

Ranah Seni

Jurnal Seni dan Desain



Diterbitkan oleh:
Jurusan Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni
Universitas Negeri Padang

Ranah Seni	Volume 05	No. 01	Halaman 845 - 948	Padang Sept. 2011	ISSN 1978-6565
------------	-----------	--------	----------------------	----------------------	-------------------

Penanggung Jawab

Ketua Jurusan Seni Rupa dan Dekan FBS
Universitas Negeri Padang

Pimpinan Umum

Muzni Ramanto

Pimpinan Redaksi

Nasbachry Couto

Sekretaris Redaksi

Syafwandi

Staf Redaksi

Zubaidah

Zubaidah Agus

Syafwan Ahmad

Ariusmedi

Alamat Redaksi

Jurusan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan
Seni, Universitas Negeri Padang.

Jln. Belibis Air Tawar Padang,

Telepon/Fax 0751-442146

E-mail ranahseni@gmail.com Terbit dua
kali setahun

Pergelaran Musik *Cancang Salawaik*
Admiral, Dosen ISI Padangpanjang

Team Work dan Wilayah Kerja
Desain Grafis sebagai Sarana Komunikasi
Massa

Budiwirman, Dosen Seni Rupa FBS UNP
Padang

Seni Kerajinan Tenun Songket Silungkang
Sumatera Barat, Perubahan dan Kontinuitas
Eliya Pebriyeni, Dosen Jurusan Seni Rupa
FBS UNP Padang

Perancangan *Typeface* Lokal *Afri Bada*
Eksplorasi *Typeface* Motif *Bada Mudiak*
Hendra Afriwan, Dosen Desain Komunikasi
Visual FBS UNP Padang

Kencangkan Ikat Pinggang
Mega Kencana, Dosen ISI Padangpanjang

Pengembangan Kreativitas Menggambar
Berbasis Morfologi: Sebuah Kajian Teoritik
Melalui Analisis Semiotik
Mujiyono, Dosen Jurusan Seni Rupa
Universitas Negeri Semarang

Upaya Meningkatkan Motivasi Siswa dalam
Pembelajaran Menggambar melalui
Pemberian Materi sesuai Minat di SMAN 1
Padang
Nailul Muna, Guru SMA N 1 Padang

Fenomena Multikulturalisme Dalam Musik
Sebuah Telaah Elemen-Element Musikal Non
Barat dalam Karya Komposer Musik Barat
Nursyirwan, Dosen ISI Padangpanjang

BUJANG MARANDO: Eksistensi Urang
Sumando di Minangkabau (Implementasi
Fenomena Budaya dalam Komposisi Musik)
Rozalvino, Dosen Jurusan Musik ISI
Padangpanjang

Membangun Karakter Melalui Pendidikan
Seni
Yahya, Dosen Seni Rupa FBS Universitas
Negeri Padang

Spontanitas dalam Ekspresi Rasa
Yasrul Sami B, Dosen Seni Rupa FBS
UNP Padang

Team Work dan Wilayah Kerja Desain Grafis sebagai Sarana Komunikasi Massa

Budiwirman
Dosen Seni Rupa FBS UNP Padang

Abstract, the existence of an advertising agency or advertising agency that can be found in many cities has contributed to the community that require different product they produce. So far the existence of the ad agency has helped many people's needs in making advertising media. However, many of the ads then they made it can not meet the manufacturer desires. What is the real ad, and how to create an advertising medium, so the message from the manufacturer can be understood by consumers who belong together between producer and consumer society. Graphic design: jobs or visual communication design and design review is basically a medium of communication between the manufacturer or its message that diperuntuk for consumers or recipients of the message (the target audience).

Keyword: desain komunikasi visual, team work, dan wilayah kerja

PENDAHULUAN

Dalam berbagai pemahaman yang terjadi dimasyarakat keberadaan desain grafis dipandang sebagai kemampuan menggambar dan menulis baik secara manual, maupun secara masinal. Apalagi pada saat ini komputer mampu menyediakan berbagai macam aplikasi grafis, sehingga memungkinkan untuk semua orang dapat menggambar dengan baik. Sehingga pada kenyataannya di lapangan ditemukan banyak papan nama yang bertuliskan biro iklan, atau biro reklame yang menerima pembuatan logo, leaflet, kartu nama, dan sebagainya. Orang-orang yang bekerja di biro tersebut adalah orang-orang yang memiliki kemampuan menggambar baik secara manual maupun secara masinal. Namun kemudian apa yang mereka buat seringkali tidak memberikan pengaruh terhadap apa yang dilogokan, apa yang iklankan, dan seterusnya.

Dalam kenyataannya banyak logo yang tidak mewakili perusahaan pemilik logo tersebut, banyak iklan yang tidak menarik karena iklan tersebut tidak sesuai dengan apa yang seharusnya. Terlalu mudah rasanya membuat sebuah iklan jika hanya berbekal kemampuan menggambar dan menulis saja. Iklan yang baik tidak dapat dilihat dari bagus atau tidaknya bentuk visual, tidak juga dapat dilihat dari kata-kata yang memorable, atau tidak bisa hanya berdasarkan laris atau tidaknya produk di pasaran.

