

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Definisi Plagiat dan Plagiarisme

Kata plagiarisme berasal dari bahasa Latin "*plagiare*" yang berarti mencuri. Menurut sastrawan Ajib Rosidi sebagaimana dikutip Teuku Kemal Fasya, plagiat adalah pengumuman sebuah karya pengetahuan atau seni oleh ilmuwan atau seniman kepada publik atas semua atau sebagian besar karya orang lain tanpa menyebutkan nama sang pengarang yang diambil karyanya (Soelistyo, 2011, p.17).

Sedangkan Belinda Rosalina dalam disertasinya mengartikan plagiarisme sebagai tindakan menjiplak ide, gagasan atau karya orang lain untuk diakui sebagai karya sendiri atau menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumbernya sehingga menimbulkan asumsi yang salah atau keliru mengenai asal muasal dari suatu ide, gagasan atau karya (Soelistyo, 2011, p.17).

Serupa dengan definisi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia disebutkan bahwa "Plagiat" adalah pengambilan karangan orang lain dan menjadikannya seolah-olah karangan sendiri. Sedangkan "Plagiarisme" adalah penjiplakan yang melanggar hak cipta." (Soelistyo, 2011, p.19).

Dari definisi diatas dapat disimpulkan plagiarisme adalah suatu tindakan penjiplakan karya orang lain dan membuat karya tersebut seolah-olah adalah hasil karya kita sendiri. Tindakan plagiarisme tersebut

merupakan suatu bentuk pelanggaran hak cipta sehingga pelaku plagiarisme, yang biasa disebut dengan plagiator dapat dijatuhi hukuman karena tindakannya yang secara tidak langsung mencuri karya orang lain.

2.1.1 Tipe-Tipe Plagiarisme

Mengutip tulisan Belinda Rosalina mengenai tipe-tipe plagiarisme yang didasari dari tulisan Parvati Iyer dan Abhispita Singh, sebagai berikut (Soelistyo, 2011, p.19):

1. Plagiarisme Ide (Plagiarism of Ideas)

Relatif sulit dibuktikan karena ide atau gagasan itu bersifat abstrak dan berkemungkinan memiliki persamaan dengan ide orang lain. Oleh karena itu, perlu bahan bukti yang cukup untuk memastikan adanya plagiarisme. Cara paling mudah untuk membuktikan adanya plagiarisme adalah dengan mempertanyakan apakah ia mendapatkan keuntungan dari pemikiran orang lain.

Plagiarisme atas ide banyak terjadi dalam kehidupan berkesenian dan kebudayaan. Di Indonesia, karya film, tari maupun novel lazim diakui sebagai karya adaptasi, gubahan atau saduran. Sesungguhnya semua itu merupakan plagiarisme ide, sejauh apabila tidak dinyatakan sumber yang menjadi rujukannya. Dalam UU Hak Cipta, karya-karya adaptasi, gubahan, dan saduran mendapatkan perlindungan tersendiri. Demikian pula karya tafsir dan terjemahannya.

Plagiarisme seperti ini mendapat dukungan yang lemah dari undang-undang. Sebab, secara konseptual UU Hak Cipta hanya komit untuk melindungi ekspresi bukan ide. Jadi, sepanjang masih berupa ide atau gagasan, UU Hak Cipta tidak menjamin perlindungannya.

2. Plagiarisme Kata Demi Kata (Word-for-word plagiarism)

Serupa dengan slavis copy, yaitu menhutip karya orang lain secara kata demi kata tanpa menyebutkan sumbernya. Dianggap plagiarisme karena skala pengutipannya sangat substansial. Sehingga seluruh ide atau gagasan penulisnya benar-benar diambil. Banyak dilakukan pada karya tulis puisi.

3. Plagiarisme atas sumber (Plagiarism of source)

Dikatakan plagiarisme karena tidak menyebutkan sumber secara lengkap selengkap-lengkapnya referensi yang dirujuk dalam kutipan.

