

BAB IV

PRINSIP SEMIOTIK UNTUK DESAIN GRAFIS

I. TIU:

Mahasiswa/i semester 5 Program akan dapat menjelaskan makna suatu karya desain grafis melalui prinsipsemiotika 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 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 banayak 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 gagasanyang lebih kompleks dari suatu konsep yang lain. Misalnya, tulisan Heiroglyph 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 kesalah-tafsiran.
 - Sifat langsung, konkret dan jelas, tersurat.
- Konotatif
 - Memiliki makna struktural
 - Memiliki makna tambahan di samping makna

sebenarnya

- o 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 di atas 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 menunya 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 disebarakan melalui komunikasi sehingga simbolsimbol 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 didaerah 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 menginggung 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 Biskuat)

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.

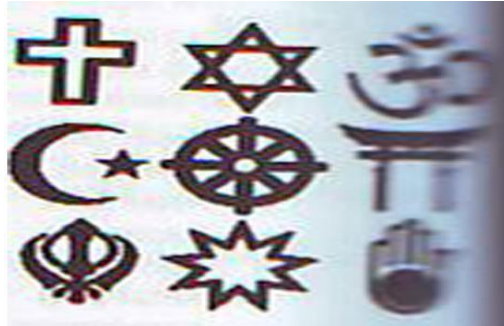
Di dalam dunia periklanan banyak desainer grafis yang bekerjasama dengan penyiar maupun sastrawan (copywriter) untuk menciptakan pesan-pesan iklannya.

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 relegius (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 Piza, 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 Polaris komik, Ferdinan, dikenal sebagai salah satu komikus dengan kekokohan 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), peembut pakaian, sabun untuk kulit halus, dll.

Pengecap

Menggambarkan rasa manis, pahit, asam, mint, dll

Implementasi

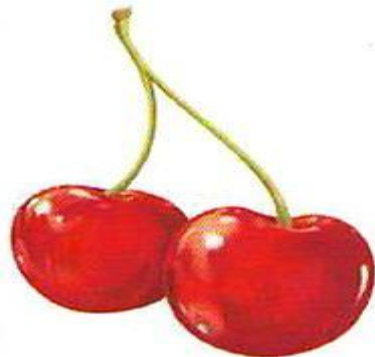
Latihan sederhana yang dilakukan nantinya dapat mengasah kreativitas kita dalam penerapan desain. contohnya, packaging makanan, packaging permen, dll. Penggunaan gambar jeruk sunkist

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 visualisasipengharum 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

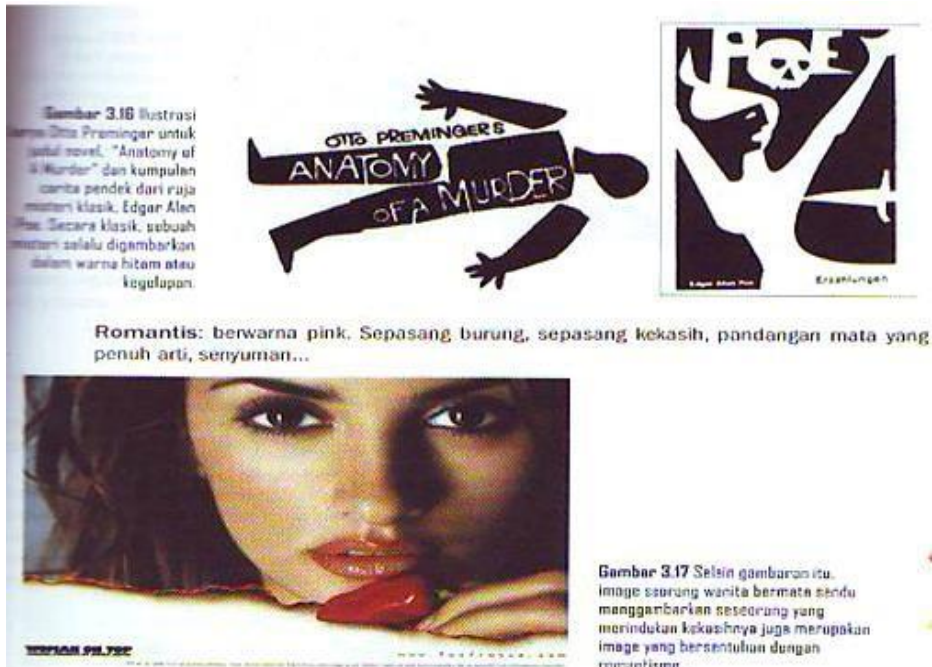
Menggambarkan secara visual suasana yang berkesan sepi, misteri, romantis, sibuk, dll.

