

DESAIN GRAFIS SEBAGAI MEDIA UNGKAP PERIKLANAN

Sofyan Mufti Prasetyo^{1*}, Helda Sanira², Dian Ismiyati³, Muhammad Syaiful Karim⁴

¹⁻⁴Fakultas Ilmu Komputer, Teknik Informatika, Universitas Pamulang, Jl. Raya Puspiptek No. 46,
Kel. Buaran, Kec. Serpong, Kota Tangerang Selatan. Banten 15310, Indonesia

Email : ^{1*}dosen01809@unpam.ac.id, ²dianismiyati767@gmail.com, ³Heldasaniramk@gmail.com,
⁴syaiful@styleapp.my.id

(*: Corresponden Author)

Abstrak—Desain grafis lahir dari kebutuhan manusia akan komunikasi melalui bahasa visual sejak abad ke- 19 hingga jaman *modern*. Mulai dari penggunaan simbol-simbol sederhana sampai perangkat komputer yang canggih. Desain yang berakar dari seni rupa murni yang kemudian berkembang menjadi fungsi identifikasi, informasi, instruksi serta Promosi dan Presentasi. Desain grafis adalah suatu media untuk menyampaikan informasi melalui bahasa komunikasi visual dalam wujud dwimatra ataupun trimatra yang melibatkan kaidah-kaidah estetika. Elemen-elemen desain yang utama terlibat dalam desain grafis adalah sebagai bahan pokok (*ingredients*) yang berupa: garis, huruf, bentuk (*shape*) dan tekstur. Sedangkan struktur (*structure*)-nya adalah pengorganisasian elemen-elemen desain tersebut. Struktur desain yang baik adalah hasil integrasi prinsip-prinsip desain yang akurat pada proses penempatannya. Prinsip-prinsip desain yang utama terdiri dari: keseimbangan (*balance*), kontras, *unity*, nilai (*value*) dan warna. Sebagai akibat dari proses interaksinya dengan dunia seni, sosial budaya, industri dan perdagangan, maka berbagai corak atau *style desain* grafis semakin kaya dan berwarna-warni.

Kata Kunci: Desain Grafis, Bahasa Komunikasi Visual.

Abstract—*Graphic design was born from the human need for communication through visual language from the 19th century to modern times. Starting from the use of simple symbols to sophisticated computer devices. Design that is rooted in pure art which then develops into the functions of identification, information, instructions as well as Promotion and Presentation. Graphic design is a medium for conveying information through the language of visual communication in a two-dimensional or three-dimensional form that involves aesthetic principles. The main design elements involved in graphic design are ingredients in the form of: lines, letters, shapes and textures. Meanwhile, the structure is the organization of these design elements. A good design structure is the result of accurate integration of design principles in the placement process. The main design principles consist of: balance (balance), contrast, unity, value (value) and color. As a result of the interaction process with the world of art, socio-culture, industry and commerce, the various styles or styles of graphic design are getting richer and more colorful.*

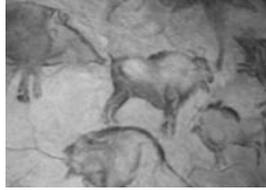
Keywords: *Graphic Design, The Language of Visual Communication.*

1. PENDAHULUAN

Salah satu bentuk bahasa grafis yang juga menggunakan simbol-simbol telah digunakan oleh manusia sejak zaman prasejarah. Hal tersebut terlihat dari beberapa temuan yang memperlihatkan kebiasaan mereka dalam menggunakan bekas-bekas telapak kaki hewan yang tertinggal di permukaan tanah berlumpur sebagai petunjuk atau informasi. Kebiasaan itu dilakukan ketika mereka sedang berburu, sehingga bekas jejak kaki (telapak) hewan tersebut berfungsi sebagai penunjuk arah sekaligus menunjukkan dari jenis apa hewan tersebut. Dengan demikian maka bentuk telapak kaki hewan yang tertinggal di tanah berlumpur tersebut sudah berfungsi sebagai simbol atau “sign” yang di dalam bahasa grafis termasuk dalam kategori fungsi identifikasi. Kemudian apa yang dimaksud dengan desain grafis ini? *Graphic design is the business of making or choosing marks and arranging them on a surface to convey an idea* (Hollis, 1986).

