

Prinsip Desain Komunikasi Visual

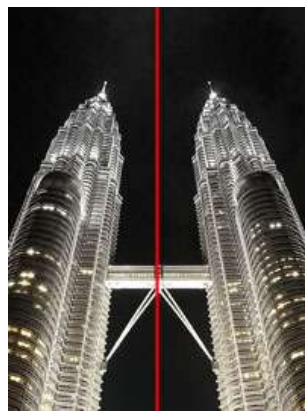
Perancangan Media Komunikasi Visual Sebagai Sarana Kampanye Imunisasi Campak Di Denpasar Bali

Kiriman I Ketut Baskara, Mahasiswa PS. Desain Komunikasi Visual ISI Denpasar

1. Prinsip Keseimbangan

Keseimbangan adalah kesamaan distribusi dalam bobot. Mendesain dengan keseimbangan cenderung dirasakan keterkaitan bersama, kelihatan bersatu, dan perasaan harmonis.

- Simetris: yaitu terkesan resmi atau formal (sama dalam ukuran, bentuk, bangun dan letak dari bagian-bagian atau obyek-obyek yang akan disusun di sebelah kiri dan kanan garis suatu sumbu khayal).



Gambar 1. Contoh prinsip simetris

- Asimetris: yaitu terkesan tidak resmi atau informal tetapi tampak dinamis apabila garis, bentuk, tangan, atau massa yang tidak sama dengan ukuran, isi atau volume diletakkan sedemikian rupa sehingga tidak mengikuti aturan (Kusmiati, 1999:11).



Gambar 2. Contoh prinsip asimetris

- Keseimbangan horizontal: keseimbangan yang diperoleh dengan menjaga keseimbangan antara bagian bawah dan bagian atas.



Gambar 3. Contoh prinsip keseimbangan horizontal

2. Prinsip Titik Fokus

Prinsip titik fokus menonjolkan salah satu unsur untuk menarik perhatian. Misalnya antara merek dan ilustrasi. Keduanya merupakan dua unsur yang saling berebut perhatian. Agar tidak membingungkan konsumen maka diperlukan suatu penonjolan baik dari segi warna maupun dari segi ukuran.



Gambar 4 Contoh prinsip titik fokus

3. Prinsip Hirarki Visual

Merupakan prinsip yang mengatur elemen-elemen mengikuti perhatian yang berhubungan secara langsung dengan titik fokus. Tiga pernyataan penting mengenai hirarki visual yaitu:

- Mana yang anda lihat pertama?
- Mana yang anda lihat kedua?
- Mana yang anda lihat ketiga?



Gambar 5 Contoh prinsip hirarki visual

4. Prinsip Ritme

Prinsip Ritme merupakan pola yang diciptakan dengan mengulang atau membuat variasi elemen dengan pertimbangan yang diberikan terhadap ruang yang ada diantaranya dan dengan membangun perasaan berpindah dari satu elemen ke elemen lainnya.



Gambar 6 Contoh prinsip ritme

5. Prinsip Kesatuan (unity)

Adalah prinsip bagaimana mengorganisasi seluruh elemen dalam suatu tampilan grafis. Untuk mencapai kesatuan desainer harus mengerti tentang garis, bentuk, warna, tekstur, kontras nilai, format, keseimbangan, titik fokus dan ritme.

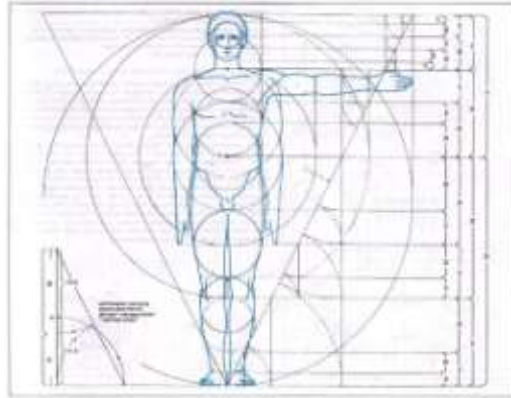


Gambar 7 Contoh prinsip kesatuan

6. Proporsi

Proporsi ialah perbandingan antara satu bagian dari suatu obyek atau komposisi terhadap bagian yang lain atau terhadap keseluruhan obyek atau komposisi. Ada kemiripan pengertian dengan skala, hanya saja unsur proporsi tidak berdiri sendiri, melainkan selalu dikaitkan dengan ukuran obyek lain yang telah diketahui sebelumnya (Kusmiati, 1999:14).