4. Plagiarisme Kepengarangan (Plagiarism of Authorship)

Plagiarisme ini terjadi apabila seseorang mengaku sebagai pengarang dari karya tulis yang disusun oleh orang lain. Tindakan ini dilakukan dengan kesadaran dan motif kesengajaan untuk membohongi publik.

Berdasarkan tipe-tipe plagiarisme di atas, kemiripan poster film horor Indonesia dapat digolongkan ke dalam plagiarisme ide.

2.1.2 Bentuk-Bentuk Tindakan Plagiarisme

Menurut Felicia Utorodewo dalam bukunya Bahasa Indonesia: Sebuah Pengantar Penulisan Ilmiah, merincikan beberapa bentuk tindakan berikut sebagai tindakan plagiarisme (Soelistyo, 2011, p.34):

- Mengakui tulisan orang lain sebagai tulisan sendiri;
- Mengakui gagasan orang lain sebagai pemikiran sendiri;
- Mengakui temuan orang lain sebagai kepunyaan sendiri;
- Mengakui karya kelompok sebagai kepunyaan atau hasil sendiri;
- Menyajikan tulisan yang sama dalam kesempatan yang berbeda tanpa menyebutkan asal-usulnya;
- Meringkas dan memparafrasekan (mengutip tak langsung) tanpa menyebutkan sumbernya; dan
- Meringkas dan memparafrasekan dengan menyebut sumbernya, tetapi rangkaian kalimat dan pilihan katanya masih terlalu sama dengan sumbernya.

Selain itu, Felicia juga mengklasifikasikan dua bentuk tindakan lain sebagai plagiarisme, yaitu:

- Menggunakan tulisan orang lain secara mentah, tanpa memberikan tanda yang jelas. Misalnya, dengan menggunakan tanda kutip atau blok alinea yang berbeda. Tanda serupa itu diperlukan untuk menunjukkan bahwa teks tersebut dikutip persis seperti tulisan yang tertera dalam sumber kutipan.

- Mengambil gagasan orang lain tanpa memberikan anotasi yang cukup tentang sumbernya.

Sementara itu, tindakan-tindakan yang tidak tergolong plagiarisme antara lain:

- Menggunakan informasi yang berupa fakta umum.
- Menuliskan kembali (dengan mengubah kalimat atau parafrase) opini orang lain dengan memberikan sumber jelas.
- Mengutip secukupnya tulisan orang lain dengan memberikan tanda batas jelas bagian kutipan dan menuliskan sumbernya.

2.2 Tanda Visual

2.2.1 Definisi Semiotika

Semiotika berasal dari bahasa Yunani "*semeion*", yang berarti tanda atau "*seme*" yang berarti penafsir tanda. Semiotika sendiri berakar dari studi klasik dan skolastik atas seni logika, retorika dan poetika (Sobur, 2009, p.16). Cabang ilmu ini semula berkembang dalam bidang bahasa, kemudian berkembang pula dalam bidang desain dan seni rupa. Ada kecenderungan bahwa manusia selalu mencari arti atau berusaha memahami segala sesuatu yang ada di sekelilingnya dan dianggapnya sebagai tanda. Tanda tersebutlah yang kemudian akan diungkapkan melalui metode penelitian menggunakan teori semiotika. Pada penelitian ini yang akan digunakan adalah model

semiotik milik Peirce karena adanya kelebihan yang dimiliki yaitu tidak menghususkan analisisnya pada studi linguistik.