Jadi pada dasarnya desain grafis adalah suatu media untuk menyampaikan informasi melalui bahasa komunikasi visual dalam wujud dwimatra ataupun trimatra yang melibatkan kaidah-kaidah estetika. Elemen-elemen desain yang utama terlibat dalam desain grafis adalah sebagai bahan pokok (*ingredients*) seperti halnya dengan terigu, telur, gula dalam pembuatan kue. ini seperti yang dikatakan Peterson (1997) : “*Just like baking a cake, all of the ingredients must be at your disposal*

to create the finished piece. If you're missing the flour, you may end up with something but it won't be a cake”.



Gambar 1. *Cave Painting, Antrophos Google, Wikipedia*

Dengan demikian, elemen yang menjadi bahan pokoknya (ingredients) adalah bentuk-bentuk dasar yang berupa: garis, huruf, bentuk (*shape*) dan *tekstur*, sedangkan yang menjadi resep masakannya adalah struktur (*structure*). Struktur adalah pengorganisasian elemen-elemen desain tersebut. Struktur desain sendiri yang baik adalah hasil integrasi prinsip-prinsip desain yang akurat pada proses penempatannya. Prinsip-prinsip desain yang utama terdiri dari: keseimbangan (*balance*), kontras, unity, nilai (*value*) dan warna. Unsur-unsur atau elemen dasar seni rupa inilah yang menjadi dasar pijakan dan diorganisir dengan baik demi efektifnya informasi yang akan disampaikan. Selain menggunakan prinsip-prinsip dasar desain, grafis juga melibatkan cita rasa estetis yang berorientasi komersial. Kita telah mengetahui bahwa desain poster film lebih menarik daripada selembor poster berisi imbauan tentang kesehatan di dinding Puskesmas. Hal ini berkat penataan elemen-elemen desain grafis yang melekat padanya serta keterlibatan unsur estetis yang menjadi daya tariknya.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Fungsi Dasar Desain Grafis Desain grafis sebenarnya sudah menjadi bagian yang akrab dengan kehidupan manusia sejak zaman purba seperti yang diuraikan di atas. Bahkan, sampai zaman modern ini pun desain grafis tetap digunakan sebagai media komunikasi visual yang handal. Meskipun tentu saja grafis yang ditampilkan akan berwujud dan berfungsi sesuai kebutuhan situasi dan kondisi zamannya. Kalau pada zaman purba grafis hanyalah berupa bekas telapak sebagai media informasi atau berupa huruf-huruf paku atau hierogliphe maka pada abad ke 19 sudah berwujud karya poster dan terus berkembang pesat ketika Johannes Gutenberg (1398-1468) menemukan mesin cetaknya. Pada masa kini, di era teknologi komputer yang paling canggih pun, grafis semakin mengokohkan eksistensinya dalam percaturan komunikasi baik melalui media outdoor, indoor maupun audio visual. Seiring dengan majunya ilmu dan teknologi, desain grafis berkembang menjadi tiga fungsi dasar yakni, (1) identifikasi (*identification*), (2) instruksi dan informasi, dan (3) promosi dan presentasi.

3. ANALISA DAN PEMBAHASAN

3.1 Identifikasi

Untuk menyatakan apa dan dari mana sebuah produk diproduksi. Dengan memperhatikan bentuk-bentuk visual tampilan suatu label pada sebuah kemasan, logo sebuah perusahaan, lambang, badge, dan sebagainya kita dapat mengidentifikasikan beberapa aspek yang mendukung keberadaanya. Bentuk bentuk desain berupa logo, label kemasan dan sebagainya tersebut masuk ke dalam kategori corporate identity.



