menerapkan pembuatan desain. Misalnya, dalam pembuatan ilustrasi, cover CD musik maupun kaset, poster kampanye sebuah album baru hingga iklan suatu acara pegelaran musik, serta bagaimana Anda menggambarkan perbedaan visualisasi antara musik jazz, rock, indie, dll. Dapatkah Anda bayangkan cara membedakan visualisasi musik Krisdayanti dan musik Inul Daratista?



Gambar 3.10 Pelukis komik, Ferdinan, dikenal sebagai salah satu komikus dengan kekuatan gambar sehingga mampu bertutur tanpa teks. Walaupun tanpa dibubuhi teks, tetapi pembaca dapat memahami bahasa gambar komik ini.

Gambar 4.8. Komik tanpa teks

Memvisualisasikan indra peraba

Menggambarkan sesuatu yang memiliki permukaan kasar, lembut, halus, suatu yang menonjol ke permukaan atau tenggelam ke dalam, dll.

Implementasi

Latihan sederhana yang dilakukan nantinya dapat mengasah kreativitas kita dalam penerapan desain, contoh:

Merancang desain packaging pelembut pakaian molto, pembalut wanita softex, packaging untuk produk-produk bayi (yang serba lembut), pelembut pakaian, sabun untuk kulit halus, dll.

Pengecap

Menggambarkan rasa manis, pahit, asam, mint, dll

Implementasi

Latihan sederhana yang dilakukan nantinya dapat mengasah kreativitas kita dalam penerapan desain. contohnya, packaging makanan, packaging permen, dll. Penggunaan gambar jeruk sunkist

memberikan imajinasi rasa asam dan manis, gambar asam untuk memberikan imajinasi rasa asam saja, gambar pegunungan bersalju dengan langit berwarna biru untuk memberikan image dingin sejuk rasa mint.



Gambar 3.11 Embun di pucuk dedaunan. Bagaimana Anda memanfaatkan image ini sebagai gambaran atas sesuatu yang berbau natur (alami), sesuatu yang segar, hijau, ...lembut? Untuk menggambarkan kelembutan, image tersebut dilemahkan dengan daun di latar belakang yang membentuk garis-garis lurus serta ujung daun berbentuk runcing yang keduanya tidak mewakili ke"lembut"an.

Gambar 4.9. Embun di pucuk dedaunan



Gambar 3.12 Gambar kiri adalah buah Chery yang masih di pohon. Kebanyakan orang Indonesia tidak berimajinasi tentang rasa chery. Oleh karena itu, image itu menjadi kurang kuat untuk membangkitkan image rasa. Sementara gambar kiri adalah buah chery merah yang lebih mensugesti rasa manis.

Gambar 4.10. Buah Chery

Memvisualisasikan Pencium/Pengendus

Bau wangi dari bunga mawar, bau busuk, dll

Implementasi

Latihan sederhana yang dilakukan nantinya bisa mengasah kreativitas kit dalam penerapan desain, contohnya sebagai visualisasi pengharum ruangan, minyak wangi, sabun wangi, dll

Memvisualisasikan Sesuatu yang Verbal

Tanda larangan/rambu-rambu, tanda peringatan, papan informasi, signage, icon, dll



Gambar 3.13 Sign alias tanda petunjuk merupakan simbol yang memvisualisasikan bahasa verbal.

Gambar 4.11. Sign Bahasa Verbal

Implementasi:

Latihan sederhana yang dilakukan nantinya dapat mengasah kreativitas kita dalam penerapan desain. Contohnya, Sign System (Dilarang Masuk, Toilet Pria - Wanita, Ruangn Ibudan Anak, Ruangn Emergensi, pembuatan icon-icon pada web,dll)

Puisi, pantun, peribahasa,dll

Implementasi

Latihan sederhana yang dilakukan nantinya dapat mengasah kreativitas kita dalam penerapan desain, contohnya cover buku-buku, filsafat,dll.



Gambar 3.14 Gambar yang mampu mengilustrasikan orang yang sedang marah dan bingung.

Gambar 4.12. mengilustrasikan orang sedang marah dan bingung

2. Karakter/Sifat

Menggambarkan secara visual bagaimana gambaran galak, pemarah, bingung, sakit, lemah, melankolis, macho, feminim, segar, ramai dll.

3. Memvisualisasikan Suasana

Menggambarkan secara visual suasana yang berkesan sepi, misteri, romantis, sibuk, dll.

Sepi:

sebuah silhueta pohon yang berdaun jarang, kiri kanannya tandus, seolah pohon berdiri sendiri tanpa teman.

Misteri:

berwarna hitam, gelap, tidak diketahui. Misteri kadang berarti teka-teki. Misalnya, "penemuan senjata sebanyak 184 di kediaman Perwira Tinggi itu sekarang masih merupakan misteri yang belum terungkap." Atau, "Teka-teki di balik terbunuhnya penjaga malam itu hingga sekarang belum bisa dijawab,"



Gambar 4.13. Anatomy of A Murder

Romantis:

jatuh cinta juga paling sering disimbolkan dengan Cupido, malaikat cilik yang memegang busur dan panah.



Gambar 4.14. dua cupido yang bermesraan atau memetik gitar

Sibuk:

berjalan cepat, suasana kantor, serta jalan raya yang macet. Majalah Femina pernah menggambarkan peran ibu rumah tangga yang sibuk dengan memuat foto seorang ibu rumah tangga bertangan sepuluh, semuanya sedang bekerja.

Implementasi

Semua latihan yang dilakukan nantinya dapat mengasah kreativitas kita pada semua penerapana desain grafis, interior, desain panggung, televisi, dll.

Cita rasa seni (*Sense of art*) dapat dilatih melalui proses belajar atau dikenal dengan istilah *learnng by doing* maupun *trial and error* serta membutuhkan pelatihan dengan segenap indra kita.

Latihan yang intensif dan optimal untuk mengekspresikan dan menghadirkan pesan visual akan memungkinkan Anda untuk berbuat desain visual yang kreatif dan bermakna tepat sesuai car dan dengan pendekatan yang mungkin berbeda-beda. Bayangkan bila Anda harus membuat iklan sabun Camay, Palmolive, dan Lux yang sama-sama merek sabun mandi bercitra elit. Kemampuan berkreasi yang luas menyebabkan ketiga iklan buatan Anda tidak mengalami perulangan Ide.

Contoh Kasus

Seorang desainer yang bekerja di sebuah industri penerbitan buku di daerah dalam sebulan harus mendesain cover untuk buku sebanyak rata-rata 90 judul. Dengan jumlah hari kerja rata-rata 25 hari sebulan, setiap hari desainer tersebut harus menyelesaikan rata-rata 3,5 judul buku. Jika manajemen menetapkan bahwa desainer setidaknya harus membuat 2 buah alternatif untuk setiap judul buku untuk dipilih pimpinannya, maka berarti dalam 7 jam kerja setiap hari, desainer tersebut membuat 7 buah desain cover. Artinya, sebuah desain harus diselesaikan dalam waktu 1 jam kerja. Dapatkah Anda membayangkan, berapa lama sang desainer tersebut harus merenung mencari ide (5 menit..... 7 menit? 10 menit akan terlalu lama).

STILASI OBJEK (PENYEDERHANAAN BENTUK)

Seorang visualiser dituntut memiliki kemampuan "menyederhanakan bentuk". Pada saat dia diminta untuk menjelaskan suatu ide atau konsep pemikiran agar lawan berkomunikasinya dapat memahami dan menangkap idenya, ia haruslah mampu menggambarkan ide tersebut secara sederhana. Dengan demikian, untuk Stilasi ini tidak ada alasan, "Saya tidak bisa menggambar".

BEBERAPA KONSEP PENYAMPAIAN VISUAL

1. Semantik Metafora/Metamorfosis/Transformasi

Perspektif bentuk dalam logika dan imajinasi

- Mentransfer atau mengubah suatu bentuk menjadi bentuk yang lain.
- Mentransfer atau mengubah konsep verbal menjadi ungkapan visual, atau bisa dikatakan mengubah aksara menjadi piktorial.

Contoh :

- Dalam iklan Kotex, menggunakan kemampuan efek khusus dari Komputer Grafis dikreasikan perubahan bentuk lubang got menjadi pembalut. Pesan yang ingin disampaikan adalah "mampu menyerap kotoran dengan cepat".
- Pada iklan Biskuat (Danone), perubahan bentuk dari anak menjadi macan berarti "sekuat macan".

2. Semantik Kontradiksi

Menggambarkan pertentangan, perlawanan, sebab-akibat, perbandingan.....

- Ini dulu..... Baru itu..... (Iklan susu Dancow)
- Pada Iklan Sprite Ice digambarkan api yang menjadi es yang maksudnya dari panas menjadi dingin (Kontradiksi - Metamorfosis)
- **Semantik Kombinasi (collaboration)**
- Perspektif bentuk dalam logika dan imajinasi dengan menggabungkan dua bentuk atau lebih yang berbeda maupun yang sama.
- Logo RCTI merupakan kombinasi antara R,C,T,I dan Rajawali.
- Kombinasi antara huruf T, V, dan Permata pada logo TransTV
- Dalam iklan Aqua Fruit ditampilkan buah yang dikombinasikan dengan mulut penyanyi.
- Cross Culture Desain (Persilangan antara dua budaya, misalnya Indonesia-Arab, Indonesia-Cina, Indonesia-Belanda, dsb). Hal tersebut merupakan bagian dari Semantik Kombinasi, dimana dari persilangan tersebut akan dihasilkan sesuatu yang baru dan tidak bisa dipisahkan, memiliki konsep yang kuat, dan merupakan kelahiran ide yang istimewa.

Contoh-contoh unik dari Cross Culture:

- Kartun Flintstone, kombinasi jaman baru dengan teknologi modern
- Film Wild Wild West merupakan kombinasi antar western koboi dengan teknologi
- Film Scarry Movie gabungan antara horror dan komedi
- Fahrenheit 911 merupakan gabungan antara film dokumenter dengan komedi.
- Film The Myth yang dibintangi Jet Lee merupakan gabungan Cina dan India.



Gambar 4.15. Gabungan antara manusia dengan serigala menjadi Wofverine (The X Men). Manusia dengan laba-laba menjadi Spiderman.

Masih banyak lagi contoh-contoh Semantik Kalaborasi yang bisa menjadi tambahan ide dan wawasan, misalnya pada proses okulasi atau stek antara satu tanaman dengan tanaman lain. Kalaborasi musik pentatonik dengan diatonik, bangunan arsitektur masjid dengan bentuk klenteng (salah satu Masjid Tjeng Hoo di Surabaya). Bahkan pada suatu ketika orang merayakan empat hari sekaligus dalam satu event, yaitu Natal, Idul Fitri, Imlek, dan Tahun Baru. Bagaimana menggabungkan semuanya dalam suatu kesatuan, misalnya dekorasi, kartu ucapanm iklan bentuk baliho, serta dekorasi window display (etalase) pada event seperti itu.

Diperlukan Kreativitas dalam menciptakan tokoh-tokoh fantasi seperti manusia plus serigala menjadi Wolverine atau Wolfman pada film The X Men, manusia plus petir menjadi Spiderman, dsb.

Kombinasi teknik dalam perfilman yang menggabungkan animasi dan lifeshoot, yaitu film animasi sebagai bacground dan karakter manusia yang diambil dari lifeshoot. Demikian juga sebaliknya, background-nya lifeshoot, tetapi karakternya dalam bentuk kartun maupun 3D animasi (Garfield the Movie). Ide tersebut melahirkan karya-karya film dan iklan yang menarik, misalnya Space Jam, Big Bunny & Roger Rabbit, iklan LA Light, iklan Esie, dan masih banyak lagi.

4. Semantik Style

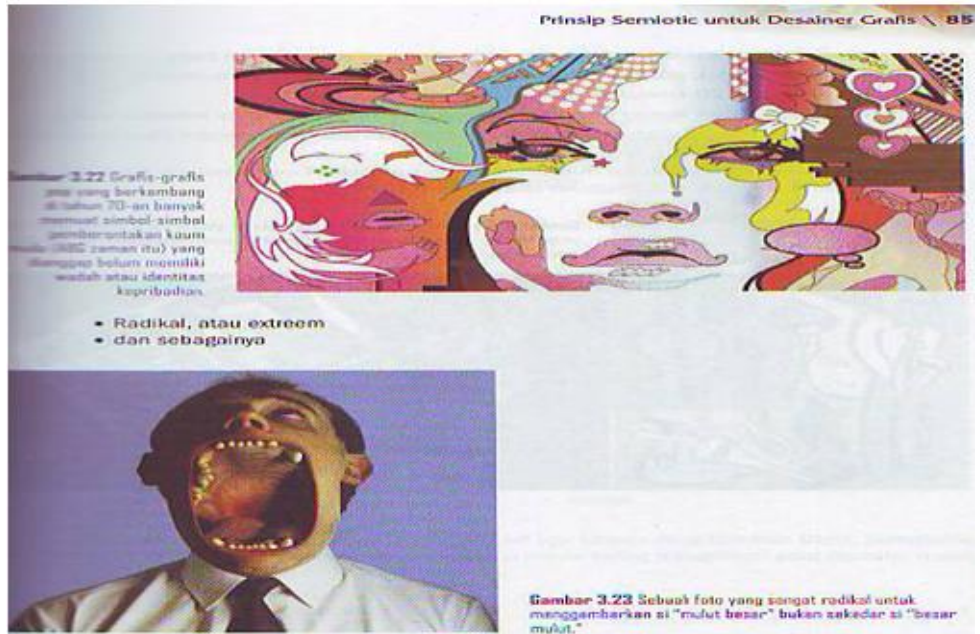
Visual yang disampaikan dalam beberapa style atau gaya merujuk pada style-style tertentu sebagai ikatan benang merahnya.

contoh :

- Desain dengan style hitam putih
- Dengan warna sepia
- Posmo (dominan dengan warna kalem/ dicampur putih)
- Etnik
- Cross Culture
- High Tech
- Nyleneh
- POP
- Radikal, atau extreem
- Dan sebagainya



Gambar 4.16. pesan yang sama dapat disampaikan dengan style berbeda (atas) & ilustrasi disampaikan dengan cara nyleneh.



Gambar 4.17. Grafis-grafis pop (atas) & foto sangat radikal menggambarkan si “mulut besar”

Visual disampaikan dalam beberapa Style atau gaya yang merujuk pada:

- Photo Impact, yaitu karya fotografi sebagai kekuatan utama visualisasi.
- Animation 2D, Animation 3D, Clay Animation.
- Special Effect Impact yaitu karya teknologi multimedia sebagai kekuatan utama.
- Visual yang disampaikan dalam beberapa style atau gaya juga merujuk pada bentuk aliran seni, seperti:
- Naturalisme, Kartunisme, Surealisme, Expressionisme, Kubisme.
- Komik strip, kartun, Collage Art (dibaca kolase), dll



Gambar 3. 24 Suatu seri desain dengan lukisan atau artwork dengan gaya yang sama. Masing-masing desain memiliki benang merah penghubung dari ciri atau gaya lukisan.



Gambar 4.18. suatu seri desain dengan lukisan atau artwork dengan gaya yang sama.



Gambar 4.19. Stationary Set milik Cybermedia College dengan desain uraian contoh Semantik Style di atas maupun Sintatik pada uraian berikutnya.

Sebagai referensi, di halaman berikut dimuat tiga lukisan yang beraliran Dada, Surealisme, dan Cubisme di mana gaya lukisan tersebut masih sering mengilhami pada desainer dalam berkarya.



Gambar 4.18. Lukisan beraliran cubism.

IV.2.2 SINTATIK

Sintatik berasal dari kata Sintaksis (berasal dari bahasa Yunani Suntattein) yang berarti mengatur, mendisiplinkan. Ketika kita menyadari adanya korelasi, kita mendapatkan apa yang dalam dunia desain disebut 'kepatutan' atau 'kepantasan'. dalam hal ini, Sintaktik berkenaan dengan perpaduan, keseragaman, dan kesatuan system. penerapan Sintaktik penting untuk menjaga citra yang baik dari sebuah rancangan dalam bentuk apa pun. Usaha itu dilakukan agar citara yang baik dapat tertanam serta dapat diingat oleh khalayak. Di kalangan desainer istilah yang digunakan adalah "benang merah" sebuah rancangan yang merujuk pada kesatuan rancangan.



Gambar 4.21. perusahaan minuman Concha y Toro dengan logo trademmarknya dan ketiga macam merek produk minuman dengan berbagai rsa memiliki ke-satuan bentuk label.

HAL YANG MERUJUK PADA KESATUAN RANCANGAN

Didalam pembuatan rancangan desain selalu ada alur kesatuan yang menghubungkan unsur atau elemen satu dengan lainnya sebagai penyikat sehingga menjadi suatu kesatuan rancangan.

Latihan

Buatlah suatu rancangan dengan beragam style, tetapi memiliki satu kesatuan. misalnya, satu rancangan ditampilkan dengan berbagai komposisi warna, seperti warna hitam, warna Etnik, warna Cross Culture, Posmo, POP, High Tech, Nyeleneh, Radikal, dsb. Salah satu cara untuk mendapatkan keterpaduan dapat di lihat dari sususnan komposisi.

Implementasi

Latihan sederhana yang dilakukan dapat mengasah kreativitas kita dalam penerapan desain nantinya, misalnya dengan memerhatikan contoh iklan-iklan berikut :

- Permen Ricola dengan beragam Rasa (Strawberry, Mint, Anggur, Aple).
- Seri Iklan Marlboro, Seri Iklan Djarum, dll

Semuanya memiliki keseragaman & keterpaduan konsep, ada 'suatu' ciri khas/benang merah yang mengikatnya. dan merujuk pada Implementasi Rancangan.

Contoh Lain :

- Keseragaman + Keterpaduan Desain pada Stationery Set
- Keterpaduan desain pada Pictogram/Maskot/Label berbagai Gaya
- Grid Sistem pada Lay Out Penerbitan (Majalah, Surat Kabar, dll)
- Keseragaman + Keterpaduan Desain pada Sign System (Sistem Tanda)

HAL YANG MERUJUK PADA IMPLEMENTASI RANCANGAN

Contoh :

- Keseragaman dan keterpaduan desain pada Stationary Set hingga brosur perusahaan.
- keterpaduan desain pada Pictogram/Maskot dalam berbagai Gaya, misalnya pada event penyelenggaraan PON, SEA Games, Olympiade, World Cup, dsb.
- Penggunaan grid sistem lay out penerbitan untuk buku, majalah, surat kabar, dll.
- Keseragaman dan keterpaduan desain pada Sign System, misalnya pada rambu-rambu lalu lintas, petunjuk di Bandara, di Rumah Sakit, Kompleks Real Estate, Mall, Kebun Binatang, dsb.



Gambar 4.22. salah satu penerapan pada brosur serta flyer promosi dari danamon simpan pinjam.

- Company Colour yaitu warna khas yang merupakan ciri dari suatu perusahaan.

Dalam hal ini kita (sebagai Desainer) harus bertanggungjawab atas rancangan yang kita buat. tentu saja kita ingin agar segala bentuk penerapan dan aplikasi dilakukan sesuai dengan rancangan kita.

Bahkan "Ketidakteraturan sebuah rancangan akan membuat kesan yang negatif pada Corporate".