Dalam definisi Saussure, semiotik merupakan sebuah ilmu yang mengkaji kehidupan tanda-tanda di tengah masyarakat yang menjadi bagian dari disiplin psikologi sosial (Sobur, 2009, p.12). Copley dan Jansz mengartikan semiotik sebagai ilmu analisis tanda atau studi tentang bagaimana sistem penandaan berfungsi. Lechte menyebut semiotik sebagai teori tentang tanda dan penandaan, lebih jelasnya suatu disiplin yang menyelidiki semua bentuk komunikasi yang terjadi dengan sarana *signs* (tanda-tanda) dan berdasarkan pada *sign system* (sistem tanda). Sedangkan Peirce mengartikan semiotik sebagai suatu hubungan di antara tanda, objek, dan makna (Sobur, 2009, p.16).

Dari berbagai definisi di atas, para ahli melihat semiotika sebagai ilmu atau proses yang berhubungan dengan tanda. Dapat disimpulkan bahwa semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis yang mempelajari tentang tanda (*sign*), fungsi tanda, dan produksi makna. Tanda adalah sesuatu yang bagi seseorang berarti sesuatu yang lain. Semiotik mengkaji tanda, penggunaan tanda dan segala sesuatu yang bertalian dengan tanda. Dengan kata lain, perangkat pengertian semiotika dapat diterapkan pada semua bidang kehidupan asalkan prasyaratnya dipenuhi, yaitu ada arti yang diberikan, ada pemaknaan dan ada interpretasi (Sobur, 2009, p.15).

Tanda adalah sesuatu yang digunakan untuk merepresentasikan dan memberi makna sesuatu yang lain. Tanda-tanda yang digunakan dan

berwujud visual, disebut sebagai tanda visual. Tanda-tanda visual tersebut berupa tulisan (tipografi), gambar (ilustrasi), dan warna sebagai representasi dari kepentingan atau maksud tertentu. Bidang ilmu yang mempelajari mengenai pembacaan tanda disebut dengan semiotika.

2.2.2 Jenis-Jenis Semiotika

Sekurang-kurangnya terdapat 9 (sembilan) macam jenis semiotik, yaitu : (Sobur, 2009, p.100-101)

1. Semiotik analitik, yakni semiotik yang menganalisis sistem tanda. Peirce menyatakan bahwa semiotik berobjekkan tanda dan menganalisisnya menjadi ide, objek, dan makna. Ide dapat dikatakan sebagai lambang, sedangkan makna adalah beban yang terdapat dalam lambang yang mengacu kepada objek tertentu.
2. Semiotik deskriptif, yakni semiotik yang memperhatikan sistem tanda yang dapat kita alami sekarang, meskipun ada tanda yang sejak dahulu tetap seperti yang disaksikan sekarang. Misalnya, langit yang mendung menandakan bahwa hujan tidak lama lagi akan turun, jika ombak memutih di tengah laut, itu menandakan bahwa laut berombak besar.
3. Semiotik faunal (*zoo semiotic*), yakni semiotik yang khusus memperhatikan sistem tanda yang dihasilkan oleh hewan. Hewan biasanya menghasilkan tanda untuk berkomunikasi antara sesamanya, tetapi juga sering menghasilkan tanda yang dapat ditafsirkan oleh

manusia. Misalnya, seekor ayam betina yang berkotek-kotek menandakan ayam itu telah bertelur atau ada sesuatu yang ia takuti.

4. Semiotik kultural, yakni semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang berlaku dalam kebudayaan masyarakat tertentu. Telah diketahui bahwa masyarakat sebagai makhluk sosial memiliki sistem budaya tertentu yang telah turun-temurun dipertahankan dan dihormati. Budaya yang terdapat dalam masyarakat yang juga merupakan sistem itu, menggunakan tanda-tanda tertentu yang membedakannya dengan masyarakat yang lain.
5. Semiotik naratif, yakni semiotik yang menelaah sistem tanda dalam narasi yang berwujud mitos dan cerita lisan (*folklore*). Telah diketahui bahwa mitos dan cerita lisan, ada di antaranya memiliki nilai kultural tinggi. Itu sebabnya Greimas (1987) memulai pembahasannya tentang nilai-nilai kultural ketika ia membahas persoalan semiotik naratif.
6. Semiotik natural, yakni semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang dihasilkan oleh alam. Air sungai keruh menandakan di hulu telah turun hujan, dan daun pohon-pohonan yang menguning lalu gugur.
7. Semiotik normatif, yakni semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang dibuat oleh manusia yang berwujud norma-norma, misalnya rambu-rambu lalu lintas. Di ruang kereta api sering dijumpai tanda yang bermakna dilarang merokok.
8. Semiotik sosial, yakni semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang dihasilkan oleh manusia yang berwujud lambang, baik lambang