Media komunikasi visual adalah media untuk menyampaikan suatu pesan atau maksud yang ingin disampaikan (menginformasikan), tentunya media yang akan dirancang tidak akan lepas dari beberapa unsur desain yang mendukung.



Gambar 8 Contoh proporsi tubuh manusia

7. Ilustrasi : Gambar untuk membantu memperjelas isi buku, atau karangan (Hasan Alwi,2002:425.). Pengertian ilustrasi menurut Maya Ananda, adalah sesuatu yang dapat menyemarakkan halaman-halaman buku atau media lainnya sebagai karya seni yang memiliki nilai estetis. Bentuk gambar ilustrasi dapat berupa : foto, karikatur, kartun, potret manusia, binatang, dan tumbuh-tumbuhan.

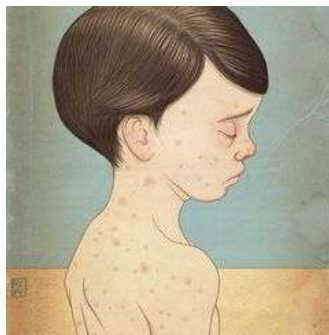
Ilustrasi kalau dilihat dari segi teknisnya dapat digolongkan menjadi beberapa teknik yaitu:

a. Ilustrasi Tangan (*Hand Drawing*)

Yaitu gambar teknik ilustrasi dengan cara mengandalkan keterampilan tangan sepenuhnya baik itu menggunakan kuas, pensil, pena, *air brush* dan alat-alat yang dipakai menggambar lainnya.

Ada beberapa guna dari ilustrasi tangan, yaitu:

1. Sebagai simbolisasi;
2. Menggambarkan fantasi;
3. Menggambarkan sesuatu yang membangkitkan selera humor;
4. Untuk pengganti foto.



Gambar 9 Contoh ilustrasi tangan

b. Ilustrasi Fotografi

Yaitu teknik membuat gambar ilustrasi berupa foto dengan bantuan kamera baik itu manual maupun digital. Biasanya obyek fotografi menjadi lebih realistis, eksklusif dan persuasif.

ilustrasi fotografi memiliki beberapa kegunaan, yaitu:

- 1.Menggambarkan perbandingan menunjukkan berita;
2. Mengabadikan sesuatu;
3. Mencitakan suasana hati;
4. Menggambarkan sesuatu yang membangkitkan rasa kemanusiaan (Suyanto, 2004:89).



Gambar 10 Contoh ilustrasi fotografi

c. Teknik Gabungan

Yaitu ilustrasi bentuk komunikasi dengan struktur visual atau rupa yang terwujud dari perpaduan antara teknik fotografi/ilustrasi manual dengan teknik drawing di komputer (Pujiriyanto, 2005:41).



Gambar 11 Contoh teknik gabungan

8. Teks

Adalah sederetan kata atau kalimat yang menjelaskan suatu barang atau jasa untuk tujuan tertentu. Bahasa yang digunakan untuk penyusunan teks pada iklan hendaknya sederhana jelas, singkat, dan tepat serta memiliki daya tarik pada kalimatnya (Ananda, 1978:63).

Teks dibagi menjadi beberapa sistem penamaan dan masing-masing memiliki fungsi berbeda, yaitu:

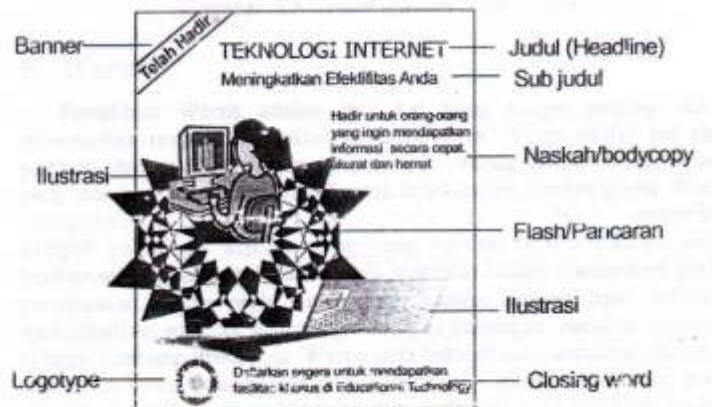
- Judul (*Headline/ Heading*)

Terletak di bagian paling atas pada sebuah iklan, dengan ukuran huruf paling besar antara huruf yang lainnya dan biasanya berfungsi untuk menyampaikan pesan yang paling penting (Santosa, 2002:54).