Desain grafis dalam konteks media komunikasi visual memiliki ruang yang sangat luas, karena ia berhubungan dengan sistem komunikasi yang dimaksudkan untuk menyampaikan pesan, menjalin komunikasi antara individu, kelompok dan institusi tertentu kepada khalayak. Baik berupa kampanye politik, layanan masyarakat, maupun kampanye untuk kepentingan usaha atau kampanye komersil. Oleh karena itu perancangan grafis menjadi satu hal yang sangat komplit, karena ia

melibatkan banyak unsur visual seperti image, gambar, tulisan, warna, komposisi, yang merupakan keseluruhan dari pesan yang akan disampaikan pada khalayak.

Wilayah kerja Desain Grafis

Area kerja kreatif desain grafis di antaranya: *stationary kit* atau *sales kit*: desain kartu nama, kop surat, amplop, map, *bolpoint*. Profil usaha, *annual report*, *corporate identity* yang terdiri logo dan *trade mark* berikut aplikasi penerapannya. Desain grafis lingkungan berupa *sign system*: papan petunjuk arah, papan nama dan infografis: *chart*, diagram, statistik, denah, dan peta lokasi. Desain grafis industri, sistem informasi pada jasa dan produk industri. Desain label, etiket, dan kemasan produk. Desain beragam produk percetakan dari mulai *prepress* sampai hasil cetakan akhir. Perencanaan dan perancangan pameran produk dan jasa industri. Grafis arsitektur berikut produk *sign system*. Desain perwajahan buku, koran, tabloid, majalah, dan jurnal. Desain sampul kaset, dan cover CD. Desain kalender, desain grafis pada kaos oblong, desain kartu pos, perangko, dan mata uang. Desain stiker, pin, *cocard*, *id card*, desain undangan, desain tiket dan karcis, desain sertifikat, dan ijasah. Desain huruf dan tipografi. Ilustrasi dan komik.

Menurut Widagdo (1993:31) desain komunikasi visual dalam pengertian modern adalah desain yang dihasilkan dari rasionalitas. Dilandasi pengetahuan, bersifat rasional, dan pragmatis. Jagat desain komunikasi visual senantiasa dinamis, penuh gerak, dan perubahan. Hal itu karena peradaban dan ilmu pengetahuan modern memungkinkan lahirnya industrialisasi. Sebagai produk kebudayaan yang terkait dengan sistem sosial dan ekonomi, desain komunikasi visual juga berhadapan pada konsekuensi sebagai produk massal dan konsumsi massa.

Secara sederhana proses pembuatan sebuah perancangan desain komunikasi visual, meliputi :

1. Analisis Situasi

Meliputi data utama tentang subjek yang akan di buat, jika subjek tersebut menyangkut sebuah perusahaan maka data yang diperlukan adalah seluruh aspek pokok dan aspek lain yang berkaitan dengan perusahaan tersebut. Berdasarkan analisis situasi, didapatkan simpulan-simpulan atau statement yang menggambarkan subjek secara menyeluruh. Gambaran ini menyangkut citra subjek secara tepat

2. Analisis dan pemecahan masalah

Menghasilkan sub statement dengan kembangan ide

- a. Word game/ permainan kata-kata
- b. Phrase game/permainan prasa
- c. Fact games/permainan kenyataan

Word Game

Memainkan kata-kata, menggeser makna yang masih mempunyai spirit sama, tapi bisa diolah visualnya dengan lebih baik.

Mengganti atau mengubah sinonim-sinonim atau artinya sama

Antonim atau arti berlawanan

Gunakan kamus untuk menemukan berbagai macam kata-kata

Phrase Game

Meggunakan istilah yang populer atau suatu subjek

Misalnya:

Pepatah, Peribahasa, Kata-kata mutiara

Fact Game

Mengganti salah satu kata dan melihat hasilnya, membalikkan, ironi, atau menekankan pesan; ironi, head line, ubah susunan kata

Sajikan ide tersebut dengan semenarik mungkin

- a. bright colour; pemanfaatan warna, faktor emosi atau perasaan
- b. mood photography/typography
 - i. suasana : menggugah emosi perlihatkan mirip sebenarnya
- c. adegan/action; yang bergerak biasanya menarik perhatian
- d. perubahan skala; shock of psychology
- e. large type ; cepat terbaca
- f. subject focus on the reader; kontak langsung melalui indra penglihatan
- g. unusual point of view ; kekagetan menjadi menarik
- h. tekanan pada detail ; mengatasi gestalt
- i. lay out yang tidak biasa
- j. pengulangan, yang diulang biasanya menarik perhatian
unsur-unsur tidak lazim; campuran dimensi, misalnya : komputer dan angkasa luar. Berdasarkan statement yang sudah ada, kemudian dilanjutkan dengan perancangan dilakukan analisis situasi yang telah disimpulkan menjadi beberapa, dilakukan pengolahan