Untuk menyelaraskan, menjaga, dan menertibkannya, perlu dibuatkan semacam panduan peraturan penerapan atas desain yang kita rancang. untuk istilah tersebut kita menyebutnya Graphic Standard Manual (GSM). Dalam hal ini ada berbagai jenis, contohnya :

- Graphic Standard Mnual Sign System
- Graphic Standard Mnual Grid System
- Graphic Standard Mnual Corporate Identity
- dll

Sebagai gambaran, sebuah Graphic Standard Manual Corporate Identity antara lain memuat hal-hal sebagai berikut :

- Konfigurasi yang diperkenankan
- Warna-warna yang digunakan
- Tipografi yang dipergunakan
- Aplikasi atau penerapannya pada Stationary Set, Sign name (Papan Nama Perusahaan) pada kendaraan, dll
- Aplikasi pada seragam kerja, pada aset-aset perusahaan,

pada produk merchandische yang digunakan se-bagai sarana promosi,dsb.

IV.2.3. Pragmatik

Pragmatik adalah hubungan fungsional yang berkenaan dengan teknis dan praktis, material atau bahan yang dipergunakan, serta efensiensi yang menyangkut ukuran bahan, warna yang dipergunakan maupun teknik memproduksi, dst.

Pertimbangan yang dipikirkan mencakup:

- Kegunaan
- Kemudahan
- Keamanan
- Kenyamanan dan dst.
- Pekerjaan-pekerjaan yang berkenaan dengan Pragmatik :
- SGM (Standard Graphic Manual)
- Layout Technic
- dst.

Contoh Kasus-kasus Pragmatik yang perlu dipikirkan :

- Bagaimanakah penerapan/aplikasi logo dalam media cetak (dengan sistem CMYK) yang berbeda dengan tampilan pada Monitor (RGM)?
- Akan dicetak berapa banyak? Bahan kertas jenis apa? Dari Kertas berukuran Piano harus dipertimbangkan kembali ukurannya agar tidak membuat waste (aval) kertas yang banyak.
- Mempertimbangkan bahwa tidak semua jenis kertas fancy cocok dengan proses UV (sejenis lapisan vamis untuk efek mengikat pada permukaan hasil cetakan).
- Mempertimbangkan jenis kertas yang dipergunakan, apa-kah mengutamakan kertas fancy dengan tampilan yang elit dan unik atau mengutamakan kekuatan. jika menggunakan kertas fancy, maka harus diperhatikan daya serapnya terhadap tinta yang berbeda-beda sehingga berpengaruh terhadap jenis desain yang Anda buat.
- Mempertimbangkan arah serat kertas sesuai fungsi lipatan hasil cetak.
- Bagaimanakah penerapan logo yang memiliki warna gradasi apabila ditampilkan dengan di-Emboss maupun di bordir?

- Bagaimanakah penerapan/aplikasi logo pada media Stainless style/ plastik/logam/kayu,dst?
- Bagaimana implementasi Packaging menggunakan kombinasi dari bahan plastik dan kertas? atau dari kayu dan kertas? dll.

V. PENUTUP

Bab mengenai semiotik ini penting dipelajari karena banyak berhubungan dengan persepsi terhadap hasil sebuah karya. Dalam semiotik terdiri atas tiga unsur besar yaitu Semantik, Sintaktik, dan Pragmatik. Sehingga setelah memahami hal-hal tersebut di atas maka kita diharapkan mampu menuangkan pesan ke dalam bentuk grafis dengan bobot yang baik.

VI. LATIHAN SOAL

Carilah sebuah karya desain grafis dan analisislah dengan prinsip semiotika (semantik, sintaktik, pragmatik) !

BAB V

DESAIN GRAFIS 1: MEMBUAT ILUSTRASI

I. TIU:

Mahasiswa/i semester 5 Program Studi Ilmu Komunikasi akan dapat menjelaskan apa pengertian ilustrasi dalam desain grafis, teknik-teknik pembuatannya, unsur-unsur apa saja yang mempengaruhi, hingga pemanfaatan ilustrasi dalam berbagai buku dan majalah setelah mahasiswa diberi materi tentang Ilustrasi.

II. TIK:

Mahasiswa/i semester 5 Program Studi Ilmu Komunikasi akan dapat memahami teknik membuat ilustrasi yaitu dengan teknik *Woodcut* dan *Fine Art*, mampu menelaah pengaruh *Art Noveau* dalam ilustrasi, kedudukan ilustrasi pada buku dan majalah, hingga menggambar ilustrasi dengan *Computer Graphic* setelah mahasiswa diberi materi tentang ilustrasi dengan tingkat keberhasilan 90%.

III. PENDAHULUAN

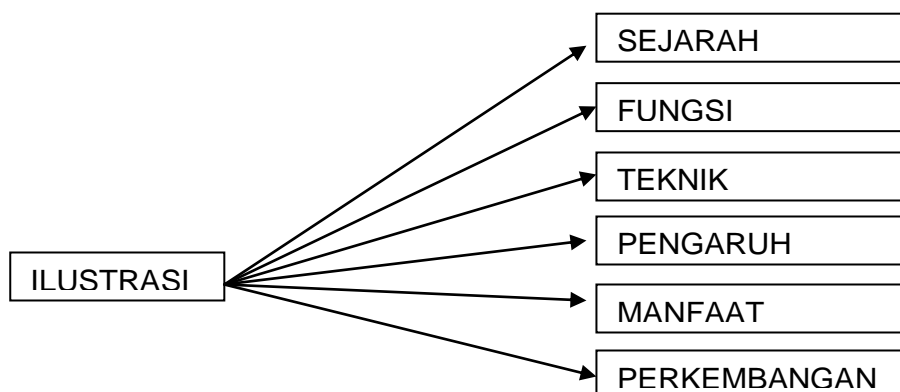
Dipaparkan pada bab sebelumnya bahwa banyak terdapat macam jenis grafis diantaranya *Drawing*, Ilustrasi, Cartologi, Grafik, Diagram, dan Fotografi. Ilustrasi merupakan salah satu jenis desain grafis yang begitu penting namun elatif kurang dimengerti oleh mahasiswa ilmu komunikasi dibandingkan dengan jenis desain grafis yang lain seperti menggambar, membuat grafik dan diagram, serta fotografi.

IV. PENYAJIAN

IV.1. Pengertian Ilustrasi

Ilustrasi merupakan seni gambar yang dimanfaatkan untuk memberi penjelasan atas suatu maksud atau tujuan secara visual. Dalam perkembangannya, ilustrasi secara lebih lanjut ternyata tidak hanya berguna sebagai sarana pendukung cerita, tetapi dapat juga menghiasi ruang kosong. Misalnya, dalam majalah, koran, tabloid, dan lain-lain.

Ilustrasi bisa berbentuk macam-macam, seperti karya seni sketsa, lukis, grafis, karikatural, dan akhir-akhir ini bahkan dipakai *image* bitmap hingga karya foto. Ilustrasi Juga dapat dipahami sebagai hasil visualisasi dari suatu tulisan dengan teknik *drawing*, lukisan, fotografi, atau teknik seni rupa lainnya yang lebih menekankan hubungan subjek dengan tulisan yang dimaksud daripada bentuk.



IV.2. Sejarah Ilustrasi

Konsep ilustrasi bisa ditinjau kembali ke masa silam melalui lukisan dinding prasejarah dan konsep tulisan hieroglif. Masa keemasan ilustrasi Amerika Serikat berlangsung pada tahun 1880, setelah perang dunia I. Hal ini terjadi seiring dengan populernya surat kabar, majalah, dan buku berilustrasi yang memungkinkan adanya eksperimen teknik oleh senimannya. Pada saat inilah banyak ilustrator yang menjadi kaya dan terkenal. Tema yang banyak muncul adalah aspirasi bangsa Amerika saat itu.

Di Eropa, seniman pada masa keemasan dipengaruhi oleh kelompok Pre-Raphaelite dan gerakan-gerakan yang berorientasi kepada desain seperti *Arts and Crafts Movement*, *Art Nouveau*, dan Les Nabis. Contohnya Walter Crane, Edmund Dulac, Aubrey Beardsley, Arthur Rackham dan Kay Nielsen. Pada masa kini, ilustrasi semakin berkembang dengan penggunaan banyak software pembantu seperti Adobe Illustrator, Photoshop, CorelDraw, dan CAD. Namun ilustrasi tradisional yang dibuat dengan tangan tetap memiliki nilai yang tinggi.

Di Indonesia, sejarah tradisi ilustrasi dapat merujuk kepada lukisan gua yang terdapat di Kabupaten Maros, provinsi Sulawesi

Selatan dan di pulau Papua. Jejak ilustrasi yang berumur hampir 5000 tahun itu menggambarkan tumpukan jari tangan berwarna merah terakota. Selain lukisan gua, wayang beber dalam hiburan tradisional Jawa dan Bali dilihat sebagai ilustrasi yang merepresentasikan alur cerita kisah Mahabarata, tradisi yang kira-kira muncul bersamaan dengan berdirinya kerajaan Sriwijaya yang menganut agama Hindu di Pulau Sumatera bagian Selatan.

IV.3. Fungsi Ilustrasi

Fungsi khusus ilustrasi antara lain:

- Memberikan bayangan setiap karakter di dalam cerita
- Memberikan bayangan bentuk alat-alat yang digunakan di dalam tulisan ilmiah
- Memberikan bayangan langkah kerja
- Mengkomunikasikan cerita.
- Menghubungkan tulisan dengan kreativitas dan individualitas manusia.
- Memberikan humor-humor tertentu untuk mengurangi rasa bosan.
- Dapat menerangkan konsep

IV.4. Teknik Ilustrasi

Setidaknya ada dua teknik dalam membuat ilustrasi yaitu teknik Woodcut dan teknik Fine Art. Teknik Woodcut ialah teknik ilustrasi dengan membuat cukilan atau relief pada sebuah papan kayu kemudian dicap pada kertas atau kain. Lihatlah contohnya sebagai berikut.



Gambar 5.1. ilustrasi

Sementara teknik fine art lebih diidentikkan dengan fenomena ketika seorang seniman grafis melukiskan ilustrasi dari sebuah cerita atau dongeng. Mereka mencoba merepresentasikan suatu keadaan secara natural sebagaimana orang menggunakan kamera untuk memotret suatu keadaan. Artinya, ilustrasi dibuat dengan teknik yang mendetail agar ilustrasi mendekati pada bentuk atau keadaan yang sebenarnya sehingga identik seperti karya-karya lukis, berikut contohnya :



Gambar 5.2. karya-karya lukis

IV.5. Dasar Pengaruh Ilustrasi : Art Noveau

Art Noveau adalah sebuah gerakan di bidang seni yang dipelopori oleh beberapa seniman Perancis. Art Noveau artinya kurang lebih seni baru. Gerakan seni itu mempersatukan antara Fine Art dan Applied Art atau karya seni yang dipergunakan dalam kehidupan sehari-hari. Sebagai contoh adalah gambar poster yang menginformasikan adanya pertunjukan balet maupun opera yang menampilkan artis-artis terkenal waktu. Berikut contoh Ilustrasi pada era Art Noveau.



Gambar 5.3. karya-karya lainnya

IV.6. Manfaat Ilustrasi : Kegunaan Utama dalam desain buku dan majalah

Buku cerita dan majalah adalah media yang sangat membutuhkan ilustrasi. Ilustrasi tersebut akan memudahkan pembaca untuk berilustrasi tentang tokoh atau cerita yang ditulis dalam buku atau majalah. Ilustrasi terdiri dari beberapa gambar yang melukiskan isi cerita. Pada awalnya, gambar-gambar dalam ilustrasi dibuat secara natural seperti seni foto. Namun, seiring dengan perkembangannya, para ilustrator pun mewarnai ilustrasi cerita sesuai karakter maupun style cerita dari artikel tersebut.

IV.7. Perkembangan : *Computer Graphic*



Pada saat teknologi komputer sudah populer, goresan ilustrasi berwarna yang terutama dibuat dengan pena tinta hitam maupun cat air kini digantikan dengan program-program gambar berbasis vektor seperti CorelDRAW, Illustrator, Canvas, maupun FreeHand. Salah satu teknik yang banyak digunakan oleh para ilustrator adalah pembuatan sket di atas kertas menggunakan pensil yang kemudian dibuat outline bentuknya dengan tinta hitam. Skets

tersebut kemudian di *scan* sehingga menghasilkan image bitmap.

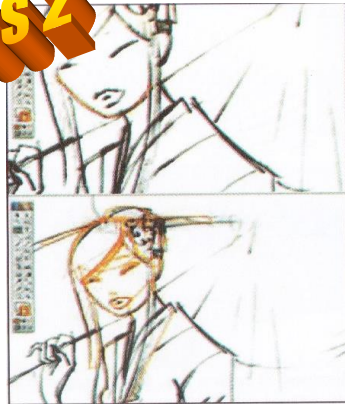
Image hasil *scan* selanjutnya di-Trace untuk mengonversi dari format bitmap yang terdiri dari titik-titik menjadi vektor. Dari situlah akhirnya hasil tracing dari outline diproses menggunakan fasilitas yang terdapat dalam program tersebut sehingga diperoleh hasil akhirnya. Kemudian gambar yang diperoleh menggunakan komputer dapat dimodifikasi dan digandakan dengan cepat baik secara keseluruhan maupun bagian-bagian tertentu. Berikut contoh visualisasi proses komputer graphic.

Proses 1



Gambar 5.27 Membuat skets di atas kertas kemudian di-scan dan dibuka di komputer.

Proses 2



Gambar 5.28 Setelah di-scan skets kemudian digambar ulang dengan tool mengkonversi warna penuh.

Proses 3



Gambar 5.29 Garis outline dibuat path tertutup kemudian diwarnai dengan fill color.

Proses 4



Gambar 5.30 Membuat efek bayangan pada bagian-bagian yang diperlukan.

V. PENUTUP

Seiring dengan perkembangan dunia industri hiburan dan kegiatan ekonomi lainnya, maka desain grafis begitu dibutuhkan terutama ilustrasi. Ilustrasi menjadi salah satu jenis desain grafis yang paling penting karena sifatnya yang dapat mewakili kata-kata atau kondisi yang ditentukan. Ilustrasi bukan berarti statis melainkan terus berkembang dari zaman ke zaman. Setiap zaman memiliki corak ilustrasi sendiri. Namun, gaya Ilustrasi masih berpatokan pada barat misalnya dengan teknik-teknik yang dihasilkan oleh seniman barat seperti teknik *Woodcat* dan *Fine Art*.

VI. LATIHAN SOAL

1. Buatlah sebuah ilustrasi bertemakan tentang sosial secara manual !
2. Carilah contoh ilustrasi *Computer Graphic* dan analisis bagaimana teknik pembuatannya!

BAB VI

DESAIN GRAFIS 2: TIPOGRAFI

I. TIU:

Mahasiswa/i semester 5 Program Studi Ilmu Komunikasi akan dapat memahami tentang segala hal yang berhubungan dengan pembuatan huruf cetak sebagai bagian dari pada desain grafis melalui pembelajaran mengenai unsur historis, ciri-ciri huruf, dan berbagai hal lain yang berhubungan dengan teknik pembuatan huruf cetak.

II. TIK:

Mahasiswa/i semester 5 Program Studi Ilmu Komunikasi akan dapat memahami bagaimana sejarah huruf yang berkembang mulai dari eropa, anatomi huruf, istilah font, hingga teknik pembuatan font tersebut setelah mahasiswa diberikan pembelajaran mengenai Tipografi dengan tingkat keberhasilan sebesar 90%.

III. PENDAHULUAN

Tidak dapat dipungkiri bahwa teks adalah bagian dari desain grafis yang sangat penting. Oleh karena itu, untuk menguasai desain grafis, harus dipelajari pula tipografi, yaitu ilmu yang mempelajari segala sesuatu tentang huruf cetak.

Didalam desain grafis, Tipografi didefinisikan sebagai suatu proses seni untuk menyusun bahan publikasi menggunakan huruf cetak. Oleh karena itu, "menyusun" meliputi merancang bentuk huruf cetak hingga merangkainya dalam sebuah komposisi yang tepat untuk memperoleh suatu efek tampilan yang dikehendaki. Huruf cetak memang huruf yang akan dicetak pada suatu media tertentu, baik menggunakan mesin cetak offset, mesin cetak desktop, cetak sablon pada body pesawat terbang, bordir pada kostum pemain sepak bola, maupun publikasi di halaman web.

Desain komunikasi visual tidak bisa lepas dari tipografi sebagai unsur pendukungnya. perkembangan tipografi banyak dipengaruhi oleh faktor budaya serta teknik pembuatan. Karakter tipografi yang ditimbulkan dari bentuk hurufnya bisa dipersepsikan berbeda.



Memilih sebuah tipografi bisa disamakan dengan memilih nada lagu, apalagi dengan perkembangan tipografi sekarang ini, dimana fasilitas peralatan yang serba memadai ditunjang dengan seperangkat teknologi komputer yang selalu inovatif dalam menghadirkan program-program baru sehingga memungkinkan seorang tipografer untuk secara kreatif membuat jenis huruf baru.

Pengaruh teknologi digital pada intinya tidak mengubah fungsi huruf sebagai perangkat komunikasi visual. Teknologi komputer menyajikan spektrum dalam penyampaian pesan lewat huruf, mencitrakan sebuah gaya yang memiliki korelasi dengan khalayak tertentu, dimana desainer grafis memiliki kebebasan untuk menciptakan visualisasi pesan dengan huruf, tidak hanya untuk dibaca, tetapi juga untuk mengekspresikan suasana atau rasa.

Ada berbagai cara pendekatan untuk memperdalam ilmu maupun wawasan mengenai ilmu tentang huruf.

- Melalui pengenalan sejarah tentang huruf.
- Mengenali anatomi bentuk huruf
- Mengenali jenis huruf
- Membandingkan ciri masing-masing bentuk huruf
- Mempelajari tata letak huruf
- Mempelajari Ilmu warna
- Mempelajari ciri bentuk huruf dengan emosi pesan yang hendak disampaikan

VI. 1. Sejarah Huruf

Huruf cetak timah yang ditemukan oleh Johann Guttenberg pada tahun 1440 merupakan tonggak sejarah tipografi yang sangat berarti. Bahkan dikatakan bahwa Gutenberg adalah Bapak Desain Grafis. Setelah era tersebut, huruf-huruf latin yang kita pergunakan mulai diciptakan satu demi satu. Hingga kini telah ada jutaan jenis font digital. Tokoh-tokoh tipografi terkenal terkenal dalam sejarah yang perlu kita ketahui diantaranya adalah Didot, Herbert Bayer, Giambattista Bodoni, Aldus Mnutius, William Caslon, Theodore Low De Vinne, Robert Estienne, Frederic William Goudy, El Markovich Lissizky, William Morris, Eric Rowton Gill, dan Stanley Morrison.

DIDOT

Didot adalah nama keluarga dari seniman Prancis yang berkiprah di bidang percetakan dan publikasi. Telah dihasilkan karya-karya yang sangat berarti dalam sejarah seni dan teknologi percetakan melalui keluarga seniman tersebut.

- **FRANCOIS DIDOT (1689-1757)**

Pada tahun 1713, dia membuka usaha keluarga yang bergerak di bidang percetakan dan perancangan huruf (type founder). Hingga tahun 2006, Perusahaan itu masih beroperasi di Paris dengan nama Firmin-Didot et Cie

- **FRANCOIS AMBROISE DIDOT (1730-1804)**

Putra dari Francois Didot yang pertama kali menemukan cara mengukur huruf menggunakan satuan poin, 1 poin = 1/72 inch. Hingga saat ini sistem tersebut paling dominan dalam pengukuran huruf.