Sepi:

sebuah silhuet 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 *learning 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 berkreasasi 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 komunikasinya 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 ucapan iklan bentuk baliho, sertadekorasi 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 lifesthoot, yaitu film animasi sebagai background dan karakter manusia yang diambil dari lifesthoot. Demikian juga sebaliknya, background-nya lifesthoot, 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.

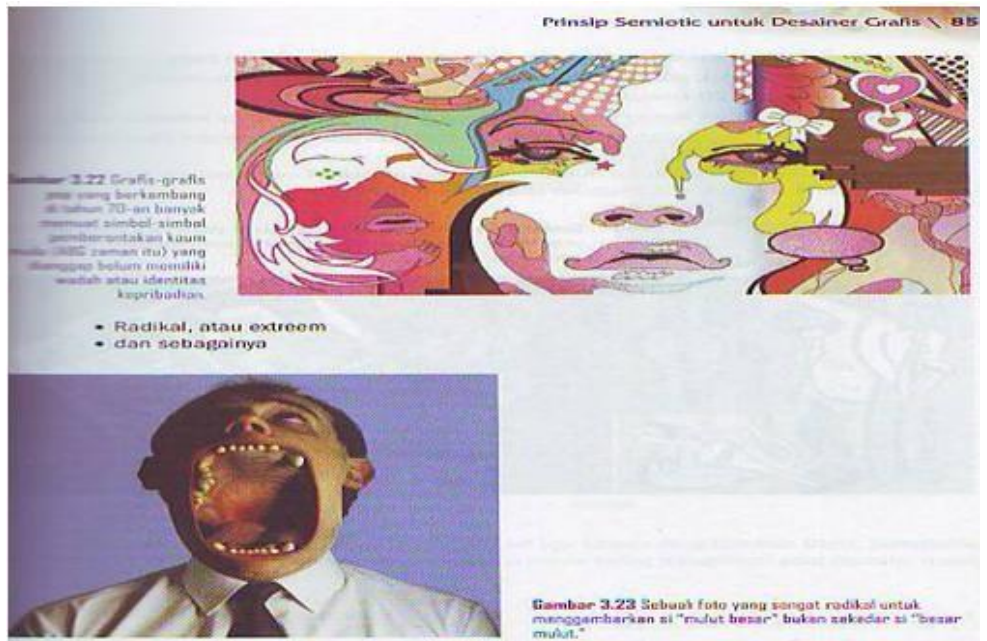
4. Semantik Style

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 extreme
- 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 Semantic 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 Suintattein) 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 trademarnya 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 susunan 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.

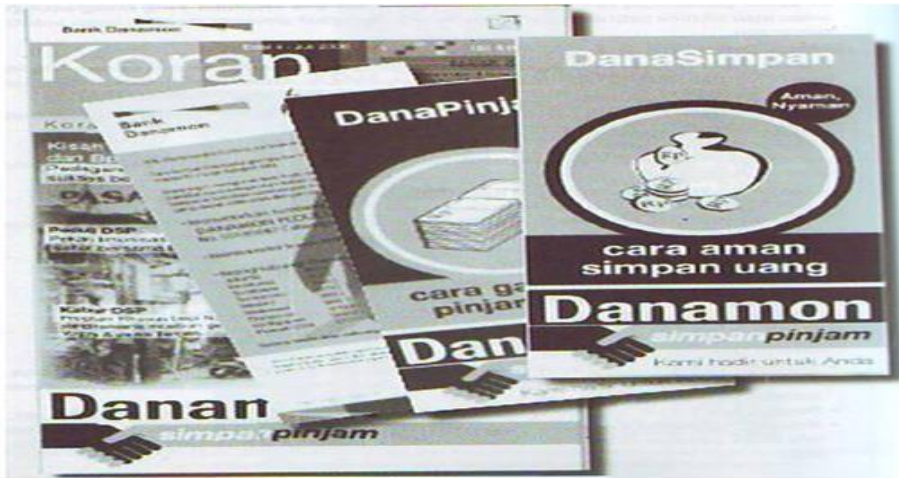
Contoh Lain :

- 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 efisiensi yang menyangkut ukuran bahan, warna yang dipergunakan maupun teknik memproduksinya, 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 Stainlessstyle/ 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) !