3. Usulan Pemecahan Masalah

Setelah ditemukan konsep verbal, barulah kemudian dirancang konsep visual. Perancangan inilah yang digarap oleh para desainer grafis. Dalam prosesnya, rancangan dibuat dalam beberapa alternatif bentuk. Rancangan dibuat dengan cara manual dan dilanjutkan dengan masinal dengan menggunakan komputer. Perancangan dengan komputer dilakukan dengan menggunakan berbagai macam aplikasi sesuai dengan kemampuan desainer dalam menggunakan aplikasi tersebut.

Dari beberapa alternatif desain yang ada, kemudian dilakukan eksekusi untuk menentukan rancangan final, eksekusi dilakukan secara

bersama-sama yaitu pihak tim kreatif dan pihak klien atau atau pihak pemesan.

Mari Menjual

Desain komunikasi visual sebagai salah satu bagian dari seni terap yang mempelajari tentang perencanaan dan perancangan berbagai bentuk informasi komunikasi visual. Perjalanan kreatifnya diawali dari menemukan permasalahan komunikasi visual, mencari data verbal dan visual, menyusun konsep kreatif yang berlandaskan pada karakteristik target sasaran, sampai dengan penentuan visualisasi final desain untuk mendukung tercapainya sebuah komunikasi verbal-visual yang fungsional, persuasif, artistik, estetis, dan komunikatif.

Untuk menemukan sebuah bentuk komunikasi yang baik, terutama yang berhubungan dengan pembuatan atau perancangan grafis dalam berbagai keperluan, tidak dapat hanya dikerjakan oleh satu orang saja, karena di dalam rancangan tersebut terdapat pesan yang komplit meliputi beberapa bidang kajian. Oleh karena itu, pada sebuah biro advertising, perancangan grafis ini dilakukan oleh sebuah tim kreatif yang terdiri dari; Creative Director yang menggariskan konsep isi pesan dan strategi penyampaiannya, Art Director yang menggariskan konsep visual dan naskah, ada visualiser yang mengungkapkan gagasan terwujud berbentuk visual, copy writer yang menyusun naskah, paste up artist yang merampungkan gambar kerja siap cetak/separasi, photographer, typographer, jingle writer/composer/arranger.

Oleh karena itu, siapapun sesungguhnya dapat melaksanakan pekerjaan desain grafis atau desain komunikasi visual asalkan mereka memiliki kepekaan dalam bidangnya masing-masing. Karena pada dasarnya kepekaan-kepekaan tersebut tidak dapat dimiliki oleh hanya satu orang saja. Hal ini dikaitkan dengan kemampuan yang dimiliki oleh tiap-tiap individu sesuai dengan kekhususannya dalam bidang desain grafis tersebut. Oleh karena itu bekerja secara tim sudah merupakan suatu keharusan dalam pembuatan berbagai media komunikasi grafis.

Tim inilah kemudian yang bekerja menurut bidangnya masing-masing, sehingga kemudian ditemukan sebuah bentuk rancangan yang utuh. Skenario yang berkembang di sebuah Creative Department pada saat ini menunjukkan kuatnya posisi Creative dan Art Director. Situasi ini banyak disebabkan adanya kesenjangan antara tokoh yang menduduki kedua jabatan itu dan tokoh-tokoh lain yang melanjutkan pekerjaan mereka.

SIMPULAN

Desain komunikasi visual pada dasarnya adalah sebuah bidang pekerjaan yang bertujuan untuk merancang sebuah proyek kampanye dalam bidang politik, sosial, dan kampanye komersil. Produk desain komunikasi visual merupakan sebuah bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sosial, dan berhubungan dengan semua lapisan masyarakat. Bidang pekerjaan ini merupakan sebuah proyek yang dikerjakan oleh himpunan orang-orang kreatif dari berbagai disiplin ilmu pengetahuan dan teknologi.

Oleh karena itu sebuah media kampanye yang baik adalah program yang dikerjakan oleh satu tim kreatif yang bekerja sama secara baik secara solid.

Daftar Rujukan

Hadi, Umar. 1998. *Memahami Desain Grafis*. Katalog Pameran Desain Grafis, LPK Visi Yogyakarta.

Sumaryono, E. 1995. *Hermeneutik Sebuah Metode Filsafat*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.

Sutanto, T. 2005. *Sekitar Dunia Desain Grafis/Komunikasi Visual*. Pura-pura Jurnal DKV ITB Bandung. 2/Juli. 15-16.

Widagdo. 1993. *Desain, Teori, dan Praktek*. Seni Jurnal Pengetahuan dan Penciptaan Seni. BP ISI Yogyakarta III/03.