- **PIERRE DIDOT (1761-1853)**

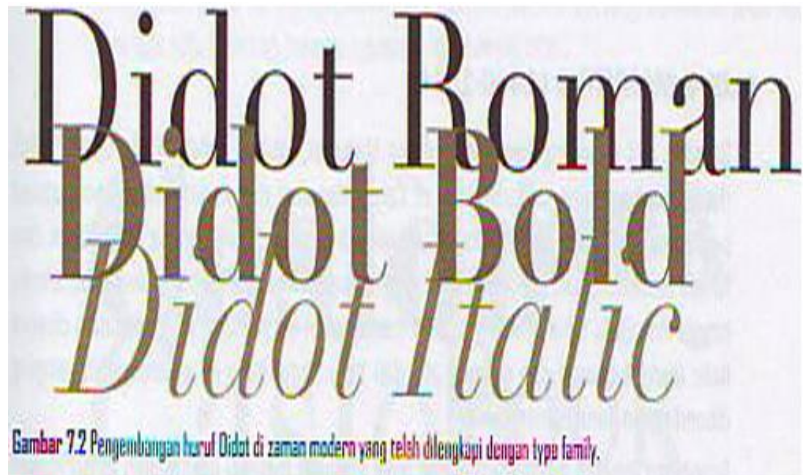
Putra sulung Francois Ambroise menciptakan ornamen-ornamen cetak versi klasik yang populer dengan nama Louvre Edition.



Gambar 6.1. Ornamen huruf Didot

○ **FIRMIN DIDOT (1764-1836)**

Putra Francois Ambroise yang lain, Firmin Didot, menemukan proses pembuatan plat cetak yang dicor (Gutenberg menemukan huruf timah yang dicor). Di juga mendesain huruf yang diberi nama Didot.



Gambar 6.2 pengembangan huruf Didot di Zaman modern yang dilengkapi dengan type family

GIAMBATTISTA BODONI (1740-1813)

Seorang ahli cetak dan perancang huruf Itali, Giambattista Bodoni, lahir di Saluzzza, Piedmont (Piemonte), diangkat oleh The Duke of Parma untuk memimpin perusahaan percetakannya. Bodoni bertugas menjadi pengawas saat perusahaan percetakannya menggarap order sebuah penerbitan dalam edisi sangat mewah dari karya Homer's Iliad serta karya-karya klasik lainnya. Dia juga mencetak edisi peringatan dari Lord's Prayer (tembang puji-pujian) yang dicetak dalam 155 bahasa. Bodoni dikenal sebagai desainer modern yang pertama dengan karyanya berupa huruf Roman Style dengan nama Bodoni Book. Huruf yang didesain pada tahun 1798 adalah desain huruf yang memiliki kontras antara bagian stroke yang tebal dan tipis, juga bentuk serif yang lurus.



Gambar 6.3. Contoh huruf ciptaan Giambastita Bodoni

ALDUS MNUTIUS (1450-1515)

Seorang ahli di bidang percetakan, Aldus manutius, lahir di Vallettri. Pada tahun 1490, dengan dukungan dana dari Prince of Carpi, Manutius mendirikan sebuah perusahaan percetakan di Venice untuk menerbitkan naskah-naskah dalam bahasa Latin Klasik dan Yunani berbentuk buku berukuran kecil yang kemudian kita kenal sebagai ukuran buku saku hingga kini. Pada tahun 1500 Manutius menciptakan huruf miring yang kemudian disebut Italic (karena berasal dari seorang ahli dari Itali). Huruf Italic itu awalnya lebih ramping dibandingkan huruf Roamn biasa.

Penemuan tersebut menurunkan harga buku sehingga menjadi lebih murah dibandingkan periode sebelumnya. Namun setelah segala sesuatu berkembang, faktor penghematan dalam pemakaian space untuk huruf tidak lagi menjadi faktor yang dominan.



Gambar 6.4. Contoh huruf Italic

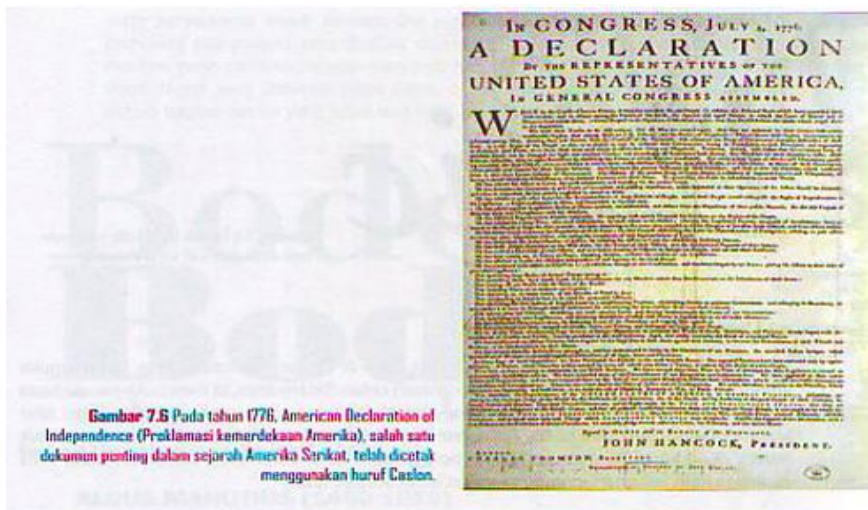
Orang-orang yang bergerak dibidang percetakan menemukan kelemahan dalam penggunaan body teks dengan huruf italic karena jenis huruf ini lebih sulit dibaca (keterbacaannya lebih rendah) dibanding huruf Roman.

WILLIAM CASLON (1692-1766)

Seorang typefounder Inggris, William Caslon, lahir di Cradley, Worcestershire. Dia memulai kariernya di London sebagai pengukir (engraver) cetak. Selanjutnya, ia membuka perusahaan yang khusus memproduksi karya huruf (typefoundry) yang sangat memerhatikan sifat legibility (kejelasan), readability (sifat keterbacaan), serta simplicity (kesederhaan bentuk huruf). Hasil karya itu memungkinkan penggunaan huruf cetak yang berukuran lebih kecil sehingga satu halaman mampu memuat lebih banyak teks.



Gambar 6.5. Contoh huruf-huruf Caslon ciptaan William Caslon

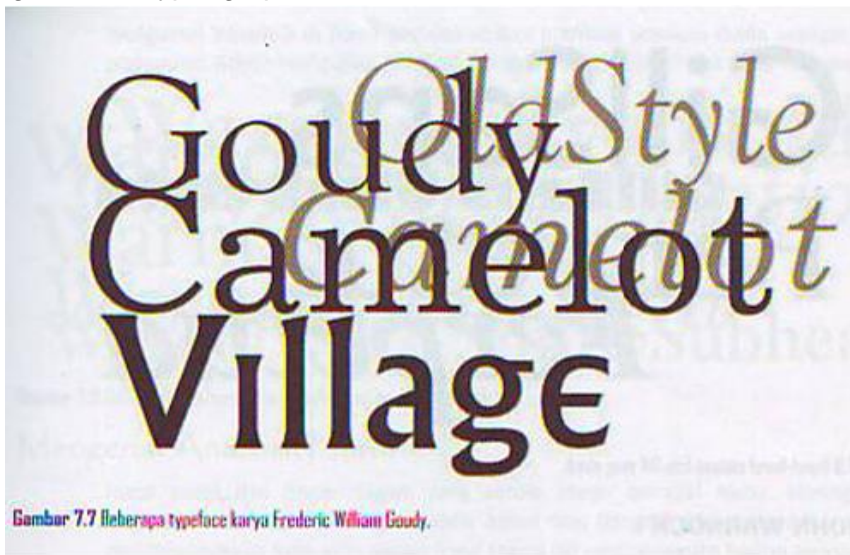


Gambar 6.6. dokumen proklamasi kemerdekaan AS dengan menggunakan huruf Caslon.

FREDERIC WILLIAM GOUDY (1865-1947)

Goudy adalah seorang tipografer kelahiran Bloomington, Illinois, Amerika, serta lulus di sekolah menengah lokal. Ia memulai karier bisnisnya di bidang akuntan. Pada tahun 1895, ketika pindah ke Chicago, ia bekerja dibidang percetakan dan mulai merancang huruf. Ia

mulai mendirikan perusahaannya sendiri dan dinamainya Village Press di Park Ridge, Illinois, pada tahun 1903. Oleh karena bisnisnya berkembang, ia pindah ke New York pada 1906, dan meruskan usahanya disana. Dua tahun kemudian, ia berhasil memiliki sebuah rumah di daerah Marlboro, New York, dan disitulah usaha Goudy semakin berkembang. Ia mendesain lebih dari 100 buah typeface baru. Di antaranya yang masih populer hingga kini, adalah Camelot, Forum, Goudy, Goudy Old Style, Knickerbocker, Titling, dan Village. Ia menerima penghargaan di bidang Graphic Art, termasuk diantaranya medali emas dari American Institute of Graphic Arts dan American Institute of Architects. Goudy menulis beberapa buku, diantaranya *Century of Type Design* and *Typographi* 1895. 1945.



Gambar 6.7. beberapa typeface

ERIC GILL (1882-1940)

Nama yang sesungguhnya adalah Gil (Arthur) Eric Rowton. Dia adalah seorang type designer dan penulis asal Inggris. Ia membuat ukiran baru yang ikut dipamerkan di sebuah pameran di London pada tahun 1911. Dua tahun kemudian, dia bergabung dengan sebuah Gereja Katolik Roma. Dalam periode tersebut, Eric Gill melahirkan karya ukiran yang sangat bagus berupa salib bergambar Yesus yang hingga kini terpasang di London's Westminster Cathedral. Pekerjaan itu selesai pada tahun 1918. Karya ukiran lain dipasang di War Memorial Universitas Leeds yang dibuat pada 1922-1923.

Eric Gill memulai karier sebagai pencipta huruf sejak tahun 1925 dengan menghasilkan Perpetua dan tahun 1927 menghasilkan Gill Sans Serif. Keduanya menjadi huruf yang tetap digemari hingga kini. Gill Sans adalah satu dari 10 font yang paling sering dipakai.



Gambar 6.8. Huruf-huruf ciptaan Eric Gill yang abadi

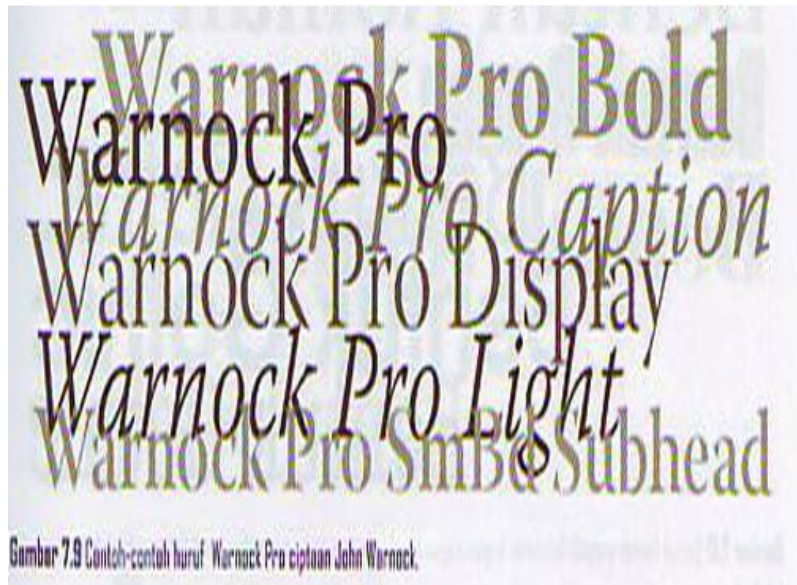
JOHN WARNOCK

John Warnock adalah pencipta Font Warnock Pro. Dia adalah satu-satunya typefounder paling populer di abad ini. Warnock menjabat President sekaligus Chief of Executive Adobe Corporation pada periode akhir dasawarsa 90-an hingga awal 2000. Dia pensiun dari Adobe pada tahun 2001 dan tetap sebagai tenaga ahli dari perusahaan raksasa yang beraset 1,2 milyar dolar Amerika atau setara dengan 12 triliun rupiah serta memperkerjakan 3043 tenaga kerja (pada tahun 2001). Perusahaan yang dipimpinnya berkembang sangat pesat setelah dia membeli Aldus Corporation yang memiliki Page Maker dan mempertahankannya hingga versi 7 dan mematikan Aldus PhotoStyler karena prospeknya tidak sebagus Photoshop. Pada tahun 2004, Adobe juga membeli Macromedia yang terkenal dengan Macromedia Flash.



Gambar 6.9. John Warnock pencipta Warnock Pro

Macromedia FreeHand berhenti diproduksi hingga versi 11 dan Macromedia Flash hingga versi 8. Versi berikutnya menggunakan nama Adobe Flash 9. Itulah puncak teknologi percetakan (dan publikasi) yang berhasil di capai John Warnock bersama Adobe karena karya-karyanya berhasil menguasai teknologi di dunia percetakan dan publikasi seantero dunia sebagai standar profesional. Adobe menguasai (menjadi pemilik) sebagian besar hak cipta font yang ada.



Gambar 6.10. contoh huruf-huruf Warnock

VI. 2. Mengenal Anatomi Huruf

Huruf terdiri dari bagian-bagian yang secara ilmiah memiliki nama. Masing-masing bagian tersebut memiliki fungsi spesifik dalam ilmu tipografi. Oleh karena itu, para ahli mengelompokkan jenis-jenis desain huruf sesuai ciri masing-masing bagian tersebut. Perubahan ciri di bagian-bagian huruf menandai perkembangan sejarah seni perancangan huruf dimana trend perkebangannya dapat di ikuti pada masing-masing periode sejak abad 17.

Tidak berbeda dengan seni lukis seni mendisain hurufpun mengenal karya-karya abadi serta pengaruh-pengaruh bentuk dari karya-karya klasik. Hal itu menyangkut kemampuan desain huruf, terlebih untuk jenis huruf f teks. Font-font yang merupakan fersi baru dari karya-karya klasik masih tidak tergusur oleh karya-karya baru. Oleh karena itu mempelajari ciri-ciri suatu bentuk font tidak akan terlepas dari pengetahuan mengenai anatomi huruf

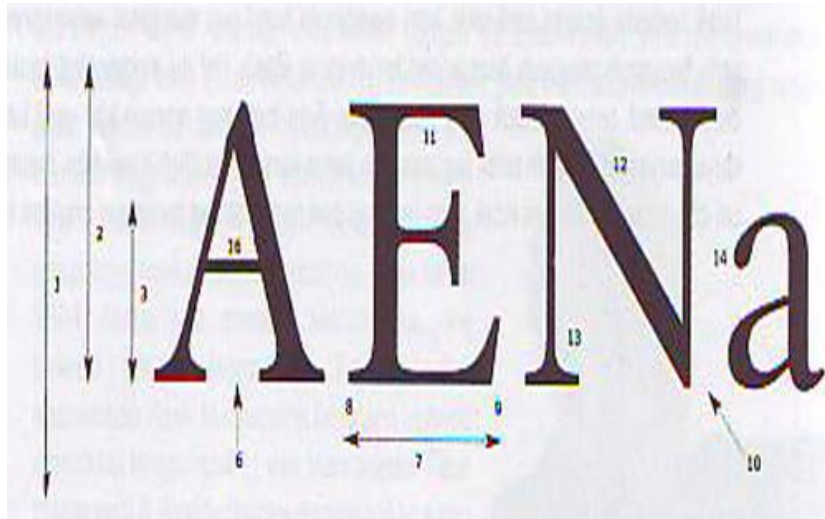


Gambar 6.11. bentuk roman memiliki ketebalan bagian-bagian huruf yang bervariasi, sedangkan huruf Gothic seluruh bagiannya sama tebalnya.

Ada dua aspek dasar dari anatomi dalam anatomi huruf yang berkaitan dengan cara kita memanfaatkannya.

Aspek pertama berkaitan dengan bentuk fisik huruf dan merupakan metode mengenai bagaimana huruf itu di bentuk. Demikian juga cara mengukurnya, baik secara horisontal maupun vertikal.

Aspek kedua menyangkut bentuk, konstruksi, dan tampilan secara visual dari masing-masing huruf secara individu.



Gambar 6.12. Nama-nama bagian huruf

- | | | |
|----------------------|---------------|--------------|
| 1. Body | 10. Character | 19. Spur |
| 2. Cap Height | 11. Arm | 20. Serif |
| 3. X-Height | 12. Stroke | 21. Link |
| 4. Ascender | 13. Bracket | 22. Ear |
| 5. Descender | 14. Ball | 23. Hairline |
| 6. Baseline | 15. Bowl | 24. Counter |
| 7. Body Width | 16. Bar | 25. Stem |
| 8. Left Sidebearing | 17. Terminal | 26. Spine |
| 9. Right Sidebearing | 18. Faniel | |



Gambar 6.13. nama-nama bagian huruf

VI. 3. Ciri - ciri Huruf Sesuai Anatominya

Ada 4 kelompok huruf sesuai ciri-ciri anatominya, yaitu :

1. Oldstyle
2. Modern
3. Slab Serif
4. Sans Serif

OLDSTYLE

Huruf-huruf Oldstyle diciptakan dalam periode tahun 1470 ketika muncul huruf Venetian buatan seniman Venice, Aldin ciptaan Aldus Manutius dari Itali, dan Caslon di Jerman. Periode Oldstyle berakhir di akhir abad ke-16 dengan munculnya periode transisi berupa karya John Baskerville yang menjembatani periode berikut:



Gambar 6.14. contoh huruf kategori Oldstyle

Beberapa font yang dapat di kategorikan ke dalam kelompok Oldstyle adalah Bembo, Bauer Text, CG Cloister. ITC Usherwood, Claren-don, Garamond, Gaudy Oldstyle, Palatino (Palmspring), dll.

MODERN

Di mulai pada abad ke-18 ketika Giambastita Bodoni menciptakan karta-karyanya yang kita kenal sebagai font Bodoni (dengan anggota keluarganya yang cukup banyak) hingga sekarang.

Periode itu cukup panjang hingga abad ke-20 dan jumlah karya-karya typeface sudah semakin banyak.



Gambar 6.15. contoh huruf kelompok modern

Font-font yang termasuk dalam Modern tersebut di antaranya Bodoni, Bauer Bodoni, Didot, Torino, Auriga, ITCFenice Modern, ITC Modern, Walbaum Book, ITC Zapf Book, Bookman, Cheltenham, Melior, dll.

SLAB SERIF

Kelompok huruf Slab Serif ditandai dengan bentuk serif yang tebal, bahkan sangat tebal. Masa kemunculan jenis huruf itu bervariasi dan ikut menandai kemunculan huruf-huruf yang berfungsi lebih tepat sebagai penarik perhatian, yaitu sebagai Header.



Gambar 6.16. contoh huruf Slab serif

Contoh-contoh huruf tanpa serif (kait di ujung). Pertama kali jenis huruf tersebut diciptakan oleh William Caslon IV (Keturunan William Caslon di era Oldstyle) pada tahun 1816. Pada awal kemunculannya, font jenis itu disebut Grotesque karena pada zaman itu di bentuk huruf tanpa serif itu di rasa dan unik (grotesque artinya aneh). Hingga kini, orang Inggris masih suka menyebut huruf tanpa serif dengan istilah Grotesques.

TYPE FAMILY

Pada tahun 1488, Moritz Brandis dari Leipig Jerman untuk pertama kalinya membuat font semi bold dari bentuk font yang telah ada untuk melengkapi typeface itu. Walaupun ide untuk melengkapi famili dari suatu typeface telah muncul sejak dahulu, ternyata ide itu baru populer sejak tahun 1890-an (setelah 400 tahun lebih). Saat itu, American Type Founder Company, sebuah perusahaan pembuat huruf, menawarkan koleksi huruf yang diproduksinya lengkap sengan hasil modifikasi dari karya-karya klasik yang telah ada sehingga pilihan huruf-huruf semakin di perluas.