- Sub Judul (*Sub Headline*)

Berfungsi untuk melengkapi serta memperjelas pengertian *headline* dan untuk membagi dan sebagai penyela teks berikutnya. Biasanya ukurannya lebih kecil daripada judul dengan warna yang berbeda.

- Teks Isi (*Body Copy*)
Teks ini digunakan untuk menerangkan produk atau maksud secara detail, lebih detail dari judul atau sub judul dan menjelaskan kandungan dalam produk.
- Slogan (Semboyan)
Slogan (semboyan) adalah kalimat pendek yang unik dan khas yang dimiliki oleh sebuah produk untuk memancing ingatan konsumen.
- Kata Penutup (*Closing Word*)
Kata penutup difungsikan sebagai penutup teks yang berisikan harapan dan janji dengan kalimat yang singkat dan jelas.



Gambar 12 Contoh penggunaan teks berdasarkan letak atau posisinya (Sumber; *Desain Grafis Komputer*, Pujiriyanto, 2005; 41)

9. Tipografi

Kata tipografi berasal dari bahasa latin yaitu terdiri dari kata *typos* dan *graphia*. *Typos* artinya cetakan bentuk dan sejenisnya, sedangkan *graphia* artinya hal tentang seni tulisan (Schender, 1997:4).

Secara umum tipografi diartikan seni mencetak dengan menggunakan huruf, seni menyusun huruf dan cetakan dari huruf atau penyusunan bentuk dengan gaya-gaya huruf. Tipografi sama dengan menata huruf yang merupakan unsur penting dalam sebuah karya desain komunikasi visual untuk mendukung terciptanya kesesuaian antara konsep dan komposisi karya (Santosa, 2002:108). Tipografi lebih dari sepuluh ribu berlaku secara internasional dan sudah dibakukan.

Huruf dapat dikelompokkan menjadi lima yaitu:

- Huruf Tak Berkait (*Sans Serif*)
Bentuk huruf yang tidak memiliki kait, bertangkai tebal, sederhana dan lebih mudah dibaca dan sifat huruf ini kurang formal. Contoh bentuk huruf ini yang paling populer yaitu tipe *Arial* dan *Helvetica*.

Aa Bb Cc

(Sumber: *Tipografi Komputer Untuk desainer Grafis*, Adi Kusrianto, 2004:39)

- Huruf Berkait (*Serif*)
Bentuk huruf yang memiliki kait, dengan ketebalan yang kontras. Jenis ini merupakan huruf formal, sangat anggun dan konservatif. Contoh yang paling umum yaitu huruf tipe *Times New Roman*.

Aa Bb Cc

(Sumber: *Tipografi Komputer Untuk desainer Grafis*, Adi Kusrianto, 2004:32)

- Huruf Tulis atau Latin (*Script*)
Jenis ini merupakan dasar dari bentuk huruf yang ditulis dengan tangan, kontras tebal dan tipisnya sedikit saling berhubungan dan mengalir. Dapat memberikan kesan keanggunan dan sentuhan pribadi.

Aa Bb Cc

(Sumber: *Tipografi Komputer Untuk desainer Grafis*, Adi Kusrianto, 2004:42)

- Dekoratif (*Graphic*)
Bentuk huruf yang sangat rumit desainnya. Bentuk ini hanya cocok dipakai untuk *headline* tidak cocok digunakan sebagai *body copy* jadi sifatnya sangat terbatas dalam penggunaannya.

Aa Bb Cc

(Sumber: *Tipografi Komputer Untuk desainer Grafis*, Adi Kusrianto, 2004:43)

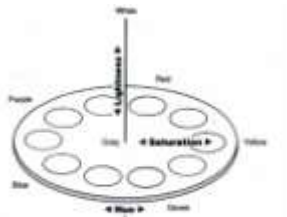
- *Monospace*
Setiap huruf yang berjenis *monospace* mempunyai jarak atau lebar yang sama setiap hurufnya. Contoh huruf *monospace* yaitu huruf tipe *courier* dan huruf yang ada pada mesin ketik.