berwujud kata maupun lambang berwujud kata dalam satuan yang disebut kalimat.

9. Semiotik struktural, yakni semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang dimanifestasikan melalui struktur bahasa.

2.2.3 Model Semiotika Charles Sanders Peirce

Teori Peirce berangkat dari tanda global atau pansemetik. Teori Peirce menjadi grand theory dalam semiotik. Gagasannya bersifat menyeluruh dan merupakan deskripsi struktural dari semua sistem penandaan (Sobur, 2009, p.47).

Charles Sanders Peirce merupakan ahli filsafat dan tokoh terkemuka dalam semiotika modern Amerika menegaskan bahwa, manusia hanya dapat berfikir dan berkomunikasi dengan sarana tanda. Tanda dalam seni rupa berupa tanda visual yang bersifat non verbal, terdiri dari unsur dasar berupa seperti garis, warna, bentuk, tekstur, komposisi dan lain sebagainya. Tanda-tanda yang bersifat verbal adalah tanda kebahasaan sebagaimana sudah kita kenal yang berupa kata-kata, kalimat, atau teks.

Peirce terkenal karena teori tandanya. Di dalam lingkup semiotika, Peirce sebagaimana dipaparkan Lechte (2001:227) seringkali mengulang-ulang bahwa secara umum tanda adalah yang mewakili sesuatu bagi seseorang (Sobur, 2009, p.40).

Tanda adalah sesuatu yang berbentuk fisik yang dapat ditangkap oleh panca indera manusia dan merupakan sesuatu yang merujuk

(merepresentasikan) hal lain di luar tanda itu sendiri. Tanda menurut Peirce terdiri dari ikon (tanda yang muncul dari perwakilan fisik), indeks (tanda yang muncul dari hubungan sebab-akibat), dan simbol (tanda yang muncul dari kesepakatan). Sedangkan acuan tanda ini disebut objek.

Peirce menandakan bahwa tanda-tanda berkaitan dengan objek yang menyerupainya, dan memiliki hubungan sebab akibat dengan tanda-tanda atau karena ikatan konvensional dengan tanda-tanda tersebut. Peirce menggunakan istilah ikon untuk kesamaannya, indeks untuk hubungan sebab-akibat, dan simbol untuk asosiasi konvensional (Sobur, 2009, p.34).

Tabel 1

TANDA	IKON	INDEKS	SIMBOL
Ditandai dengan:	Persamaan (kesamaan)	Hubungan sebab-akibat	Konvensi
Contoh:	Gambar-gambar Patung-patung Foto-foto	Api-asap Mendung-hujan Gula-semut	Kata-kata Isyarat
Proses	Dapat dilihat	Dapat diperkirakan	Harus dipelajari

Sumber: Arthur Asa Berger. 2000b. *Tanda-tanda dalam kebudayaan kontemporer*. Yogyakarta: PT Tiara Wacana, hlm.14

Menurut Peirce, sebuah analisis tentang esensi tanda mengarah pada pembuktian bahwa setiap tanda ditentukan oleh objeknya. Berdasarkan objeknya, Peirce membagi tanda-tanda yang digolongkan dalam semiotik, sebagai berikut (Sobur, 2009, p.41):

1. Ikon

Tanda yang hubungan antara penanda dan petandanya bersifat bersamaan bentuk alamiah. Atau dengan kata lain, Ikon adalah suatu tanda dimana hubungan antara tanda dan acuannya berupa hubungan berupa kemiripan. Jadi, ikon adalah bentuk tanda yang dalam berbagai bentuk menyerupai objek dari tanda tersebut. Contohnya, patung kuda adalah ikon seekor kuda.