Pada waktu itu, rilis dari typeface baru yang di tawarkan di lemngkapi dengan keseluruhan type family. Namun, kelengkapan dari family itu ada juga yang di jual ada permintaan dari pasar. Salah satu type face yang di buat lengkap dengan type family adalah Cheltenham Family. Setelah sampai pada zaman digital font, pembuatan variasi

terhadap bentuk asli suatu font semakin mudah di buat sehingga Font Family semakin populer dan berkembang.

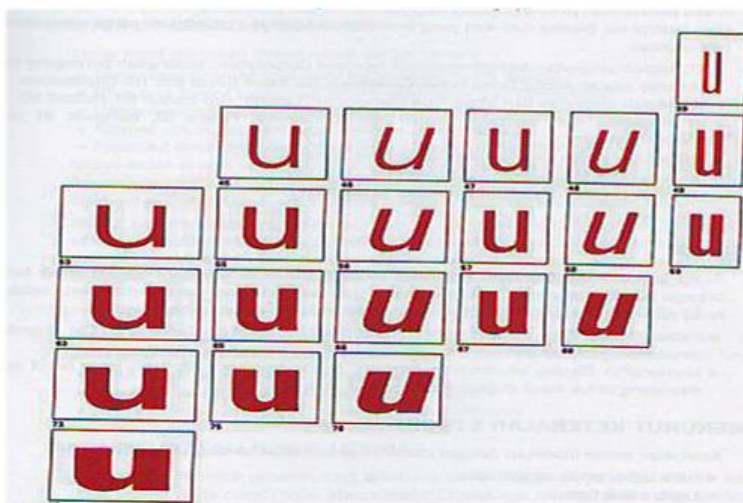
Lalu, apakah yang di maksud Type family itu? Type Family adalah kumpulan hasil modifikasi dari bentuk font yang telah ada ke arah:

- Ketebalannya (Weight) sehingga kita mengenal huruf Semi Bold, Bold, dan Extra Bold. Istilah lainnya seperti Black dan Rextra Black menggambarkan Bold dan Extra Bold.
- Proporsi dari bentuk huruf sehingga kita mengenal huruf Condensed atau di sempitkan dan Expanded atau di lebarkan. Standar proporsional dari penyempitan dan pelebaran bentuk huruf di mulai dari Ultra Exapnded. Anda akan mengenal istilah lain yang di buat oleh perusahaan yang berbeda, yakni Compressed atau Narrow sebagai padanan dari istilah Condensed, kemudian istilah Elongated, Extended, atau Wide sebagai padanan untuk istilah Expanded.
- Sudut Kemiringan; untuk memperoleh efek tertentu, sejak awal di kenal istilah Italic untuk huruf yang bentuknya condong ke kanan. Pada awalnya, huruf, huruf Italic di ciptakan sebagai tipe huruf tersendiri, dan bukan merupakan anggota famili dari suatu huruf. Hal itu di ilhami oleh bentuk tulisan tangan yang cenderung miring ke kanan. Namun dalam perkembangannya, muncul istilah Oblique, Cursive, dan Slanted untuk menggambarkan huruf dengan sudut kemiringan ke kanan (bahkan untuk Slanted ada huruf miring ke kiri).
- Texture pembukaan; itu juga merupakan variasi dari type family. Di Anda akan memperoleh huruf yang hanya terdiri dari outline-nya saja, bentuk tiga dimensi dengan efek yang dibentuk dengan memberi bevel, bentuk stensil, serta bertekstur.
- desain. Ada type family yang memiliki desain yang berbeda. Salah satu contoh nyata dari famili yang berbeda desain ITC Officina, dan juga ITC Stone.
- Font Univers adalah typeface yang secara khusus didesain dengan berbagai jenis.



Gambar 6.17. contoh huruf Officina dengan anggota keluarga serif dan san serif

Masing-msing anggota keluarga Univers itu diberi kode menggunakan bilangan dua digit. Kode tersebut menyangkut ketebalannya. Angka ganjil untuk mengkodekan huruf roman, sedangkan huruf ganjil untuk huruf Italic. Dalam gambar di halaman berikut terdapat contoh-contoh huruf keluarga Univers. Huruf paling tipis berkode 39, sedangkan huruf paling tebal (Extra Bold) bernomor 93.



Gambar 6.17. Contoh rumpun huruf Univers yang memiliki anggota keluarga paling lengkap

VI. 4. Mengenali Istilah dalam Nama Font

Pada era digital ini, sebuah nama font sering kali mengandung makna atas definisi yang disandangnya.

NAMA PERUSAHAAN PEMBUATNYA

Nama perusahaan pembuat tidak selalu identik dengan pemegang hak cipta 9 (*copyright*-nya). Oleh karena itu, banyak font-font yang bernama sama hanya di bedakan nama perusahaan pembuatnya.

- ITC adalah singkatan dari International Typeface Corporation pemegang hak ciptanya adalah Adobe Corporation. Contohnya, ITC Avant Garde dan ITC Cheltenham.
- MT adalah singkatan dari Mono Type Corporation. Contoh : Gro-tesque MT, Falstaff MT.
- BT singkatan dari Bitstream Corporation. Contohnya, Fenice BT, Benguiat BT, dan Cheltenham BT.
- ICG adalah Image Club Graphic. Contohnya, Rerrier ICG.
- MN singkatan Mecanorma Int. Contohnya, Choc MN.
- LH untuk Linotype. AG. Contohnya, Fairfield LH. Dll

FUNGSI

Suatu font dirancang dengan kegunaan tertentu, misalnya sebagai *bodytext* untuk buku, sebagai huruf display yang biasanya di tampilkan dalam ukuran besar, serta sebagai huruf caption (keterangan gambar yang biasanya dibuat dalam ukuran kecil).

- Century School Book, kadang Book di singkat BK, DeVenne TXT (Txt singkatan untuk teks, maksudnya *bodytext*), dll.
- WarnockPro Display, WarnockPro Caption, Amelia Head, dll. Jenis-jenis huruf yang dirancang untuk huruf display, huruf caption, dan Headlines.

MENURUT KETEBALAN STROKE

Ketebatan stroke diberikan dengan istilah yang di urutkan se-bagai berikut :

- Ultra Light; untuk sangat tipis.
- Light; untuk tipis.
- Normal atau ketebalan normal nagi *bodytext* (sama seperti book atau TXT). Standart atau di singkat STD untuk ketebalan standar bagi yang bukan *bodytext*. Biasanya texts standar menjadi master awal ketika perancang mendesain teks

tersebut.

- Medium, atau Demi, atau SemiBold; istilah untuk ketebalan di atas Normal tetapi di bawah Bold.
- Bold; untuk stroke berukuran tebal.
- Extra Bold; untuk yang lebih tebal dari ketebalan Bold.
- Ultra Bold atau Ultra saja; untuk yang paling tebal dalam keluarga huruf tersebut.

MENURUT LEBAR KARAKTER

Lebar huruf diurutkan dalam istilah-istilah berikut:

- Compressed; paling tipis lebar karakternya, nyaris gepeng.
- Ultra atau Extra Condensed; sedikit lebih lebar dari Compressed.
- Condensed; untuk lebar karakter di bawah ukuran normal.
- Normal; untuk standar lebar karakter.
- Extended atau Expanded; untuk lebar karakter di atas Normal.

Istilah-istilah di atas sering kali digabungkan ke sebuah nama lengkap sebuah font, misalnya Americana XBcn BT, untuk menjelaskan font bernama Americana dengan ketebalan Ekstra Bold, lebar font di-Condensed buatan Bitstream INC., dan sebagainya.

Sering kali pemuat font menggunakan istilah sendiri untuk ciri dari karyanya tersebut sehingga kadang ada istilah Compact sebagai ukuran standar untuk sebuah font display dan SLT untuk istilah font yang miring ke kiri alias Slanted. Selain dengan istilah Italic (disingkat It), font miring ke kanan juga di sebut Oblique (disingkat Obl).

VI. 5. Prinsip-prinsip Dasar Tipografi Penyusunan Halaman

Dalam sebuah buku (juga koran maupun majalah) terdapat pengorganisasian halaman serta susunan organisasi dalam naskah.

Pada umumnya, pengorganisasiannya terdiri dari :

- Judul Buku>Nama Majalah /Nama Koran.
- Headline atau Judul Artikel bisa juga Judul Bab.
- Subhead atau judul-judul bahasan dan sub bahasan.

MAIN TITLE ATAU JUDUL UTAMA

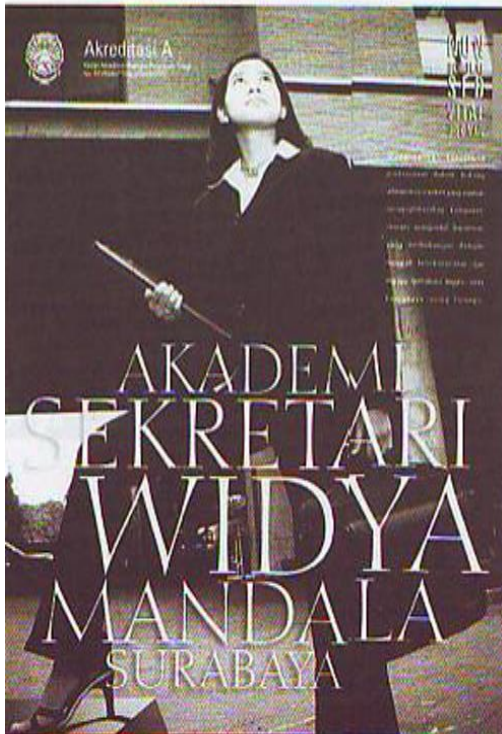
Judul utama menjadi penentu bagi pembaca untuk mengenali jenis buku. Oleh karena itu, judul utama pada cover (buku atau majalah) harus eye catchy. Judul harus ditulis dengan kontras yang cukup kuat, bahkan perlu menggunakan ukuran yang besar, bentuk font

yang sesuai, serta susunan tatanan huruf yang menarik.

MENYUSUN HEADLINES & SUBHEADS

Headlines atau judul artikel berfungsi mengantarkan pandangan mata pembaca menuju teks pada artikel yang disajikan. Jika Headline tidak menarik, mungkin teks naskah tersebut tidak akan pernah di baca orang. Itulah sebenarnya tugas dari seorang desainer, yakni mencuri perhatian pembaca agar bersedia membaca teks dalam artikel tersebut.

Selain menarik perhatian, teknik lain di luar desain adalah dalam hal copy writing. Bunyi judul harus menggelitik. Ada teknik pemilihan kata yang bisa menggelitik perhatian orang untuk menyampaikan maksud Anda. Hal itu bisa Anda pelajari dalam buku-buku bertema "*copy writing*".



TIP-TIP MEMFORMAT HEADLINES

Cara termudah untuk memformat Headline adalah dengan memformat huruf pertama pada setiap kata menjadi huruf kapital, sedangkan huruf berikutnya adalah huruf biasa. Susunan seperti itu memudahkan orang untuk membacanya.

Budaya Pop di Era Digital

- Sementara itu, penggunaan huruf kapital pada seluruh headlines akan kelihatan tradisional, selain juga lebih sulit dibaca. Oleh karena itu, hindarilah hal tersebut.

BUDAYA POP DI ERA DIGITAL

- Apabila *headline* membentang di atas beberapa kolom, usahakan agar bisa penuh hingga akhir lebar kolom-kolom tersebut. Hal itu akan membantu pembaca untuk memahami dengan mudah bahwa kolom-kolom tersebut berisi satu artikel yang sama.
- Jika *headline* terdiri lebih satu baris, jangan memotong suatu kosakata atau ungkapan yang mungkin akan menyebabkan kesalahan persepsi yang fatal bagi pembaca yang hanya membaca sekilas.
- Jika beberapa *headlines* terletak dalam satu baris pada sebuah halaman, Anda harus melakukan pengaturan agar pembaca tidak keliru membaca suatu baris *Headline* dengan menyeberang ke *headline* di sebelahnya. Ada beberapa usaha yang dapat dilakukan agar terhindar dari hal tersebut.
- Membuat garis pada pemisah pada gutter untuk membatasi suatu artikel dengan artikel lain di sebelah kanannya.
- Membuat *header* dengan ketebalan teks yang berbeda.
- Memasang gambar sebagai pemisah antara judul artikel pertama dan kedua.
- Jangan menggunakan titik di belakang *headline* jika Anda menghendaki pembaca membaca teks selanjutnya pada body teks karena titik menandakan stop.
- *Headline* bisa di buat dengan tiga hingga empat point lebih besar dibandingkan *body teks*. Selain itu, gunakan *style bold*.

TIP-TIP MEMFORMAT SUBHEAD

- Subhead dibuat untuk menandai bagian level bahasan (yang berarti bagian yang lebih detail) dari suatu topik yang lebih rendah. Aturan yang berlaku pada *Headline* juga berlaku pada *Subhead*.
- Ingatlah bahwa *Subhead* dan teks di bawahnya merupakan satu kesatuan unit. Oleh karena itu, berikan jarak cukup jauh (setidaknya dua kali lipat jarak dari paragraf di bawahnya) antara *Subhead* dengan teks sebelumnya yang berfungsi memisahkan unit sebelumnya.

VI. 6. Hierarki Penyusunan Type

Dalam suatu publikasi sering kali di pergunakan hierarki dalam penyusunan type. Tidak ada aturan baku dalam penusunan tersebut karena dalam grafismodern senantiasa di gali kemungkinan-kemungkinan baru yang lebih menantang serta dapat menarik perhatian responden atau target. Namun demikian, susunan hierarki tetap masih terus ada. Hanya saja hierarki itu perlu di susun berdasarkan alan yang berbeda-beda.

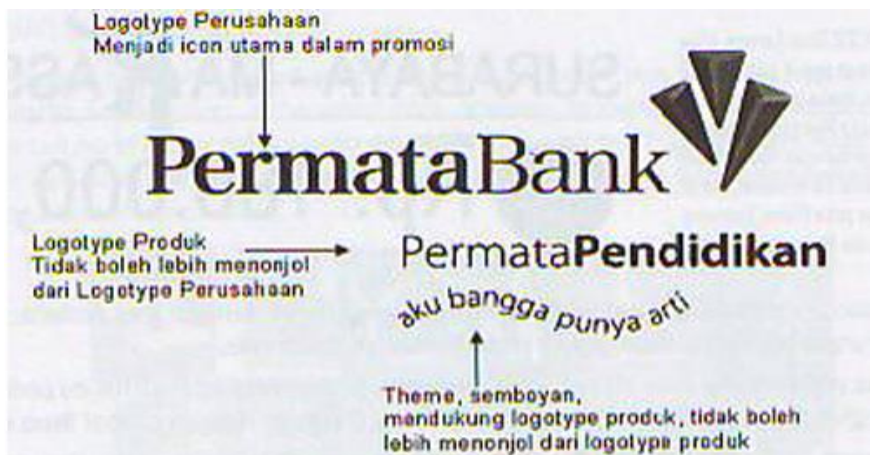
Berikut contoh sebuah desain kemasan yang menonjolkan penggunaan tipografi sebagai penyampai informasi. Agar sasaran informasi tercapai, harus diperhatikan prioritas-prioritas penyampaian dalam penyusunan pesan. Oleh karena itu, dibuatlah hierarki sesuai urutan prioritas penyampaian informasi.



Gambar 6.19. nomor-nomor di atas menunjukkan urutan jenjang dalam penyusunan teks dan huruf

- Nama barang yang terbungkus dalam kemasan ini adalah IKADRIL.
- Apakah Ikadryl itu ? SIRUP.
- Sirup apa? OBAT BATUK.
- 4 Obat batuk yang bagaimana?Memiliki RASA APEL.
- Isinya NETTO 100 ml...dsr...dst.

Contoh lain adalah produk sarana korespondensi dan iklan dari sebuah bank nasional. Pada gambar berikut Anda dapat melihat susunan hierarkinya sesuai prioritas informasi yang harus di tonjolkan.



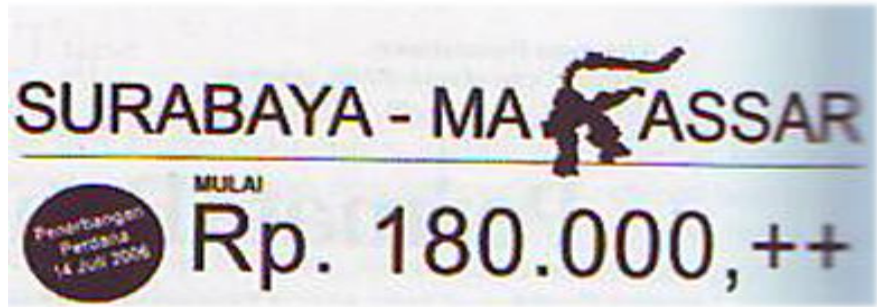
Gambar 6.20. prinsip penyusunan hierarki

VI. 7. Mengolah Teks dan Grafis

Oleh karena teks adalah salah satu elemen grafis selain gambar, maka desainer dapat mengolah teks agar dapat berfungsi sebagai gambar dan sebaliknya gambar dapat difungsikan sebagai pengganti karakter maupun penggalan kata. Menggabungkan Teks dan gambar adalah salah satu teknik sehingga keduanya menjadi suatu kesatuan image yang mampu menyampaikan informasi.



Gambar 6.21 contoh mengolah teks dan grafis 1



Gambar 6.22. contoh mengolah teks dan grafis 2

Tulisan Surabaya - Makassar bukan lagi berperan hanya sebagai teks semata, tetapi sudah berfungsi sebagai sebuah image grafis berbahan dasar teks.

Coba pikirkan, bila iklan dibuat untuk pembaca dari Makassar, apakah hal itu perlu dilakukan? Mungkin Surabaya-nya yang perlu diolah, huruf S diganti dengan simbol Suro dan Buaya.

Sebagai latihan, carilah ide dan gambarkan gabungan antara teks dan gambar untuk menyampaikan suatu informasi agar dapat dipahami oleh pembaca.

VI. 8. Memberikan Citra pada Huruf

Pemilihan jenis huruf sering kali sangat menentukan karakter atau mewakili konsep dari apa yang sudah ditulisnya. Misalnya, pada desain cover buku, desain kemasan, juga penggunaan dalam Movie Title. Oleh karena itu, seorang desainer dituntut untuk memahami content dari kemasan yang akan dibuatnya.



Gambar 6.23. Logo dari Rock Inggris ...

VI. 9. Font-font Kontemporer

Sebagaimana cabang seni yang lain, bidang tipografi pun memiliki karya-karya yang bersifat kontemporer. Keberanian para seniman typographer untuk menciptakan bentuk-bentuk huruf di luar pakem telah dibangun oleh para seniman-seniman huruf pendahulunya. Berikut beberapa perusahaan yang menerbitkan jenis-jenis huruf yang memiliki bentuk unik serta berani tampil beda.



Gambar 6.24. bentuk-bentuk teks yang artistic dan yang dibuat secara specific.

EMIGRE

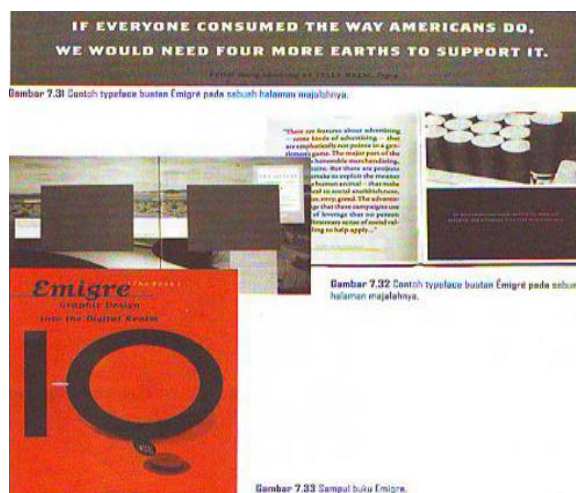
Pelopop pencipta berbagai huruf dengan motif kontemporer. Emigre mulai didirikan pada tahun 1984 sebagai majalah grafis dan seni, yang diterbitkan oleh Zuzana Licko dan Rudy Vanderlans di kota Sacramento, California, Amerika Serikat. Font pertama hasil desain dan produksi mereka dibuat oleh Zuzana Licko serta digunakan pada majalah mereka sekaligus untuk ditawarkan kepada pembacanya.