Aa Bb Cc

(Sumber: *Tipografi Komputer Untuk desainer Grafis*, Adi Kusrianto, 2004:25)

10. Warna

Warna adalah suatu hal yang penting dalam menentukan respons dari orang, warna adalah hal pertama yang dilihat oleh seseorang, setiap warna akan memberikan kesan dan identitas tertentu, walaupun hal ini tergantung dari latar belakang pengamatnya, ilmu tentang warna disebut juga “Chromatics” (Dr. Ir Eko Nugroho, M.Si, 2008; 1). Teori warna sudah dikembangkan oleh Alberti (1435) dan diikuti oleh Leonardo Davinci (1490), Teori warna mendapat perhatian yang serius oleh Sir Isaac Newton seorang ahli fisika melalui tulisannya yang berjudul “Opticks” pada tahun 1704, berikut skema warna oleh Newton;

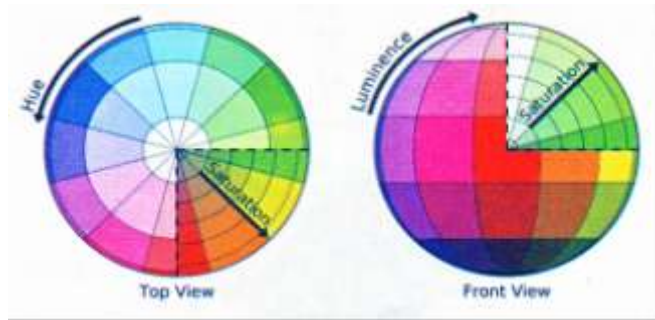


Gambar 13 Versi lain dari roda warna, namun disini dipilah berdasarkan saturasinya (kepekatan warna)



Gambar 3.6 Tampilan lain dari roda warna

(Sumber: *Pengantar Desain komunikasi Visual*, Adi Kusrianto, 2007; 31)



Gambar 14 Skema warna berdasarkan 3 dimensi warna (*hue, saturasi, dan kecerahan*) menurut Otto Runge
(Sumber; *Pengenalan Teori Warna, Dr.Ir.Eko Nugroho, M.Si, 2008; 11*)

Warna juga bisa dikatakan sebagai kualitas dari mutu cahaya yang dipantulkan suatu obyek ke mata manusia. Warna akan dapat membuat kesan atau *mood* untuk keseluruhan gambar atau grafis. Setiap warna memiliki daya tarik yang berbeda dan dalam penggunaannya diharapkan dapat menciptakan keserasian dan membangkitkan emosi.

Warna dikelompokkan menjadi tiga, yaitu:

- **Warna Primer**

Adalah warna-warna yang paling kuat, ia merupakan warna yang utama dalam pembentukan warna-warna lainnya, warna pokok terdiri dari tiga yaitu; merah, biru, kuning.

Contoh :



Gambar 15 Logo Pekan Imunisasi Nasional

Arti perpaduan warna pada contoh logo diatas;

Dilihat dari poster diatas dapat terlihat perpaduan antara warna merah, kuning, dan biru. Warna kuning bisa diartikan sebagai warna keceriaan (Dr.Ir.Eko Nugroho, M.Si, 2008; 36), sehingga kuning mengartikan suatu keceriaan karena imunisasi ini lebih ditujukan kepada anak-anak dimana kesannya selalu ceria.

Sedangkan warna merah mengartikan suatu gerakan sosial (*Dr.Ir.Eko Nugroho,M.Si,2008;36*),karena gerakan ini merupakan gerakan social dimana tidak dipungut biaya dalam imunisasi ini. Warna biru pada logo tersebut bisa diartikan juga kekuatan, dingin, dan sejuk (*Dr.Ir.Eko Nugroho,M.Si,2008;38*), dimana bila diartikan dengan logo diatas bahwa imunisasi tersebut menciptakan suatu kekebalan tubuh terhadap penyakit.