2. Indeks

Tanda yang mempunyai hubungan langsung (kausalitas) dengan objeknya, atau hubungan sebab akibat, atau tanda sebagai bukti. Misalnya asap sebagai tanda adanya api.

3. Simbol

Merupakan suatu tanda dimana hubungan antara tanda dan acuannya merupakan hubungan yang sudah terbentuk secara konvensional. Lambang ini adalah tanda yang dibentuk karena adanya kesepakatan dari para pengguna tanda. Contohnya, warna merah bagi masyarakat Indonesia adalah lambang berani, mungkin di Amerika bukan.

Peirce (dalam Kriyantono, 2006:267) lebih jauh menjelaskan bahwa tipe-tipe tanda seperti ikon, indeks, dan simbol memiliki nuansa-nuansa yang dapat dibedakan. Perbedaan antara ikon, indeks, dan simbol secara lebih jelas dapat dilihat pada contoh dengan objek kuda berikut ini :

Tabel 2

Tabel Perbedaan Ikon, Indeks dan Simbol

IKON	INDEKS	SIMBOL
Lukisan kuda	Suara kuda	Diucapkan kata kuda
Gambar kuda	Suara langkah-langkah kuda	Makna gambar kuda
Patung kuda	Bau kuda	Makna suara kuda
Foto kuda	Gerak kuda	Makna bau kuda
Sketsa kuda		Makna gerak kuda

Berdasarkan gambar tabel di atas bisa kita lihat bahwa sesuatu yang berupa gambar, lukisan, patung, sketsa, foto, merupakan hal hal yang bersifat ikon. Sesuatu yang dapat mengisyaratkan sesuatu hal melalui suara, langkah-langkah, bau, dan gerak adalah tanda-tanda yang bersifat indeks. Sesuatu tanda yang dapat diucapkan, baik secara ucapan maupun dalam hati, arti atau makna dari gambar, bau, lukisan, gerak, merupakan sesuatu yang bersifat simbol.

Kemudian lebih lanjut, salah satu cara yang digunakan para pakar untuk membahas lingkup makna yang lebih besar adalah dengan membedakan antara makna denotatif dengan makna konotatif. Makna denotatif pada dasarnya meliputi hal-hal yang ditunjuk oleh kata-kata (makna referensial) dan bersifat objektif (makna sesungguhnya dari kata tersebut), dikatakan objektif sebab makna denotatif ini berlaku umum.

Sedangkan makna konotatif adalah makna denotatif ditambah dengan segala gambaran, ingatan, dan perasaan atau pikiran yang timbul atau yang ditimbulkan pada penulis dan pembaca, dan bersifat subjektif karena ada penambahan rasa dan nilai tertentu (Sobur, 2009, p.262).

Tabel 3

Tabel Perbandingan Denotasi dan Konotasi

DENOTASI	KONOTASI
Literatur	Pemakaian figur
Penanda	Petanda
Jelas	Kesimpulan
Menjabarkan	Memberi kesan tentang makna
Dunia keberadaan / Eksistensi	Dunia mitos

Sumber: Arthur Asa Berger. 2000a. *Media Analysis Techniques*. Edisi Kedua. Penerjemah Setio Budi HH. Yogyakarta: Penerbitan Universitas Atma Jaya, hlm.15

Menurut Peirce, tahap denotatif, yaitu mencatat semua tanda visual yang ada. Misalnya, ada gambar manusia, binatang, pohon, rumah. Warnanya juga dicatat, seperti merah, kuning, biru, putih, dan sebagainya. Pada tahap ini hanya informasi data yang disampaikan. dalam tahapan konotatif, kita membaca yang tersirat. Contohnya, gambar wajah orang tersenyum, dapat diartikan sebagai suatu keramahan, kebahagiaan. Tetapi sebaliknya, bisa saja tersenyum diartikan sebagai ekspresi penghinaan

terhadap seseorang. Untuk memahami makna konotatif, maka unsur-unsur yang lain harus dipahami pula.