Perusahaan itu telah membangun type library dengan jumlah lebih dari 250 desain huruf orisinal. Desain tersebut dikerjakan oleh sejumlah desainer kontemporer dan mereka telah memenangkan berbagai penghargaan, termasuk Chrysler Award, sebagai desainer yang inovatif, dan juga memenangkan penghargaan bergengsi AIGA Gold Medal Award.

Font-font buatan Emigre yang terpilih sebagai "The publisher's most popular typeface", dan dipilih oleh Identifont users selama lebih dari tujuh tahun adalah :

Arbitrary Sans	Exocet Light
Backspacer Round	FairplexNarrow
Backspacer Square	FairplexWide
Base 12 sans	Filosofia
Base 12 Serif	Journal Text
Base Monospace	Keedy Sans
Big Cheese	Lunatix
Blockhead Alphabet Plain	Mason
Blockhead Alphabet Unplugged	Mason Alternate
Brothers	Mason Sans
Cholla Sans	Mason Sans Alternate
Cholla Sans Italic	Matrix
Cholla Unicase	Matrix Script
Citizen	Modula Outlined
Council	Modula Ribbed
Dalliance Flourishes	Modula Round Sans

Dalliance Roman	Modula Round Serif
Dalliance script	Modula Sans
Dead History Bold	Modula Serif
Dead History Roman	Motion Light
Democratica	Mrs Eaves
Dogma Black	Narly
Dogma Outline	Narly Outline
Dogma Script Bold	Not Casion One
Eidetic Neo	Not Casion Two
Elektric Neo	Oblong
Elektrix	Ottomat
Elliot Apollo Venus Dioxide	Ottomat Italic
Exocet Heavy	Outwest

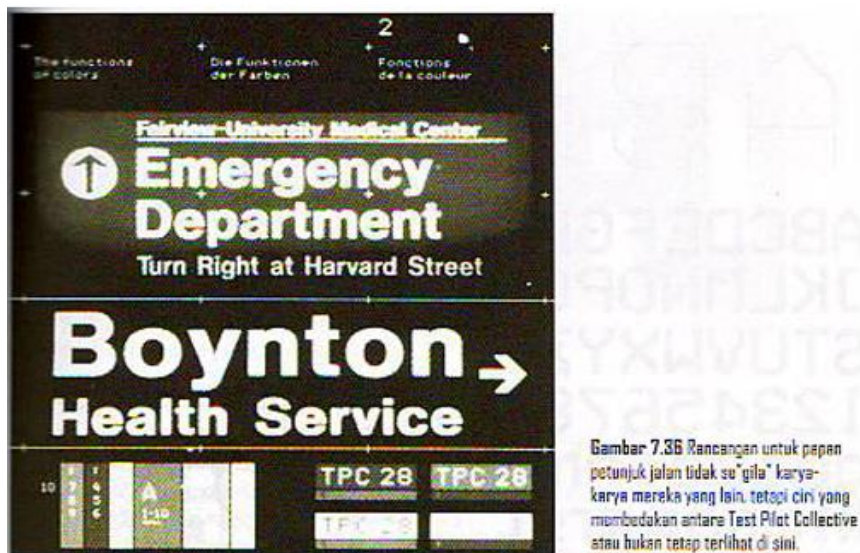


Gambar 6.25. contoh typeface buatan émigré pada sebuah halaman majalahnya (atas) dan sampul buku emigré (bawah)

TEST PILOT COLLECTIVE

www.testpilotcollective.com

Test Pilot Collective didirikan oleh desainer Joe Kral di kota San Fransisco. Perusahaan sini grafis itu pun tidak kalah uniknnya denagan Emigre. Jika kita mengamati karya-karya cipta desai huruf dari Joe Kral, kita dapat merasakan keberanian untuk menampilkan sesuatu yang unik di luar batasan kewajaran estetika yang telah digariskan oleh para seniman oleh pendahuluhnya.

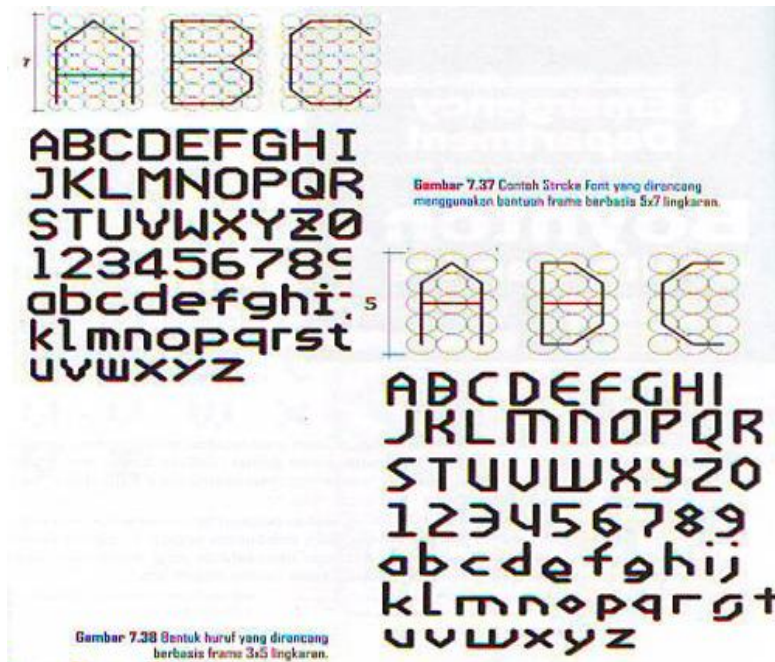


Gambar 6.26. Poster tes pilot (atas) & rancangan untuk papan petunjuk jalan (bawah)

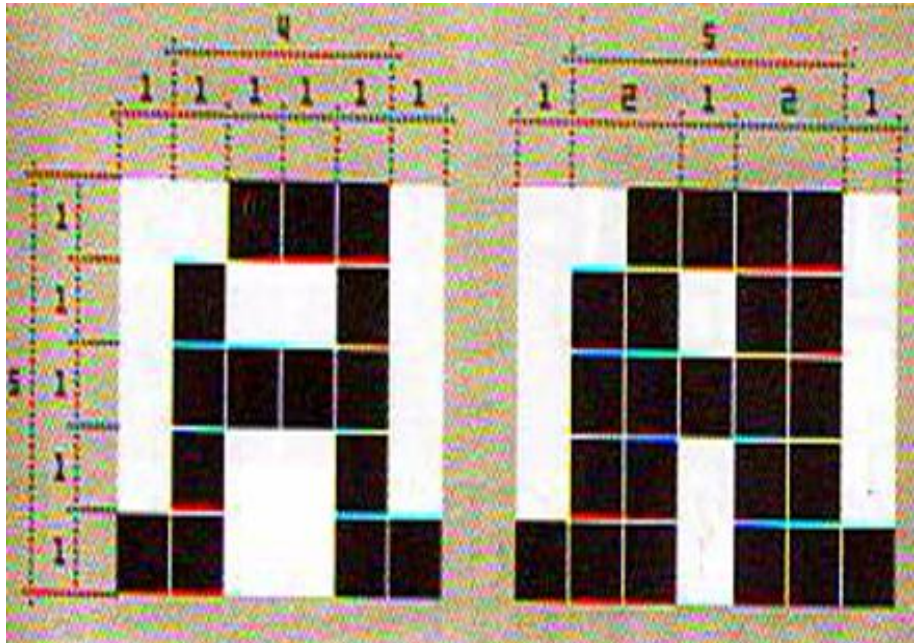
FONTGRAPHIC

Desainer dan typographer Jepang Hideaki Ootani telah menciptakan beberapa font dengan bentuk-bentuk artistic. Diantaranya font untuk mesin plttter (disebut Stroke Font). Pada tahun 2004 ia memulai proyek pembuatan font sebagai ekuivalensi huruf kanji (huruf Cina yang dipergunakan orang Jepang).

Untuk mendesain bentuk - bentuk huruf Ootni digunakan patokan frame berbentuk lingkaran-lingkaran yang tersusun dalam jumlah tertentu. Teori pembuatan seperti itu diperkenalkan oleh Herbert Bayer seorang desainer dari Bauhaus (perusahaan yang mendesain huruf Helvetica). Stroke font dibuat dengan berpatokan pada sumbu tengah letter.



Gambar 6.27. Contoh Stroke font (atas) & contoh contoh huruf berbasis frame 3x5 lingkaran



Gambar 6.28. perancangan huruf bitmap menggunakan frame 4x5 dan 5x5 kotak

VI. 9. Tidak Ada Font yang Buruk

Kebanyakan orang mengatakan demikian. Satu diantaranya dimuat dalam buku "*Stop Stealing Sheep....*" pada Bab 9. Semua huruf didesain sebaik-baiknya oleh perancangannya. Masalahnya, kita harus memanfaatkan huruf-huruf tersebut dengan tepat sesuai situasi dan cita rasa kegunaannya.

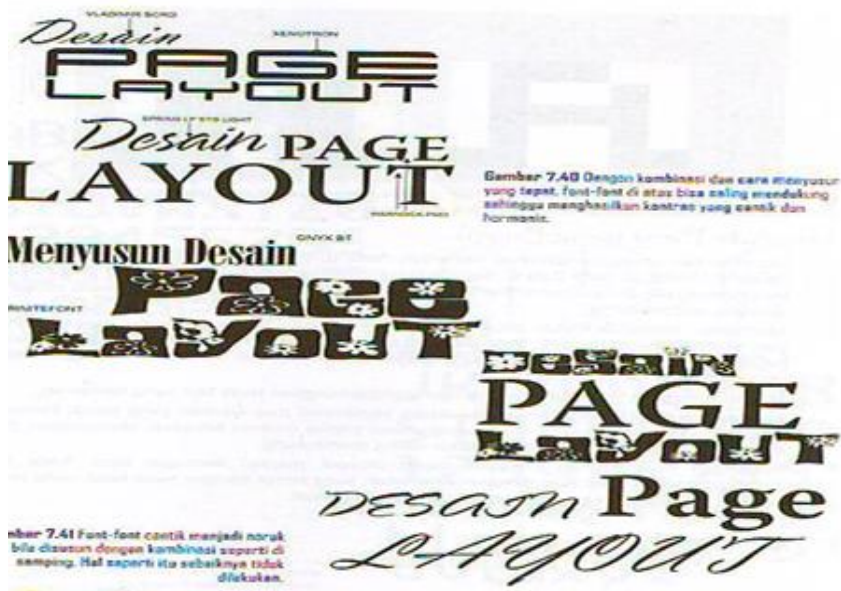
Sayangnya, sebagian besar desainer mau yang aman-aman saja agar dapat mudah diterima oleh klien atau audiensinya. Sebagian lagi suka main tabrak lari sehingga hasil-hancuran. Kunci yang paling cepat adalah memerhatikan cara-cara menggabungkan/ mengombinasikan jenis-jenis huruf .

Berikut Beberapa tip untuk memilih dan menggabungkan jenis font yang belainan.

Kontras (*Contrast*) yang dimaksud adalah Kombinasi dua elemen yang beda. Perbedaan yang timbul tersebut. Menguatkan dalam arti bukan berdiri sendiri tapi saling mendukung.

Hubungan yang kontras tersebut dapat dicapai melalui berbagai cara. Anda dapat menggabungkan yang tipis dengan yang tebal, yang

besar dengan yang kecil, yang feminin dengan yang maskulin, yang lembut dengan yang kuat.



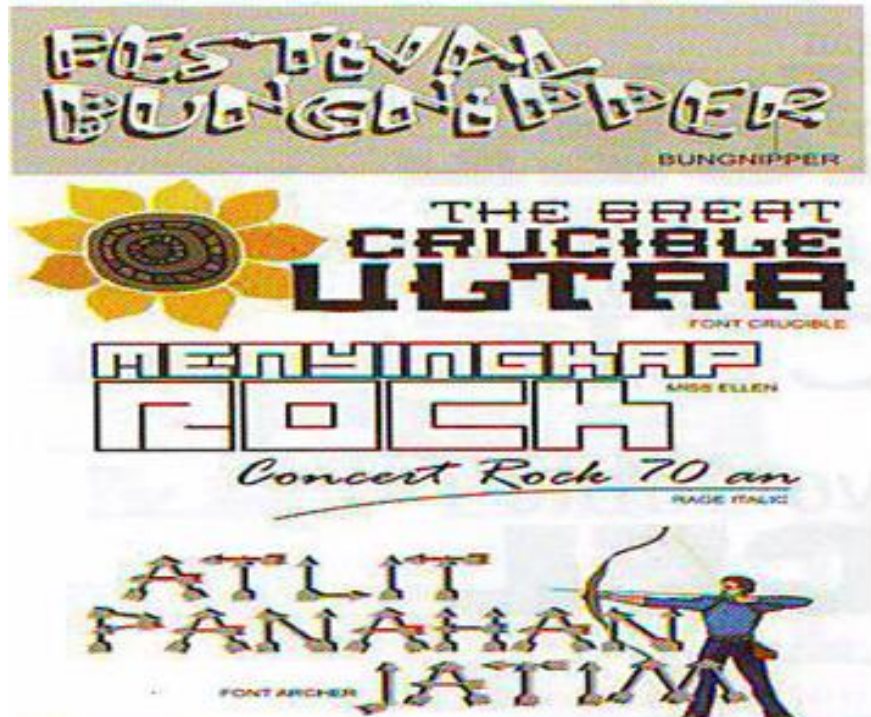
Gambar 6.29. Contoh font menghasilkan kontras yang cantik dan harmonis



Gambar 6.30. Kombinasi sempit dan lebar, tipis dan tebal, lemah dan kuat.

VI. 10. Desain Huruf Aneh untuk Keperluan Aneh Pula

Jangan menggunakan huruf-huruf display / dekoratif aneh-aneh dalam pemakaian formal atau semi formal. Oleh karena semakin kuat karakter sebuah desain berarti semakin terbatas atau spesifik kegunaannya.



Gambar 6.31. Font-font yang spesifik digunakan untuk menulis topik spesifik pula.

VI. 11. Aksara Bali Terdaftar Dalam ISO

Jumlah Asian Script alias huruf-huruf khas rumpun bangsa Asia sangat banyak. Selama ini, Adobe Corporation, perusahaan yang paling peduli terhadap pembuatan font-font non latin telah menyediakan banyak huruf Asia bila Anda membeli produk-produk resmi mereka.

Huruf-huruf Asia yang selama ini telah dikenal dalam Standard Unicode diantaranya adalah huruf Hijiayah, Hebrew (Timur Tengah), Han (Cina, Taiwan, dan Jepang), Hiragana, Katakana (Jepang), Hangul (Korea), Thai, Lao, Khmer, Burma (Asia Tenggara), Devanagari, Bengali, Tamil, Telugu, Malayam, Ghurmuki, Punjabi, dan Sinhala (India dan Srilanka).

Jangan kaget jika Anda juga menjumpai aksara Bali, yang saat ini masih merupakan satu-satunya "aksara khas daerah" Nusantara yang terdaftar dalam Standard Unicode.

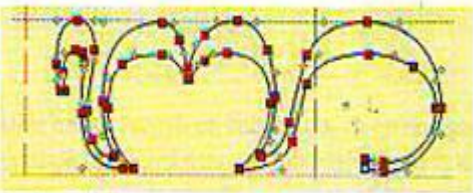
Aksara Bali yang terdiri dari Aksara Wianjana (Konsonan) + Gantungan/Gempelan sejumlah 29, Aksara Suara (Independent Vowel)) 10 buah, Pengangge Suara (Vowel sign) sebanyak 12, Pengangge Tengenan 4 buah, Pengangge Suara Modre 2 buah, Angka sebanyak 10, Tanda baca 7 buah, Variant (ra-repa, la-lenga) 4 buah dan Notasi Musik 5 buah telah di coding-kan dan terdaftar dalam International Standard Organization. Penggunaan langkah itu akan memungkinkan pencinta budaya Bali untuk menggunakan font aksara Bali agar dipergunakan sebagai huruf digital melalui program-program komputer.

Adalah perjuangan ulet dari I Made Suatjana, salah seorang budayawan Bali, bersama kawan-kawannya untuk menyusun peng-coding-an aksara Bali dan membuat sebuah program Bali Simbar-B untuk mengetik aksara Bali melalui komputer.

Tabel cara pengetikan aksara Bali (Bali Simbar-B).

		Shift	Ctrl	Ctrl-Shift	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9	F10	F11	F12
h															
n															
x															
e															

Gambar 7.44 Tabel cara pengetikan aksara Bali menggunakan Keyboard Komputer biasa.



Gambar 7.45 Bentuk outline aksara Bali yang menawan.

Gambar 6.32. tabel cara pengetikan aksara Bali (atas) & Bentuk outline aksara Bali (bawah)

Aksara Bali		
Kategori	Jumlah	Bentuk
Aksara Wianjana (Konsonan) + Gantungan/Gempelan	29	
Aksara Suara (Independent Vowel)	10	
Pangangge Suara (Vowel Sign)	12	
Pangangge Tengenan	4	
Pangangge Suara Modre	2	
Angka	10	
Tanda Baca	7	
Variant (ra-repa, la- lenga)	4	
Modifikasi	5	

Gambar 6.33. Tabel aksara Bali sesuai fungsinya.

Informasi lengkap sehubungan dengan peng-coding-an aksara Bali itu dimuat dalam situs budaya www.Babadbali.com yang dikelola oleh Donny Harimurti bersama Ida Bagus Sudewa (sebagai pengelola dokumen). Sebuah wacana baru yang menggembirakan. Kini, tugas Andalah untuk menyusul prestasi yang membanggakan ini. Namun, konon syarat diterimanya aksara daerah itu ke dalam ISO adalah masih 30% populasi dari suku bangsa tersebut yang aktif menggunakan aksara daerah tersebut. Perlu Anda ketahui bahwa aksara Bali hingga saat ini masih dipergunakan orang-orang Bali, terlebih lagi aksara itu dipergunakan dalam penulisan kitab Suci serta dokumen-dokumen budaya Bali.

V. PENUTUP

Tipografi merupakan salah satu bagian penting dari sebuah desain grafis, karena pada banyak karya desain masih juga menggunakan huruf sebagai bagiannya. Hal-hal yang ada urgensi untuk dipahami dari tipografi bagi seorang desainer grafis misalnya sejarah tipografi dimana terdapat beberapa agen historis yang menanamkan pengaruhnya hingga saat ini. Lebih dari itu, huruf ternyata tidaklah

sesederhana seperti yang kita ketahui. Dalam anatomi huruf, bagian-bagian dalam satu huruf ada namanya tersendiri dan itu bisa diolah lebih dalam menjadi sebuah desain grafis.

VI. LATIHAN SOAL

1. Jelaskan apa pentingnya Tipografi dalam sebuah karya desain grafis !
2. Carilah sebuah artikel koran yang memenuhi dan tidak memenuhi kaidah prinsip Tipografi untuk penyusunan halaman ! Jelaskan alasan Anda !