Gambar 2. *Corporate Identity (Identitas Perusahaan)*

Corporate Identity (identitas perusahaan) adalah salah satu bentuk desain yang berperan pada tiga wilayah cakupannya seperti yang diuraikan Olins (1994). Pertama, produk dan jasa, yakni desain produk, identifikasi pada produk, daftar tarif, petunjuk instruksi pengoperasian dan sebagainya. Kedua, lingkungan, yakni Interior /eksterior: gedung, area penjualan, area resepsionis, kantor, pabrik, show room dan toko; tanda (sign): system tanda yang umum sebagai rambu-rambu; *eksternal/internal*: pameran-pameran; pada pakaian: sebagai atribut di topi, kemeja, jaket dan sebagainya. Ketiga, komunikasi dan informasi, berupa *stationery*: Letterhead, kartu nama, note book, amplop, visiting card dan sebagainya; Publikasi/pengumuman: pada iklan rekrutmen, promosi produk baru maupun pada programme campaign; kendaraan, terpasang pada armada perusahaan baik, pada armada angkutannya maupun pada kendaraan kantor; dan promosi : pada bendera (flag), stiker, balon dan P.O.P materials.

Kemudian struktur bentuk *corporate identity* dibagi lagi menjadi tiga bagian. Pertama, monolithic, perusahaan yang hanya menggunakan satu nama beserta tampilannya yang khas yang mewakili citra perusahaan tersebut. Contohnya: BMW, Tesco, IBM. Kedua, endorsed: organisasi bisnis yang menggunakan nama dan identitas atas nama grup atau atas nama beberapa perusahaan di dalamnya. Contohnya : General Motor, United. Ketiga, *branded*: perusahaan yang memproduksi barang lebih dari satu jenis dengan nama merek yang bermacam pula dimana merek-merek tersebut tidak ada hubungannya dengan nama perusahaan. Contohnya: Procter & Gamble, Unilever. Corporate identity adalah identitas yang kebanyakan berorientasi pada bisnis padahal selain dari itu masih banyak lagi hal-hal lain yang dapat diidentifikasi sebagai simbol identitas yang mempunyai nilai informasi / bobot untkap. hal tersebut dapat sebagai contoh, seperti yang terdapat pada relief-relief candi, prasasti-prasasti dan ukiran yang mengandung simbolsimbol yang terdapat pada pintu gerbang keraton yang mana ukiran-ukiran tersebut mempunyai nilai informasi sekaligus identifikasi. Meskipun hal tersebut di atas belum jelas dan masih bias, sehingga dapat dikategorikan sebagai simbol grafis, namun demikian maksud yang dikandungnya memiliki kesamaan fungsi.



Gambar 3. Relief Candi Prambanan Mempunyai Nilai Informasi dan Identifikasi

Secara umum dapat dikatakan bahwa fungsi desain grafis pada dua bidang media di atas bertugas menyampaikan pesan secara informatif, persuasif dan atraktif. Dengan segala pertimbangan yang mendukung keberhasilan suatu media iklan maka dewasa ini desain grafis tidak berdiri sendiri tapi sudah pula melibatkan cabang ilmu lainnya, misalnya dengan ilmu komunikasi sosial, psikologi, pemasaran, atau ekonomi dan tentu saja teknologi.

4. IMPLEMENTASI

4.1 Perkembangan Desain Grafis Abad ke-19

Cikal bakal desain grafis pada awalnya berasal dari kegiatan seni rupa murni (fine art) khususnya pada seni cetak (grafis) yang pada saat itu sudah menggunakan teknik cetak batu (lithography). Suatu teknik cetak yang diciptakan oleh seorang Austria bernama Alois Senefelder tahun 1796. Kemudian dengan memanfaatkan teknik inilah seorang seniman Perancis bernama Jules Cheret pada tahun 1866 mulai memproduksi poster-poster komersialnya. Dengan teknik cetak litho ini memungkinkan untuk mencetak poster dalam jumlah 10.000 eksemplar perjam dan dapat

membuat poster dengan ukuran besar. Karena faktor ini jugalah maka poster menjadi salah satu media yang paling handal dalam mendukung pemasaran dan promosi pada masa-masa tersebut. Meskipun saat itu sudah ditemukan suatu sistem cetak letter-press untuk mencetak huruf namun poster yang ditampilkan tidak menggunakan huruf yang dicetak. Sang desainer akan menuliskan langsung pada master cetakan dengan tulisan yang dibuat dengan tangan.