2.2.4 Analisis Tanda Karya Desain Komunikasi Visual

Karya desain komunikasi visual mempunyai tanda berbentuk verbal (bahasa) dan visual, serta merujuk bahwa teks desain komunikasi visual dan penyajian visualnya juga mengandung ikon terutama berfungsi dalam sistem non kebahasaan untuk mendukung pesan kebahasaan, maka pendekatan semiotika sebagai sebuah metode analisis tanda guna mengupas karya desain komunikasi visual layak diterapkan dan disikapi secara proaktif sesuai dengan konteksnya.

Pembahasan analisis karya desain komunikasi visual berupa poster film horor Indonesia dengan kajian semiotika akan menggunakan teori Charles Sanders Peirce untuk menjelaskan jenis tanda non verbal (visual) yang mengandung: ikon, indeks, dan simbol. Serta makna yang terkandung baik denotasi dan konotasinya.

2.3 Definisi Film

Film sebagai suatu media komunikasi, merupakan suatu kombinasi yang terbentuk dari penggabungan indra penglihatan dan pendengaran yang berkaitan dengan usaha penyampaian pesan melalui gambar yang bergerak, pemanfaatan teknologi kamera, warna dan suara. Unsur-unsur tersebut didasari oleh sebuah cerita yang banyak mengungkapkan realita sosial yang

terjadi di sekitar lingkungan tempat dimana film itu sendiri tumbuh yang mengandung suatu isi pesan yang ingin disampaikan oleh sutradara kepada khalayak film. Film sendiri dapat juga berarti sebuah industri, yang mengutamakan eksistensi dan ketertarikan cerita yang dapat mengajak banyak orang terlibat.

Dalam buku kamus komunikasi, pengertian film yaitu (Effendy, 1989, p.82):

1. Bahan tipis dan bening berbentuk carik yang dilapisi emulsi, yang peka cahaya untuk merekam gambar dari suatu obyek kamera.
2. Media komunikasi yang bersifat visual atau audio visual untuk menyampaikan suatu pesan kepada sekelompok orang yang berkumpul di suatu tempat tertentu.

Sesuai dengan Undang-Undang perfilman yang baru No. 33 Tahun 2009 Bab 1, Pasal 1, yang dimaksud dengan film adalah karya seni budaya yang merupakan pranata sosial dan media komunikasi massa yang dibuat berdasarkan kaidah sinematografi dengan atau tanpa suara dan dapat dipertunjukkan.

Dapat disimpulkan bahwa film adalah salah satu media komunikasi massa yang dihasilkan dari penggabungan media suara dan gambar di dalamnya. Tujuan dari penggabungan kedua media tersebut agar menghasilkan komunikasi yang lebih efektif, sehingga pesan yang terkandung dalam film dapat ditangkap dan dimengerti dengan baik.

2.3.1 Pengertian Film Horor dan Subgenrenya

Film yang dirancang untuk menerbitkan rasa ngeri, takut, teror, jijik, atau horor dan dianggap berhasil jika mampu membuat penontonnya menjerit histeris dan nuansa horornya masih terbawa hingga lama setelah selesai menonton. Dalam plot-plot film horor, berbagai kekuatan, kejadian, atau karakter jahat, terkadang semua itu berasal dari dunia supernatural, memasuki dunia keseharian kita. Dalam film horor Indonesia sosok yang adalah hantu yang bergentayangan untuk melampiaskan dendam, sang hantu yang sebelumnya adalah manusia biasa selalu teraniaya, diperkosa, diinjak-injak, dan dihinakan. Balas dendam dilakukan ketika sang manusia telah meninggal secara tragis dan berubah menjadi hantu.