BAB VII

DESAIN GRAFIS 3: MEMBUAT LOGO DAN LOGOTYPE

I. TIU:

Mahasiswa/i semester 5 Program Studi Ilmu Komunikasi akan dapat memahami tentang segala hal yang berhubungan dengan Logo, termasuk perbedaan Logo dengan *Logotype* dalam sebuah karya desain visual setelah mahasiswa diberikan materi mengenai Logo dan perkembangannya saat ini.

II. TIK:

Mahasiswa/i semester 5 Program Studi Ilmu Komunikasi akan dapat menjelaskan apa definisi logo, perbedaan logo dan logotype, bagaimana logo yang berhasil, serta teknik-teknik yang komprehensif mengenai logo setelah mahasiswa diberikan pembelajaran secara teoritis dan praktis mengenai konsep logo dengan tingkat keberhasilan sebesar 90%.

III. PENDAHULUAN

Berbicara mengenai logo maka logo ialah identik dengan pakaian. Identitas seseorang dapat dilihat dari unsur pakaian yang dikenakannya apakah ia seorang manajer eksekutif atau kasir. Logo yang baik akan mampu mencerminkan jenis usaha yang dikelola pemilik logo tersebut berdasarkan idiom-idiom grafis yang telah dikenal oleh publik. Logo dibedakan dari *logotype*, dan masing-masing dari unsur tersebut bisa dibuat dengan cara yang mutakhir melalui komputer grafis dengan teknik-teknik tertentu.

IV. PENYAJIAN

IV.1. Pengertian Logo

Logo atau tanda gambar (*picture mark*) merupakan identitas yang dipergunakan untuk menggambarkan citra dan karakter dari suatu lembaga atau perusahaan maupun organisasi. Sementara Logotype ialah tanda kata (*word mark*) yang merupakan nama lembaga,

perusahaan, atau produk yang tampil dalam bentuk tulisan yang khusus untuk menggambarkan ciri khas secara komersial. Selain membangun citra perusahaan, logo seringkali dipergunakan untuk membangun spirit secara internal diantara komponen yang ada dalam perusahaan tersebut. Sebuah logo yang baik dan berhasil akan dapat menimbulkan sugesti yang kuat, membangun kepercayaan, rasa memiliki, dan menjaga image perusahaan yang memiliki logo tersebut.

Secara teoritis, pertimbangan-pertimbangan tentang logo yang baik harus mencakup beberapa hal berikut, diantaranya:

1. Original dan *Destinctive* atau memiliki nilai kekhasan, keunikan, dan daya pembeda yang jelas
2. Mudah untuk dibaca dan bisa dikembangkan ke dalam berbagai ukuran
3. *Simple* atau sederhana
4. *Memorable* atau cukup mudah diingat
5. Benar-benar merepresentasikan jenis usaha perusahaan/instansi
6. Mudah untuk dipasang

IV.2. Transformasi Logo



Penggunaan logo yang kenal saat ini awalnya hanyalah sekedar lambang, simbol atau maskot yang merupakan identitas suatu kelompok, suku, bangsa, atau negara. Kini mereka mentransformasikan lambang, simbol, dan

maskot tersebut ke dalam logo dan berhasil melekat kepada kita seperti pada gambar bendera negara Bhutan disamping.

IV.3. Perbedaan Logo dengan Cap, Ikon, dan Avatar



Pada zaman dahulu merek dagang diistilahkan dengan Cap, (ex: Susu Cap Nona, Jamu Cap Nona, dll). Kata “Cap” pada perkembangannya digantikan dengan logo kemasan sehingga dalam kemasan tidak mengandung kata “Cap”. Di era komputer, logo lebih disederhanakan dan diwujudkan dalam bentuk *icon*. Semenjak populernya multi media maka dimulailah penggunaan avatar, yaitu ikon yang dapat ditampilkan pada berbagai media.

IV.4. Logo Sesuai Unsur Pembentuknya

Sesuai unsur pembentuknya, terdapat (1) Logo dalam bentuk Alphabetical, (2) Logo dalam bentuk Konkret, (3) Logo dalam bentuk Abstrak, Poligon, Spiral Dsb, dan (4) Logo dalam bentuk simbol, nomor, dan elemen, lain.



IV.5. Memahami Logotype

Jika logo adalah tanda gambar (picture mark), maka Logotype adalah gambar nama (word mark). Oleh karena itu, logotype berbentuk tulisan khas yang mengidentifikasikan suatu nama atau merek. Ia memiliki sifat-sifat yang sangat mirip dengan logo yang telah dibahas di atas. Berikut contoh logotype:

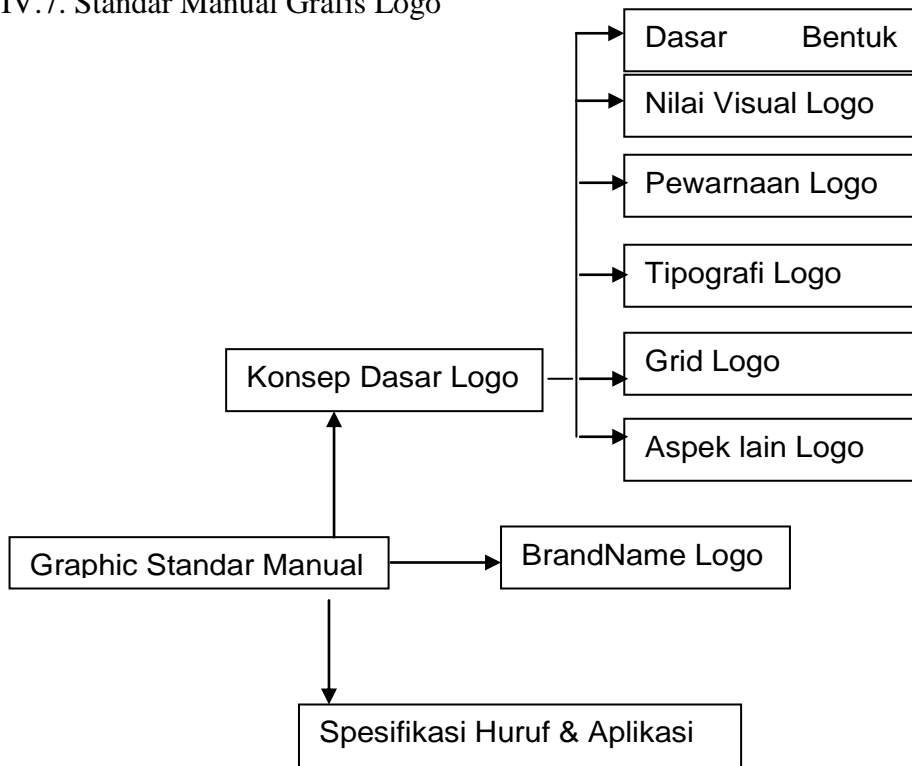


IV.6. Hal-Hal Penting Terkait Logo

Untuk memahami logo secara lebih komprehensif, perlu diperhatikan tabel berikut:

Aspek Logo	Uraian
Efektivitas	Memiliki keunikan, fungsional atau mudah ditempatkan/ diatur, mengikuti kaidah dasar desain, representatif
Warna	Lebih baik menggunakan warna yang sesedikit mungkin/ spot, hindari gradasi warna
Teknik	Gunakan program vektor grafis karena bersifat fleksibel secara ukuran
Regulasi	Harus waspada dengan hak cipta (jangan menjiplak, menggunakan gambar orang yang masih hidup, jangan memakai pilihan font spesifik clip art, hindari Sara, dan foto yang rumit)

IV.7. Standar Manual Grafis Logo



Untuk konsep dasar logo yang terdiri atas dasar bentuk logo, nilai visual logo, pewarnaan logo, tipografi logo, dan grid logo hanya bisa dianalisis tergantung bagaimana desain grafis yang akan kita desain. Sementara penggunaan atau *brandname* dapat dilakukan dalam dua dimensi yaitu sebagai istilah yang kemudian berasosiasi dengan perusahaan, serta sebagai sebuah susunan yang jika ditampilkan bersamaan akan menjadi komposisi yang simetris. Sementara jenis huruf tentu juga tergantung kebutuhan sesuai representasi logo terhadap perusahaan/instansi terkait.

IV.8. Ide-ide Pembuatan Logo

Inti dari pada ide dalam pembuatan logo adalah memahami sepenuhnya apa yang ingin anda nyatakan melalui logo Anda dan siapa saja sasarannya. Adapun ide-ide secara khusus menurut seniman profesional Amerika melalui beberapa fase diantaranya:

- fase 1 : kombinasi antara sketsa melalui kertas dan diteruskan dengan komputer (scan)
- fase 2 : Memfokuskan pada yang penting (bagian)

- fase 3 : Gunakan font yang berbeda-beda
- fase 4 : Ada kontras yang baik antar font
- fase 5 : Mengubah font baik dari segi jarak antar huruf, ukuran, dsb.
- fase 6 : Buatlah logo dengan warna yang padu
- fase 7 : Buatlah aksan-aksan tertentu pada pinggiran atau batas logo

V. PENUTUP

Logo bukanlah sekedar gambar yang asal dibuat untuk memberi identitas kepada suatu lembaga atau perusahaan. Logo merupakan citra kepribadian lembaga atau perusahaan yang diwakilinya sehingga harus di desain secara matang dengan mengetahui latar belakang serta visi dan misi yang diwakilinya. Untuk itulah seorang desainer grafis harus mengetahui syarat-syarat logo yang baik, mengetahui jenis-jenis bentuk logo, mengetahui bagaimana sebuah pedoman penerapan logo disusun, serta mengetahui berapa tinggi dan berpengaruhnya logo tersebut.

VI. LATIHAN SOAL

1. Cari sebuah logo perusahaan/lembaga, analisislah bagaimana pengaruh logo tersebut terhadap image perusahaan/lembaga itu !
2. Buatlah sebuah logo sebuah lembaga/instansi dan analisislah dengan prinsip Semiotik

BAB VIII

DESAIN GRAFIS 4 : MEMBUAT POSTER

I. TIU:

Mahasiswa/i semester 5 Program Studi Ilmu Komunikasi akan dapat memahami tentang segala hal yang berhubungan dengan Poster sebagai salah satu jenis hasil karya dari sebuah desain grafis setelah mahasiswa diberikan pembelajaran mengenai pengertian poster beserta tipe-tipenya.

II. TIK:

Mahasiswa/i semester 5 Program Studi Ilmu Komunikasi akan dapat menjelaskan apa pengertian poster, jenis-jenis poster, dan poster apa saja poster yang ada di abad modern ini dimanfaatkan oleh para produser di dunia hiburan dan ekonomi dengan tingkat keberhasilan sebesar 90%.

III. PENDAHULUAN

Poster adalah salah satu jenis dari desain grafis, dimana berdasarkan prinsipnya terdapat dua jenis yaitu poster teks dan poster bergambar. Sementara itu poster jika dilihat dari perkembangannya juga mempunyai ciri khas khusus dari tahun ke tahun. Bab ini berusaha menguraikan secara sederhana mengenai poster dan bagaimana peran penting poster dalam dunia hiburan, ekonomi dsb.

IV. PENYAJIAN

IV.1. Pengertian Poster

Poster adalah gambar pada selembar kertas berukuran besar yang digantung atau ditempel di dinding atau permukaan lain. Poster merupakan alat untuk mengiklankan sesuatu, sebagai alat propaganda, dan protes, serta maksud-maksud lain untuk menyampaikan berbagai pesan. Selain itu, poster juga dipergunakan secara perorangan sebagai sarana dekorasi yang murah meriah terutama bagi anak muda. Poster

dari sisi desain grafis lebih tepat dipahami sebagai salah satu seni grafis yang memiliki gaya, aliran, maupun trend tersendiri dari suatu zaman. Karena poster dibuat untuk menyampaikan pesan atau informasi, maka poster menjadi elemen dalam Desain Komunikasi Visual.

IV.2. Jenis Poster

Para pengamat seni grafis mengelompokkan jenis poster menjadi sebagai berikut:

1. Poster Teks : Merupakan jenis poster yang paling tua, mengutamakan teks sebagai informasi, terkadang ada sedikit gambar namun tidak dominan. Ex: Poster penobatan Raja Edward III
2. Poster Bergambar : Poster yang seminimal mungkin menggunakan tulisan dan lebih kepada penggunaan gambar.

IV.3. Poster di Abad Modern

Poster Propaganda

Poster yang menggiring warga negara agar ikut berperang pada era perang dunia. Poster begitu identik dengan hal-hal militer dan nasionalisme



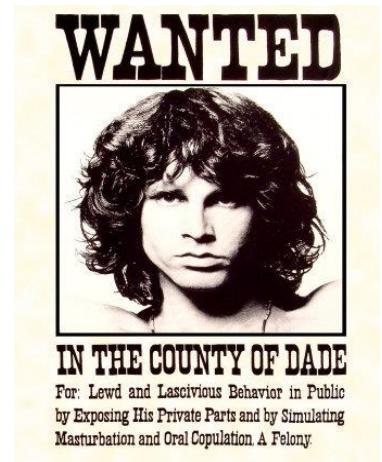
Poster Kampanye

Poster yang digunakan sebagai alat untuk mencari simpati dari pemilih pada pemilihan umum



Poster Wanted

Identik pada era Wild West yang digunakan untuk membuat sayembara untuk menemukan penjahat yang sedang dicari negara



Poster Cheesecake

Poster yang identik dengan jenis konsumsi anak muda, berisi foto-foto bintang yang sedang digandrungi remaja dan kaum muda.



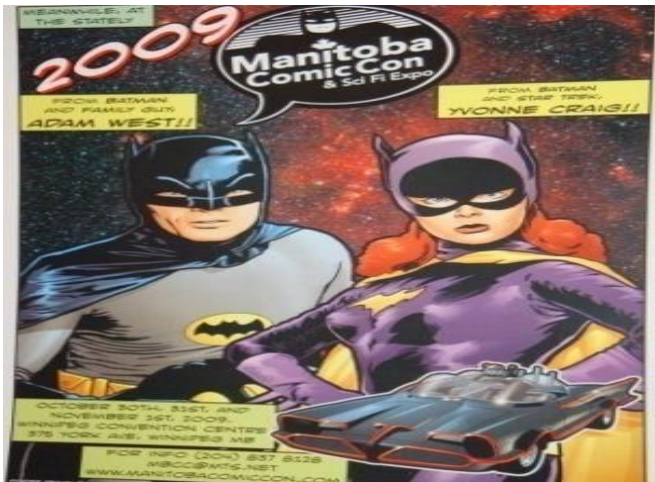
Poster Film

digunakan untuk menarik calon viewers agar mengetahui, menyukai, dan menyaksikan film yang dibuat.



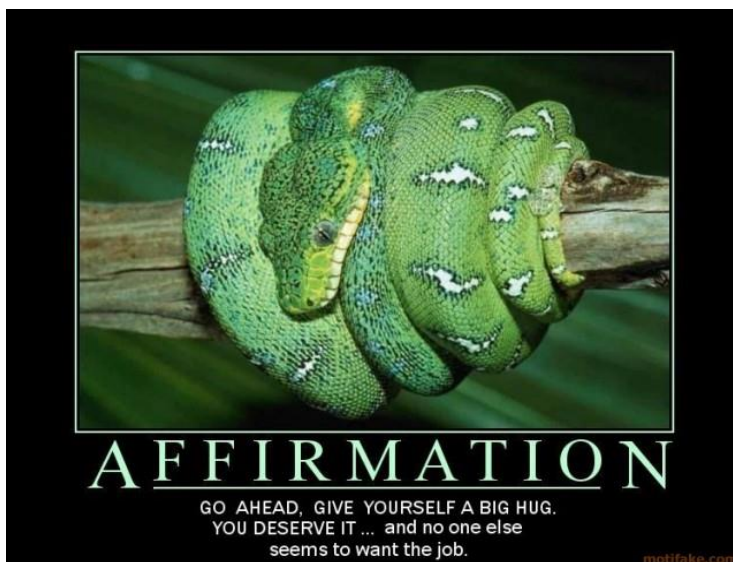
Poster Buku Komik

Poster yang berhubungan dengan dunia komik



Poster Affirmation

Poster yang bercirikan dengan warna hitam atau gambar alam latar sebagai latar belakangnya serta di atasnya berisi teks/kata-kata motivasi dari seorang pemimpin.



Poster Riset dan Kegiatan Ilmiah

Poster ini merupakan jenis poster yang sering digunakan di kalangan akademisi untuk mempromosikan kegiatan ilmiah yang hendak dilakukan.



Poster di dalam kelas

Poster yang jenisnya guna memotivasi agar bersikap baik, taat peraturan sekolah, dsb.

Poster Karya Seni

Poster yang merupakan hasil dari karya-karya seni dari berba



Poster Pelayanan Masyarakat

Merupakan jenis poster yang tidak bersifat tidak diperdagangkan



Poster Komersial

Suatu jenis poster iklan yang dapat dijumpai dimana saja.



V. PENUTUP

Sebagai bagian desain grafis, poster memiliki variasi yang begitu banyak, desainer grafis saat ini dapat mendesain variasi poster apapun guna keperluan dan tujuannya tertentu. Setiap varian poster memiliki maksud dan filosofisnya sendiri sehingga tidak ada poster yang lebih baik atau buruk dan varian poster lainnya.

VI. LATIHAN SOAL

1. Jelaskan apakah perbedaan antara poster dan ilustrasi!
2. Menurut Anda, jenis poster apakah yang saat ini paling berkembang? jelaskan !
3. Buatlah sebuah desain poster (bisa menggunakan manual atau Computer Graphics)

BAB IX

DESAIN GRAFIS 5: MEMBUAT KOMIK (SASTRA GAMBAR)

I. TIU:

Mahasiswa/i semester 5 Program Studi Ilmu Komunikasi akan dapat memahami tentang Komik sebagai salah satu tipe dari hasil karya desain grafis setelah mahasiswa diberikan materi mengenai definisi komik, sejarah, hingga perkembangannya saat ini dimana komik menjadi media penyampaian cerita fiksi anak-anak yang populer baik dalam bentuk buku maupun versi digitalnya.

II. TIK:

Mahasiswa/i semester 5 Program Studi Ilmu Komunikasi akan dapat menjelaskan apa definisi definisi komik baik definisi secara global maupun khusus karena setiap negara mempunyai ciri khas komik tersendiri utamanya Perancis dengan Asterix & Obelixnya, Amerika dengan Lucky Luke nya, dan Jepang dengan Manganya serta mampu memetakan komik secara historis terutama dari konteks perkembangan komik di Indonesia dengan tingkat keberhasilan 90%.

III. PENDAHULUAN

Komik menjadi salah satu karya seni yang kini diminati terutama oleh kaum muda. Ada penjelasan utuh secara global mengenai komik, namun dua macam komik yang terkenal secara historis ialah komik asal Perancis yaitu Asterix dan Obelix, Lucky Luke di Amerika Serikat, dan Manga di Jepang. Eksistensi distribusi komik di Indonesia dewasa ini terus berkembang seiring dengan karya komik asal dalam negeri yang mengalami dinamika karena pernah begitu tenggelam dan memulai kebangkitannya.