Keberhasilan Cheret dalam memproduksi poster-poster komersialnya diikuti dan dikembangkan oleh senimanseniman lainnya seperti Pelukis postImpressionist dan ilustrator art nouveau Prancis, Henri de Toulouse-Lautrec melukiskan banyak sisi Paris pada abad ke sembilan belas dalam poster dan lukisan yang menyatakan sebuah simpati terhadap ras manusia. Walaupun lithography ditemukan di Austria oleh Alois Senefelder pada tahun 1796, Toulouse-Lautrec membantu tercapainya peleburan industri dan seni. Seniman ini mengembangkan teknik cetak lithografi ini sebagai media ekspresi seni rupanya selain sebagai media ungkap komunikasi visual bersifat komersial, sehingga tampilan poster-poster seniman ini lebih banyak muatan seni murninya. Poster sebagai media komunikasi visual yang handal pada zaman itu karena selain memang teknologi belum berkembang pesat juga penggunaan desain grafis sebagai media promosi dan iklan adalah sesuatu yang masih baru. Oleh sebab itu maka sejak itu pula desain grafis menjadi bagian dari dunia industri. Khususnya pada bidang pemasaran. Hal ini benar-benar memberi pengaruh positif, baik didalam meningkatkan margin penjualan Perkembangan Desain Grafis Abad ke-20.

Era cetak batu litho yang menghasilkan poster-poster komersial berakhir dan dimulailah suatu perluasan fungsi desain grafis yang berimplikasi pada bidang-bidang lain yang masih berhubungan dengan bidang komunikasi visual. Usaha ini dimulai dengan pencetakan buku-buku sastra yang dirancang dengan berbagai format dan desain yang bercorak dekoratif dan menghias. Tokoh yang produktif atau menghasilkan tidak kurang dari lima puluh judul buku antara tahun 1891 sampai 1896 adalah William Morris dengan Morris's Kelmscott Press perusahaan percetakan yang ia punyai.

5. KESIMPULAN

Desain grafis lahir dari kebutuhan manusia akan komunikasi melalui bahasa visual sejak abad ke- 19 hingga jaman modern. Mulai dari penggunaan simbol-simbol sederhana sampai perangkat komputer yang canggih. Desain yang berakar dari senirupa murni yang kemudian berkembang menjadi fungsi Identifikasi, Informasi, Instruksi serta Promosi dan Presentasi. Sebagai akibat dari proses interaksinya dengan dunia seni, sosial budaya, industri dan perdagangan, maka berbagai corak atau style desain grafis semakin kaya dan berwarna-warni. Kesimpulannya desain grafis yang merupakan bagian dari Desain Komunikasi Visual mulai berkembang dalam situasi yang saling mempengaruhi atau hubungan interelasi baik dalam gaya dalam desain grafis itu sendiri maupun dalam hubungannya dengan masyarakat. Sedangkan perkembangan desain grafis di Indonesia nampaknya masih akan terus tumbuh dan berkembang serta mempunyai prospek yang cerah dengan adanya Indonesia sudah masuk kedalam jaringan ekonomi global.

REFERENCES

- Amborse, Gavin & Harris, Paul, *The Visual Dictionary of Graphic Design*, London 2006.
Barnicoat, Jhon, *Poster A Concise History*, London , Themes and Hudson, 1991.
Hollis, Richard, *Graphic Design A Concise History*, London, Themes and Hudson, 1994.
Kasali, Rhenald. 1995 *Manajemen Periklanan*. Jakarta: PAU-Ekonomi- UI.
Olins, Wally, *Making Businnes Stategy Through Design*, London , Themes and Hudson, 1994.
Sihombing, Danton. 2001. *Tipografi dalam Desain Grafis*, Jakarta: Graffiti Press.