Seorang kritikus film Amerika, dalam bukunya membagi genre horor dalam tiga subgenre (Derry, 1977, p.97):

1. *Horror of Personality*

Tidak lagi menjadikan tokoh-tokoh mitos sebagai tokoh utamanya. Melainkan tokoh manusia biasa yang tampak normal, tetapi di akhir film mereka memperlihatkan sisi mengerikan mereka.

Contoh film : *Psycho* dan *The Silence of the Lamb*

2. *Horror of the Armageddon*

Film horor yang mengangkat ketakutan manusia akan hari kiamat atau akhir dari dunia. Di dalam film horor bencana ini kehancuran dunia disebabkan oleh peristiwa alam (tabrakan meteor, tsunami, atau

ledakan gunung berapi), serangan makhluk asing, serangan binatang, atau kombinasi semua faktor.

Contoh film : *Dawn of the dead* dan *2012*

3. *Horror of the Demonic*

Adalah horor hantu yang paling dikenal dalam dunia perfilman horor.

Menyajikan tema tentang dunia manusia yang menderita ketakutan karena kekuatan setan yang berusaha menguasai dunia dan mengancam kehidupan umat manusia.

Contoh film : *Nightmare on Elm Street* dan *Friday 13th*

2.4 **Pengertian Poster**

Kata poster berasal dari kata "*to post*" yang berarti menempelkan. Sebagai kata benda berarti *post* atau surat. Poster dapat diartikan sebagai tukang menempelkan surat pengumuman (Sastrosoediro, 1998, p.7).

Sebelum kemerdekaan di Indonesia, poster lebih dikenal dengan sebutan plakat (*placard*) yang berarti surat tempelan. Poster memiliki banyak fungsi, antara lain: memberikan informasi, menggalakkan, menggiatkan, memobilisasi, menjelaskan, bertanya, membangkitkan, memberikan dasar kehendak dan menyakinkan. Maka dari itu sebuah poster harus mampu menarik perhatian, ingatan, kepentingan atau setidaknya rasa ingin tahu seseorang tentang apa pesan yang disampaikan dalam poster tersebut . Untuk itu dalam mendesain poster perlu memperhatikan beberapa hal berikut (Sastrosoediro, 1998, p.9):

1. Poster harus dapat dibaca dan pesannya dapat dimengerti.
2. Menimbulkan sifat tertarik dan harus mengandung sesuatu yang baru dalam bentuk maupun pesan yang tertulis.
3. Poster harus dibuat dalam bentuk yang cukup besar bila dilihat dari jarak jauh agar membawa hasil seperti yang diinginkan.
4. Poster dari jarak dekat harus memberikan gairah dengan memakai pengenalan yang mudah dan detail yang menyenangkan.
5. Poster harus tetap di dalam ingatan penonton dengan mengadakan kontak baru antara penonton dan sebuah topik baru atau sebuah hasil baru.

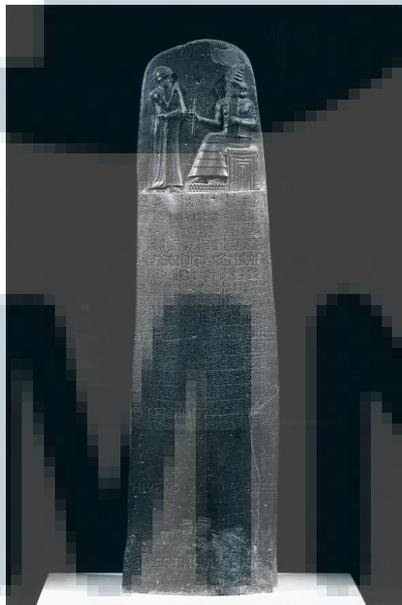
Poster adalah iklan atau pengumuman yang diproduksi secara massal dan umumnya dibuat dalam ukuran besar di atas kertas untuk diperlihatkan kepada khalayak. Sebuah poster biasanya berisi gambar ilustrasi dengan warna-warna yang indah dan beberapa teks maupun memuat trademark. Sebuah poster biasanya berguna secara komersial untuk mengiklankan suatu produk, suatu kegiatan, acara entertainment, even-even tertentu maupun sebagai alat propaganda. Namun banyak juga poster yang dibuat hanya untuk tujuan seni maupun sebagai hiasan.