IV. PENYAJIAN

IV.1. Pengertian Komik

Komik Komik adalah rangkaian gambar yang disusun untuk menggambarkan suatu cerita. Oleh karena itu, dalam Bahasa Indonesia, komik disebut cerita bergambar. Selain gambar sebagian dari komik juga

dilengkapi dengan teks yang ditampilkan sebagai dialog maupun sekedar keterangan gambar (*caption*). Pada umumnya, sebuah komik menampilkan peranan seorang tokoh atau karakter. Komik dalam perkembangannya dapat dipahami secara global maupun tematik atau khusus. Secara Global, Komik dapat dipahami secara ringkas sebagai berikut:

Aspek	Uraian
Fungsi	Sebagai media penyampai pesan yang efektif (meski ada biasanya)
Keunggulan	<ul style="list-style-type: none"> - Pesan yang disampaikan menjadi lebih jelas karena kekuatan gambar yang lebih mudah dimenegrti dari pada tulisan - Dapat dimanfaatkan untuk iklan imajinatif - Sebagai elemen keperluan lain yang lebih cair misalkan undangan yang unik - Banyak menciptakan <i>trade mark</i> seperti super hero yang mengakar di masyarakat tertentu
Sifat	Lucu, imajinatif, dinamis (human interest)
Pendukung	Ilustrasi, kartun, animasi
Pengembangan	Dapat menjadi cikal bakal film Animasi
Variasi	Komik Strip (di muat di koran), Komik Buku (Komik utuh)
Gaya Tematik/Corak	Karikatural (Eropa), Natural (Luar Eropa)

Sementara secara khusus, komik dapat dipahami dengan mengaitkan dua negara yang mempunyai unsur historis yang melekat tentang komik yaitu Asterix dan Obelix asal Perancis Lucky Luke asal Amerika Serikat, dan Manga asal Jepang.

IV.2. Diversifikasi Perkembangan Komik

IV.2.1. Komik Perancis : Asterix dan Obelix

Hasrat orang Perancis yang selalu ingin bebas bahkan cenderung melecehkan ketertiban dapat dipahami melalui komik petualangan Asterix. Kisah Asterix menggambarkan sebuah desa mungil yang membanggakan perlawanan tak berkesudahan dalam kekuasaan imperium Romawi di tangan Julius Caesar, kira-kira 50 SM. Dalam kisah Asterix dan Cleopatra ada sebuah adegan saat Asterix sedang berpamitan pada sang ratu yang luar biasa cantiknya setelah berhasil membangun istana demi memenuhi ambisi sang ratu agar tampil lebih hebat dari bangsa Romawi yang telah menaklukkan Mesir. Adegan tersebut merupakan perpaduan antara sejarah dan fantasi.

IV.2.2. Komik Amerika : Lucky Luke

Komik ini ialah komik ciptaan Goscinie yang mempermainkan sejarah Amerika dengan sengaja. Dalam komik tersebut, memasukkan ilmu pengetahuan umum yang harus diketahui oleh orang yang ingin dianggap gaul dan tidak ketinggalan jaman. Seharusnya menurut beberapa seniman komik, membuat komik bukanlah pekerjaan iseng. Komik harus berdasarkan logika yang baik dalam alur ceritanya maupun dalam penokohan serta lokasi kejadiannya.

IV.2.3. Komik Jepang: Manga

Dalam bahasa Jepang, komik adalah Manga yang mulai populer pada tahun 1950. Dengan gayanya yang khas, komik itu berhasil diekspor ke luar negeri dan diterima oleh masyarakat penggemar komik di seluruh dunia. Di akhir dasawarsa 90-an, Manga telah mengalahkan seluruh dominasi komik Amerika dan Eropa. Hal tersebut karena komikus Jepang memiliki kemampuan menggambar tokoh-tokoh yang berfigur unik serta jalan ceritanya khas seperti pendongeng Amerika.

IV.3. Komik Indonesia : Sejarah Perkembangan Komik

Periodisasi	Uraian
1930	Awal kemunculan komik versi asli, hanya dicetak oleh surat kabar Melayu-Cina yaitu "Shinpo"

1930-1950	Komik yang ada masih berupa komik strip
1952	Untuk pertama kalinya komik muncul dalam bentuk buku misalnya komik berjudul “Kisah Pendudukan Jogja”
1955	Komik dianggap tidak mendidik dan dilakukan pembakaran, dilakukan razia dimana-mana karena dianggap mengadopsi budaya barat.
1960	Komik-komik buatan medan mulai populer di pasaran karena mengambil setting Melayu
1965	Tahun yang penuh goncangan, mulai dipopulerkan kisah remaja yang ditulis dalam bentuk komik
1967	-Komik kembali di razia oleh polisi karena sebagian besar kisah remaja di dominasi oleh masalah percintaan -tak beberapa lama muncullah komik silat Indonesia
1970	Masa kejayaan komik lokal Indonesia kembali yaitu Godam dan Gundalam Putra Petir
1990-sekarang	Indonesia mulai di banjiri oleh komik-komik Jepang

Meski banyak komik asing yang masuk ke Indonesia, namun bukan berarti tidak ada komik Indonesia yang bagus. Komik buatan Dwi Koen, Sawung Kampret, yang pernah dimuat di majalah Humor diterbitkan dalam versi buku yang lebih bagus. Sawung Kampret mengisahkan jalinan persahabatan antara penduduk pribumi dan orang Belanda yang menjajah waktu itu mengandung gagasan yang sungguh cerdas. Tokoh lain yang mencerahkan pada periode itu adalah komikus senior Gerdi WK dari Bandung. Komiknya yang berjudul Gina mencoba menembus pasar komik impor dengan tokohnya yang lebih masa kini serta dapat diterima oleh pembaca muda.

Kebangkitan komik Indonesia secara periodik dapat dibagi kedalam beberapa macam yaitu komik underground dan komik Indonesia ala tahun 2000-an. Pada tataran komik underground, saat dalam kondisi vakum akhirnya munculla komikus generasi muda yang

menerbitkan sejumlah bentuk komik dengan jalan underground (bawah tanah/gerilya). Hasil perjuangan mereka untuk memunculkan komik asli buatan Indonesia bisa dikatakan cukup mampu bersaing dengan komik buatan luar negeri meskipun cara produksi yang dilakukan masih bersifat sangat konvensional.

Sementara komik ala Indonesia tahun 2000-an telah mengalami perubahan bentuk. Komikus Indonesia tidak lagi menciptakan komik sebagai karya utuh seperti dua/tiga dasawarsa yang lalu, tetapi mereka cukup rela menjual jasa untuk menggambar komik maupun karakter film animasi luar negeri. Para komikus muda itu memajang karya mereka melalui situs internet dimana para peminat jasa mereka dapat menghubungi serta bernegosiasi melalui email.

V. PENUTUP

Seorang calon desainer grafis perlu memiliki wawasan tentang komik yang ditinjau secara historis, serta berpengaruh dalam masyarakat, baik secara lokal maupun global. Jatuh bangunnya komik lokal menantang para komikus baru untuk membangkitkan kembali masa keemasan komik Indonesia. Kemampuan komikus tidak hanya berhenti dengan membuat komik untuk diterbitkan dalam bentuk buku, tetapi tersedia juga berbagai alternatif lain. Artinya, komik merupakan salah satu bagian dari seni menggambar yang mampu menuangkan pesan dalam bentuk gambar. Sehingga komik memberi sebuah celah bagi kita untuk masuk ke dunia Desain Komunikasi Visual.

VI. LATIHAN SOAL

1. Jelaskan bagaimana hubungan antara masuknya komik asing ke Indonesia dengan kejayaan komik lokal !
2. Faktor apa saja yang membuat komik lokal Indonesia kurang mampu bersaing dengan komik produk luar negeri saat ini !
3. Carilah sebuah contoh komik skrip di koran atau majalah dan jelaskan apakah maksud dari komik tersebut !

BAB X

MENYUSUN LAYOUT

I. TIU:

Mahasiswa/i semester 5 Program Studi Ilmu Komunikasi akan dapat memahami tentang Layout atau tata letak pada halaman cetak sebagai salah satu kemampuan untuk mendukung proses pembuatan Desain Komunikasi Visual (DKV) setelah mahasiswa diberikan pembelajaran mengenai prinsip layout dan elemen-elemennya.

II. TIK:

Mahasiswa/i semester 5 Program Studi Ilmu Komunikasi akan dapat menjelaskan apa definisi layout, konsep desain layout, prinsip layout yang baik serta elemen-elemen suatu halaman dengan tingkat keberhasilan 90%.

III. PENDAHULUAN

Menata layout halaman cetak adalah satu bagian dari kegiatan desain grafis. Oleh karena itu, prinsip desain tidak ada bedanya dengan apa telah dipelajari pada konsep Nirwana maupun desain grafis. Bidang halaman yang akan di tata tidak ubahnya kanvas yang harus diisi dengan elemen-elemen grafis pengisi halaman itu.

IV. PENYAJIAN

IV.1. Pengertian Layout

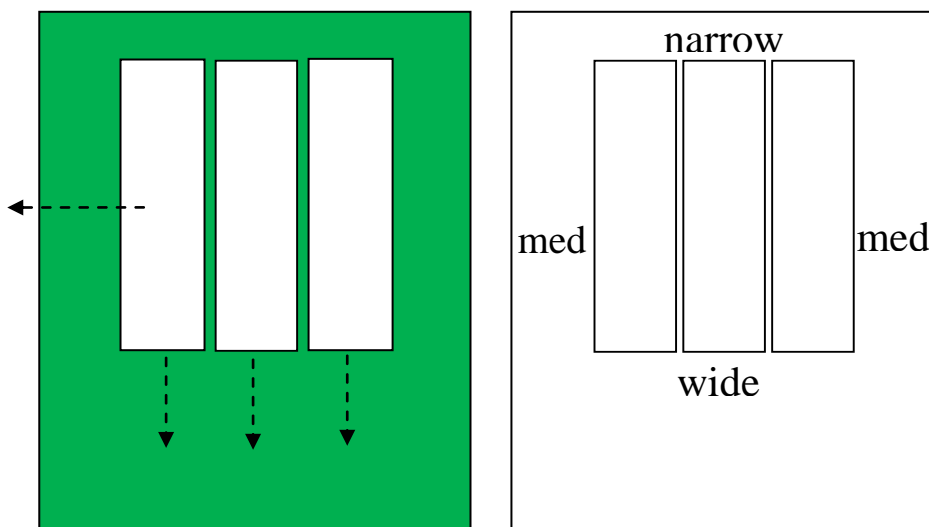
Istilah layout di era komputer adalah *desktop publishing* (disingkat DTP). Pekerjaan itu menggabungkan unsur personel komputer dengan program *page layout* untuk menghasilkan karya publikasi, baik untuk diedarkan dalam skala kecil maupun skala besar. Desainer yang merancang layout halaman menggabungkan unsur teks, gambar, foto, maupun unsur visual lainnya. Hingga saat ini, nama-nama program page layout yang terkenal adalah Corel Ventura, Aldus PageMaker, QuarkXpress, Adobe InDesign, Microsoft Publisher dan Apple Pages.

Tantangan yang paling menarik dari desain grafis maupun tata desain layout adalah ketiadaan aturan atau hukum yang universal. Artinya, kita bisa memakai sarana dan teknik dalam suatu karya secara efektif dan berhasil, tetapi belum tentu sarana dan teknik tersebut efektif dan cocok untuk karya yang lain.

IV.2. Ciri-ciri Desain Layout yang Efektif

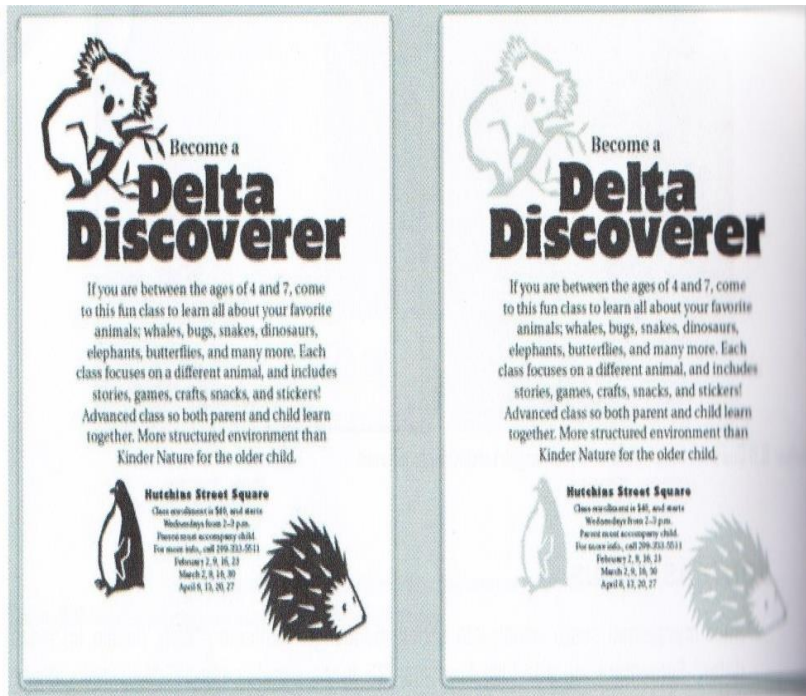
Berdasarkan para ahli seni grafis, setidaknya ada lima prinsip layout yang efektif yaitu Proporsi, Keseimbangan, Kontras, Irama, dan Kesatuan.

- Proporsi: Kesesuaian antara ukuran halaman dengan isinya. Dalam dunia tata layout, dikenal ukuran kertas atau bidang kerja yang paling populer yaitu yang dikenal dengan ukuran Letter, 8.5" x 11". Letter dijadikan standar ukuran siap pakai (default) di hampir semua program aplikasi untuk mengolah kata maupun gambar.
- Keseimbangan : Merupakan suatu pengaturan agar penempatan elemen dalam suatu halaman memiliki efek seimbang. Terdapat dua macam keseimbangan yaitu keseimbangan formal atau simetris dan keseimbangan atau tidak simetris. Seimbang ukan berarti sama besar tetapi memiliki tampilan yang sama bobotnya. Berikut contoh keseimbangan tersebut.



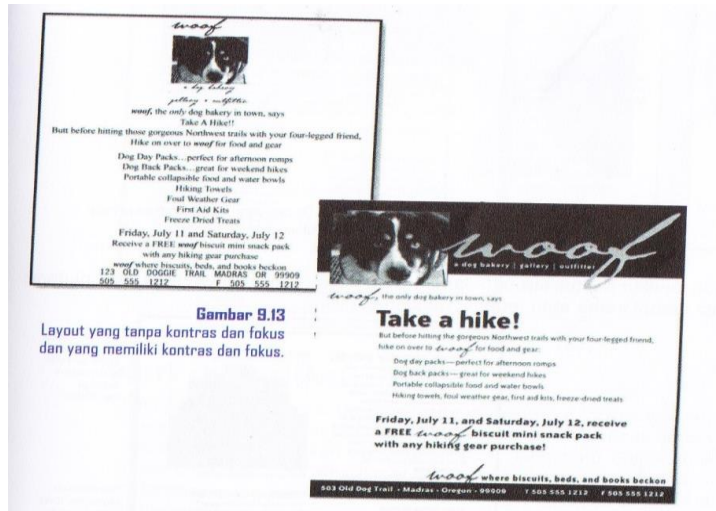
Gambar 9.1. pembagian bidang secara simetris

- Kontras/Fokus: Merupakan Suatu hal yang diperlukan agar diperoleh fokus yang ingin ditonjolkan . Masing-masing elemen di halaman kita harus ada yang dominan. Kita dapat menonjolkan headline, ilustrasi, atau foto. Contoh desain berikut dapat menjadi salah satu contoh prinsip Kontras dalam desain layout.



Gambar 9.2. cara praktis menimbulkan kontras dengan mengatur agar tidak semua elemen pengisi halaman sma kuat dan sama menonjolnya.

- Irama/Rhythym: sebenarnya bermakna repetisi alias pola perulangan yang menimbulkan irama yang enak untuk diikuti. Penggunaan pola ataupun motif yang diulang dengan irama tertentu merupakan salah satu prinsip penyusunan layout. Agar didapatkan irama, maka kita harus membuat beberapa elemen tetap yang diulang-ulangkan polanya.



Gambar 9.13
Layout yang tanpa kontras dan fokus
dan yang memiliki kontras dan fokus.

Gambar 9.3. layot yang tanpa kontras dan fokus dan yang memiliki kontras dan fokus.

- Kesatuan : ialah hubungan antara elemen-elemen desain yang semula berdiri sendiri-sendiri serta memiliki ciri sendiri-sendiri yang disatukan menjadi sesuatu yang baru dan memiliki fungsi baru yang utuh. Ada beberapa cara yang dapat dilakukan mislanya mendekatkan elemen-elemen sehingga berdampingan atau bersinggungan . Selain itu dapat pula ditambahkan warna atau alat-alat bantu seperti garis border atau ornamen. Contoh berikut dapat menjadi inspirasi tentang desain layout yang berprinsip kesatuan.



Jamhar 9.16 Layout halaman berbentuk pola huruf L dan T

Gambar 9. 4. Layout halaman berbentuk pola L dan T

IV.3. Elemen-elemen dalam satu halaman layout

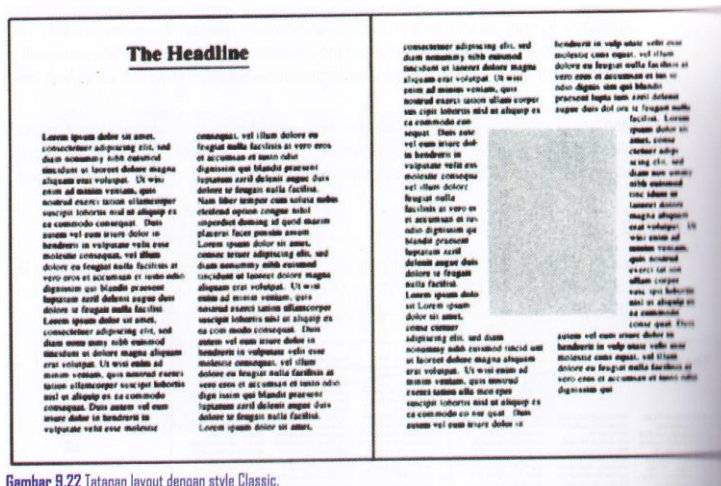
Dasar bangunan bidang-bidang atau blok dalam suatu halaman cetak secara umum dapat dibagi menjadi empat elemen yaitu headlines, teks, gambar, dan yang tidak kalah pentingnya yaitu bidang kosong (bidang yang tidak berisi tiga elemen yang lain). Walaupun warna adalah unsur yang sangat penting, tetapi warna tidak termasuk elemen dasar. Pengaturan keempat elemen tersebut dapat mengekspresikan berbagai style seseuai sasaran publik yang akan menerima. Dengan memainkan keempat elemen dasar tersebut, Graham davis, menunjukkan sembilan macam kemungkinan tampilan layout halaman sebagai berikut:

1. Style Conventional : Menampilkan kesan padat dengan pilihan teks yang berat, headlines diletakkan di atas kiri, sedangkan gambar diletakkan di bawah. Style tersebut terkesan sederhana dan formal.



Gambar 9.5. contoh tatanan layout dengan style conventional

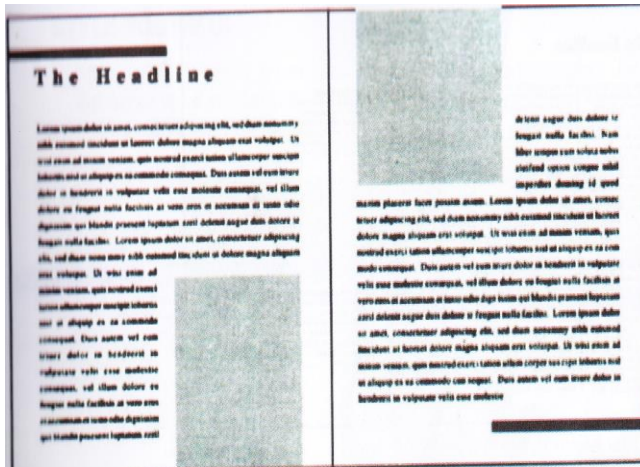
2. Style Classic : Memberi kesan yang sederhana dimana teks dibagi menjadi dua kolom di setiap halaman. Headlines diletakkan ditengah atas dan gambar/foto diletakkan di tengah halaman, diantara dua kolom teks.