Jadi dapat disimpulkan bahwa perpaduan warna pada poster iklan di atas bisa dikatakan serasi atau selaras, karena warna yang dikombinasikan tersebut memiliki makna yang saling berhubungan dengan tujuan dari logo itu sendiri.

- **Warna Sekunder**

Yaitu merupakan warna hasil pencampuran dari dua warna primer. Contohnya:

Merah + Kuning = Orange.

Kuning + Biru = Hijau.

Biru + Merah = Ungu.

Contoh media;



Gambar 16 Poster Bike To Work Day

Arti perpaduan warna pada poster di atas;

Dari poster diatas dapat dilihat bahwa warna domina yang dipakai dalam poster tersebut adalah warna kuning. Warna kuning bisa diartikan sebagai warna keceriaan (*Dr.Ir.Eko Nugroho,M.Si,2008;36*) dimana acara ini merupakan acara yang ceria. Begitu pula warna orange yang mengartikan kesenangan (*Dr.Ir.Eko Nugroho,M.Si,2008;36-37*) menunjukkan bahwa acara ini penuh keceriaan serta unsur “fun” dalam acara ini.

Sedangkan warna hijau pada tulisan 2007 mengartikan sebuah kesejukan, alami (*Dr.Ir.Eko Nugroho,M.Si,2008;38*) dimana acara ini merupakan acara lingkungan dimana kita bersepeda untuk mengurangi polusi serta mencegah global warming.

Jadi dapat disimpulkan bahwa perpaduan warna dari warna satu ke warna lainnya dapat menyampaikan suatu pesan akan acara tentang bike to work day itu merupakan acara yang selain menyenangkan tetapi juga peduli lingkungan dimana merupakan suatu bentuk ajaka agar kita lebih peduli akan lingkungan serta secaratidak langsung kita juga bisa mencegah global warming.

- **Warna Tersier**

Yaitu campuran satu warna primer dengan warna sekunder di sebelahnya, warna tersier terdiri dari enam warna.



Gambar 17 Poster Stop Merokok

Arti perpaduan warna dari poster diatas;

Dari poster ini menggunakan warna coklat dimana berarti bertahan, keras, kokoh (*Dr.Ir.Eko Nugroho,M.Si,2008;39*) hal ini berarti sifat rokok tersebut keras, bisa menimbulkan peenyakit, bahkan dapat menyebabkan kematian. Kemudian warna putih pada tulisan lebih berarti suci, bersih (*Dr.Ir.Eko Nugroho,M.Si,2008;35*) yakni menunjukkan bahwa larangan tersebut adalah demi kebaikan kita sendiri yaitu agar kita berhenti merokok dan memulai hidup sehat.

- Warna Khusus

Disebut warna khusus karena warna ini tergolong warna primer atau warna sekunder tetapi hanya bisa diperoleh dari pigmen tertentu seperti emas (gold) dan perak (silver).



Gambar 18 Jarum suntik

Selain itu warna sendiri memiliki kejiwaan(kekuatan) atau yang kita kenal sebagai psikologi warna(*Adi Kusrianto,2007:47*),berikut beberapa contoh pengertian warna menurut psikologisnya masing-masing;

- Merah mengartikan;
Kekuatan,bertenaga,kehangatan,nafsu,cinta,agresif,berbahaya,semangat.
- Biru mengartikan;
Kepercayaan, konservatif, keamanan, teknologi, kebersihan, perintah.
- Hijau mengartikan;
Alami,kesehatan,pandangan yang enak,kecemburuan,pembaruan.
- Kuning mengartikan;

Optimis,harapan,filosofi,ketidak
jujuran/kecurangan,pengecut,pengkhianatan.

- Ungu mengartikan;
Spiritual,misteri,keagungan,perubahan bentuk,galak,arogan.
- Orange mengartikan;
Energi,keseimbangan,kehangatan.
- Coklat mengartikan;
Bumi,dapat dipercaya,nyaman,bertahan.
- Abu-abu mengartikan;
Intelek,futuristic,modis,kesenderuan,merusak.
- Putih mengartikan;
Kemurnian/suci,bersih,kecermatan,innocent(tanpa dosa),steril,kematian.
- Hitam mengartikan;
Kekuatan,seksualitas,kemewahan,kematian,misteri,ketakutan,ketidak
bahagiaan,keanggunan.