Gambar 9.22 Tatanan layout dengan style Classic.

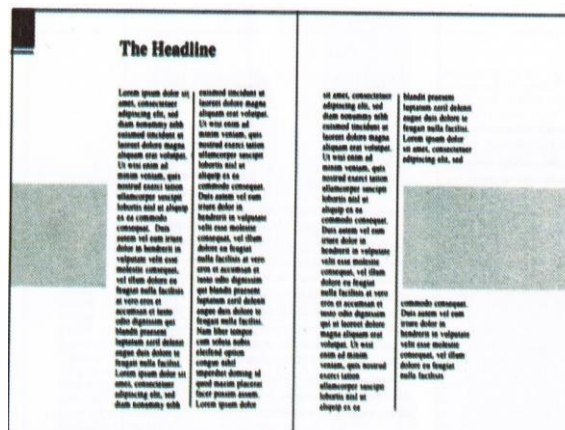
Gambar 9.6. Tatanan layout dengan style classic

3. Style Modern : Menggunakan susuna teks melebar , dimana cukup ada satu kolom pada satu halaman. Oleh karena itu digunakan leading (jarak antar baris) yang lebih lebar. Demikian juga jarak antar karakter yang dilonggarkan untuk memudahkan pembacaan.



Gambar 9.7. layout dengan style modern

4. Style Technical : Bentuk layout : Bentuk layout yang menampakkan gaya teknis dengan blok-blok berbentuk siku dengan garis diantara kolom. Digunakan banyak bidang kosong untuk memberikan kesan yang bersih dan kuat. Bidang-bidang berisi teks maupun gambar diletakkan secara simetri.
5. Style Aggressive : Headlines dan teks berukuran besar dan bergaris bawah serta menggunakan jarak antar baris yang lebih lebar. Bidang-bidang berwarna abu-abu tersebut diisi gambar /foto yang tampil secara eksklusif dan berperan sebagai ilustrasi atau sekedar dekorasi ruangan.



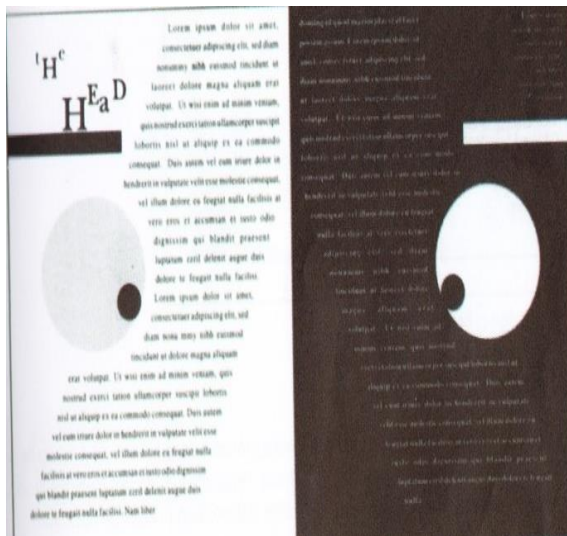
Gambar 9.8. layout dengan style aggressive

6. **Style Juvenile** : adalah istilah buku untuk anak-anak (walaupun style tersebut tidak dimaksudkan untuk anak-anak). Layout dibuat dengan kesan meriah dengan memasang gambar secara tersebar. Diantara kolom diberi garis pemisah dengan warna yang lemah. Headlines dan subhead disusun menggunakan huruf kapital lebih besar untuk menarik perhatian.



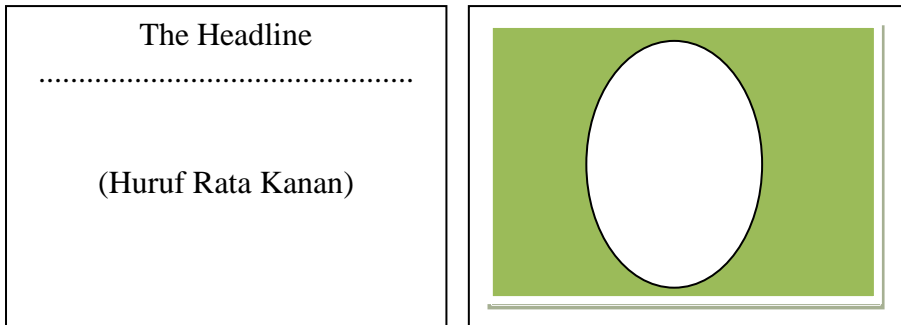
Gambar 9.7. layout dengan style juvenile

7. **Style Youthful** : Mempunyai kesan lucu, main-main, serta menyenangkan.



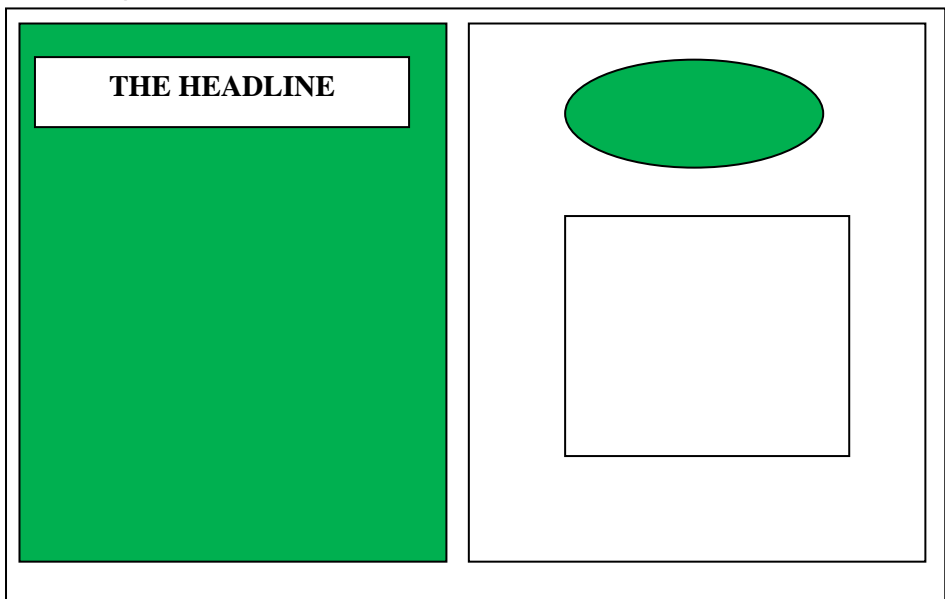
Gambar 9.8. layout dengan style youthfull

8. **Style Natural** : Memiliki susunan yang elegan menggunakan teks berekspresi lebar. Jarak antara headlines dengan bodyteks dibuat cukup jauh. Bidang gambar ditampilkan dalam bentuk oval.



Gambar 9.9. layout dengan style natural

9. **Style Prestigious**: Hal yang jelas menonjol pada style ini adalah penggunaan bidang kosong yang cukup luas untuk menciptakan keluwesan (gracefull) dan fokus. Penggunaan Drop Cap memberi kesan awal anggun pada halaman. Pemasangan Headline ditempatkan di halaman tersendiri.



Gambar 9.10. layout dengan style prestigious alias bergengsi.

V. PENUTUP

BAB ini begitu penting karena dapat memberi gambaran mengenai fungsi tata layout halaman dalam desain grafis serta memiliki wawasan mengenai beberapa prinsip penataan layout halaman cetak. Untuk menguasai cara melakukan penataan layout secara teknis, kita masih harus belajar dari sumber-sumber lain mengenai tata layout halaman baik dalam konsep maupun teknik penggunaan softwerenya.

VI. LATIHAN SOAL

1. Carilah sebuah contoh layout dari hasil seni (majalah, koran, tabloid, dsb), analisislah berdasarkan prinsip-prinsip layout yang efektif !
2. Jelaskan apa pentingnya desain layout dalam Desain Grafis !
3. Dari sembilan style layout, manakah yang paling efektif menurut Anda ? Jelaskan !

BAB XI

MENYAMPAIKAN PESAN MELALUI IKLAN

I. TIU:

Mahasiswa/i semester 5 Program Studi Ilmu Komunikasi akan dapat memahami tentang iklan sebagai sebuah metode promosi yang disusun atas karya-karya Desain Komunikasi Visual di dalamnya setelah mahasiswa diberi pembelajaran secara teoritis mengenai iklan dan macam-macamnya.

II. TIK:

Mahasiswa/i semester 5 Program Studi Ilmu Komunikasi akan dapat menjelaskan apa definisi iklan, biro iklan, menyusun layout iklan, unsur-unsur visual iklan serta bahan-bahan promosi iklan setelah mahasiswa diberikan pembelajaran mengenai iklan beserta contoh-contohnya dengan tingkat keberhasilan sebesar 90%.

III. PENDAHULUAN

Bab ini mengajak Anda untuk membuka wawasan secara luas mengenai iklan. Tidaklah cukup mengenai iklan hanya secara teknis yakni apa dan bagaimana iklan itu. Seorang desainer grafis yang berminat dalam bidang Desain Komunikasi Visual (DKV), maka kita dituntut untuk memahami secara teknik menyiapkan sebuah *artwork* sebagai materi iklan.

IV. PENYAJIAN

IV.1. Pengertian Iklan

Iklan atau dalam Bahasa Inggris adalah *advertising* yaitu suatu bentuk komunikasi massa komersial yang dirancang untuk mempromosikan pemasaran suatu produk atau jasa, maupun pesan dari suatu lembaga, organisasi, bahkan bisa juga pesan dari seorang kandidat dalam suatu kampanye politik. Definisi atau pengertian iklan menurut KBBI adalah “berita atau pesan untuk mendorong, membujuk khalayak ramai agar tertarik pada barang dan jasa yang ditawarkan.”

Dari definisi diatas, terdapat beberapa komponen utama dalam sebuah iklan yakni “mendorong dan membujuk”. Dengan kata lain, sebuah iklan harus memiliki sifat persuasi. Komponen lain dari sebuah iklan adalah adanya barang atau jasa yang ditawarkan. Di era sekarang ini, pengertian iklan menjadi diperluas lagi bukan hanya barang dan jasa yang ditawarkan, namun juga kondisi tertentu.

IV.2. Menampilkan pesan dalam iklan

Secara umum, cara kita menyampaikan pesan dalam iklan dapat berupa:

1. *Emotional versus Rational appeals*

Kedua model tampilan seperti ini memiliki perbedaan pada cara penekanan yang dilakukan dalam beriklan. *Emotional appeals* biasanya digunakan pada sebuah industri dimana brand yang satu dengan brand yang lainnya tidak terdapat banyak perbedaan, atau pada sebuah industri yang telah mencapai tahap *mature*, dan perusahaan ingin membedakan produknya dengan yang ada di pasar dengan cara “merayu konsumen” melalui iklan dengan *emotional appeals*. Iklan seperti ini berusaha mendapatkan hati dari target audience, dalam artian berusaha menciptakan sebuah ikatan emosi antara target *audience* dengan *brand* tersebut. Contohnya: slogan “karena anda begitu berharga” dari l’oreal

Model kedua adalah *rational appeals*, iklan dengan menampilkan janji-janji yang berusaha meyakinkan target *audience* dengan memberikan klaim-klaim yang akan didapatkan apabila menggunakan produk dari brand tersebut. Pada industri kecantikan, kita dapat melihat tampilan iklan seperti ini pada iklan-iklan yang memberikan janji-janji seperti 60% lebih sehat, 85% lebih bersinar, atau 60% mengurangi kerontokan. Contohnya: 3 menit versi Pantene

2. *Sex Appeals*

Maksud dari cara beriklan seperti ini biasanya adalah untuk menarik perhatian (*attention*) dari target *audience* dengan memainkan imajinasi dari target *audience* terhadap hal-hal yang berhubungan dengan sex. Cara menampilkan iklan seperti ini agak jarang kita jumpai di Indonesia. Biasanya cara seperti ini dilakukan dengan adegan-adegan

yang mempunyai makna ganda, tidak secara terang-terangan mengumbar aurat untuk memancing hawa nafsu si target audience tersebut. Pada sebuah survey ditemukan bahwa kaum perempuan lebih merespon negatif terhadap iklan yang menampilkan perempuan secara seksi yang berlebihan, sementara kaum pria umumnya lebih merespon secara positif terhadap iklan tersebut.

Walaupun pada kenyataannya iklan yang menggunakan cara ini berhasil menarik perhatian (*attention*) dari target audience-nya, didalam suatu penelitian ditemukan bahwa 61% responden merespon negatif terhadap iklan-iklan seperti ini, dan membuat mereka untuk tidak membeli produk tersebut. Namun, iklan tersebut akan menjadi efektif apabila menyangkut produk-produk yang terkait dengan sex, seperti kondom, atau lingerie dengan syarat iklan tersebut tidak terlalu jelas-jelas vulgar. Survey yang digunakan diatas adalah survey di luar negeri, dan terkait dengan bidang fashion. Hasil yang berbeda mungkin didapatkan di Indonesia yang memiliki kultur yang berbeda pula. Contoh iklan ini: iklan axe effect.

3. *Humorous appeals*

Penggunaan cara-cara humor pada iklan sering kita temui baik pada media televisi, radio, atau media lainnya. Penggunaan cara humor ini membutuhkan kreatifitas dan kejelian dalam melihat apa yang menurut target *audience* adalah suatu hal yang lucu. Biasanya iklan seperti ini kemudian berusaha membuat target *audience* nya untuk berfikir dan bertanya “mengapa saya tidak setuju dengan pesan yang disampaikan?”, dan ternyata hal inilah yang meningkatkan proses penerimaan terhadap pesan yang berusaha disampaikan.

Untuk menjadi iklan yang efektif, hal yang harus diperhatikan adalah jangan sampai materi humor yang disajikan itu justru mengaburkan pesan yang ingin disampaikan. Hal ini menjadi suatu hal yang sia-sia karena tujuan perusahaan beriklan adalah untuk menyampaikan pesan kepada target *audience* nya. Iklan dengan cara ini biasanya jarang digunakan oleh institusi keuangan atau sebuah bank. Hal ini adalah suatu kewajaran menurut saya, karena sangat terkait dengan image dari suatu produk/brand tersebut. Suatu institusi keuangan pastinya beriklan untuk menimbulkan rasa percaya kepada calon nasabahnya, menimbulkan kesan kredibilitas dari bank tersebut, dan tentu saja tidak mau mempunyai anggapan sebagai “bank yang

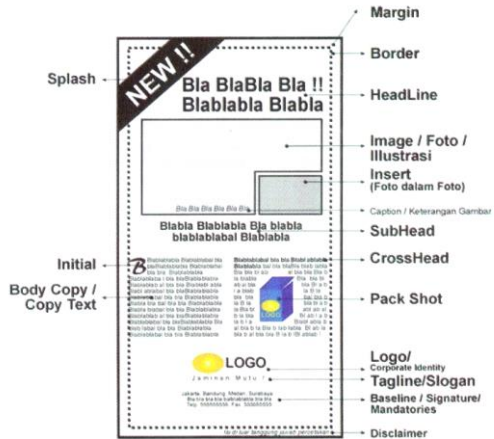
lucu”. Contoh iklan ini sangat beragam, salah satunya adalah iklan Yamaha versi Valentino Rossi.

4. *Fear Appeals*

Iklan dengan cara ini berusaha menampilkan efek-efek negatif yang dapat terjadi kecuali konsumen mau merubah perilakunya. Iklan ini akan efektif bila memberitahukan suatu akibat dengan cara yang masuk akal menurut target audience, dan memberikan suatu solusi terhadap efek-efek yang diperlihatkan tersebut. Iklan ini kemudian juga harus memperhatikan unsur kredibilitas dari si endorser. Apabila iklan tersebut disampaikan oleh seorang yang kompeten, maka kemungkinan iklan itu akan diterima menjadi lebih besar. Contoh dari iklan ini adalah iklan layanan masyarakat tentang bahaya HIV/AIDS

IV.3. Substansi Iklan

ASPEK	URAIAN
Penyalur Iklan	Advertising Agencies : Bagian riset, Media Buying, Bagian Kreatif, Bagian Produksi
Bentuk Penyampaian Iklan	Maskot sebagai daya tarik Human Interest (model sebagai daya tarik) Tokoh/idola/Bintang Film/Selebriti Anak Kecil Orang Tak Dikenal Cara lain: kartun, pelawak, plesetan, imajinasi
Layout Iklan	Axial, Group, Band, Path, T, Z, S, U, Grid/Sistem Kolom, Checknoard/Papan Catur
Diversifikasi Layout Iklan	Iklan Cetak: Mondrian Layout, Multipanel Layout, Picture Window Layout , Copy Heavy Layout, Frame Layout, Silhouette Layout, Type Specimen Layout, Sircus Layout, Jumble Layout, Grid Layout, Bleed Layout, Vertical Panel Layout, Alphabet inspired Layout, Angular Layout, Informal Blance Layout, Brace Layout, Two Mortises Layout, Quadran Layout, Comic Strips Layout, Rebus Layout
Unsur-Unsur	Splash, Headline, Body Copy, Cross Head,

Visual Iklan	Caption, Mnadatories, Disclaimer, dan Border.
 <p>The diagram illustrates the components of an advertisement layout. It shows a rectangular frame with various text and graphical elements. Labels on the left side include 'Splash' pointing to a 'NEW !!' banner, 'Initial' pointing to a large letter 'B', and 'Body Copy / Copy Text' pointing to the main text block. Labels on the right side include 'Margin', 'Border', 'HeadLine', 'Image / Foto / Ilustrasi', 'Insert (Foto dalam Foto)', 'Caption / Keterangan Gambar', 'SubHead', 'CrossHead', 'Pack Shot', 'Logo/ Corporate Identity', 'Tagline/Slogan', 'Baseline / Signature/ Mandatories', and 'Disclaimer'. The layout also includes a 'Logo' at the bottom center and a 'Pack Shot' of a product.</p>	
Gambar 10.1. unsur-unsur visual dalam iklan	
Bahan-bahan promosi iklan	Selebaran (Leaflet), Folder, Brosur (Booklet), Katalog, Kartu Pos, Stationary Set, Sisipan (Stufler,), Hanging Mobile, Wobler, Self Talker, Flag Chain, Poster, Sticker, Kotak Dispenser, Model, Marchendise/Souvenir.

V. PENUTUP

Iklan menjadi sarana utama dalam melakukan promosi, cara menyampaikan pesan dalam iklan beserta desain grafis yang disusun dapat menentukan apakah iklan tersebut efektif atau tidak. Ada empat opsi cara menyampaikan pesan dalam iklan dan produsen tinggal memilih cara tersebut sesuai dengan tujuan bisnis/instansnya.

VI. LATIHAN SOAL

1. Identifikasilah iklan-iklan yang ada pada media televisi dan beri contoh masing-masing lima buah iklan sesuai empat cara menyampaikan pesan dalam iklan.!
2. Carilah sebuah kemasan produk dan analisislah dengan unsur-unsur visual iklan !

DAFTAR PUSTAKA

- Anonimous. 2006. Panduan Lengkap Memakai Adobe Creative Suite 2. Jakarta. Elex Media Komputindo.
- Carter , E. David. 2002. The Big Book of Logos 3. USA. Harpers Collins Internasional.
- Kusrianto, Adi. 2009. Pengantar Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta: C.V.Andi Offset
- Safanayong, Yongky. Desain Komunikasi Visual Terpadu. Jakarta : Arte Intermedia
- Sihombing, Danton. 2001. Tipografi Dalam Desain Grafis. Gramedia Pustaka Utama.



UTMPress
UNIVERSITAS TRUNOJOYO MADURA

ISBN 978-602-79982-5-4



9 786027 998254