Poster merupakan salah satu media komunikasi visual berbentuk dua dimensional. Kehadirannya bertujuan menyampaikan suatu pesan, keinginan, mengumumkan sesuatu agar diketahui masyarakat dan mengingatkan mereka tentang hal-hal yang dianggap penting (Tinarbuko, 2009).

Poster adalah salah satu bagian dari seni dan desain yang memiliki gaya, aliran maupun tren tersendiri yang tidak lepas dari tingkat penguasaan teknologi serta gaya hidup dari suatu zaman (Kusrianto, 2009, p.338).

2.4.1 Sejarah Awal Poster

Collier Encyclopedia menyebutkan bahwa poster awal yang diketahui dalam sejarah adalah buku undang-undang dari Raja Hamurabi yang dikenal dengan sebutan "*Code Hammurabi*" yaitu sebuah batu *diorite* yang memiliki panjang 8 kaki (225 *em*) dan berisikan 21 kolom yang membujur ke bawah, merupakan *bas relief* yang memuat undang-undang Pemerintahan dari Raja Hamurabi yang diterima dari Dewa Matahari sekitar tahun 2076-2025 SM. Kemudian sepuluh perintah tersebut dipahatkan pada batu tersebut.



Gambar 2.4.11 *Code Hammurabi*
(<http://historymartinez.files.wordpress.com/2011/08/hammurabi-1.jpg>)

Pada *Americana Encyclopedia* yang dinilai sebagai stadium pertama dari poster adalah tulisan diatas papyrus yang ditemukan oleh seorang arkeolog dalam puing-puing *Thebes* dari Mesir (146 SM). Yang berisikan: budak belian bernama Shem telah melarikan diri dari majikannya, Hapu si tukang tenun meminta izin kepada penemunya untuk mengembalikannya dan akan diberi hadiah. Kemudian di Yunani ditemukan papan pengumuman yang disebut *Axones* yang dapat berputar perlahan-lahan dan teratur yang digerakkan dengan alat penggerak mekanik yang ada di dalamnya. *Axones* ini memuat program olah raga dan nama atlet yang akan bertanding.

Selain itu di kota Pompeii muncul pula papan kayu yang dilapisi dengan semacam perekat, suatu bentuk lain dari poster (*bill-posting*) yang dicat putih dan disebut "album". Pengumuman dan peringatan yang dilukis pada dinding dengan menggunakan kuas yang lebar dan warna yang efektif disebut *dipinti*, sedang desain yang digoreskan pada permukaan disebut dengan *graffiti*.

Di Inggris abad XV yang memegang peranan media komunikasi umum ialah tukang teriak (*public crier*), menjelang akhir abad ini muncul pengumuman atau penawaran yang ditulis dengan tangan. Media ini dikenal sebagai *squis*, dari kata Latin "*si quis*" yang berarti *if anybody*. Pada awalnya berbentuk pengumuman-pengumuman yang ditempelkan pada pintu-pintu gereja atau kaum pendeta yang mencari tenaga pembantu

gereja atau jabatan pendeta itu sendiri (*vicarage*). Tetapi akhirnya dipakai juga oleh orang-orang profesional dan bisnis.

Dengan ditemukannya alat cetak oleh orang Jerman bernama Johannes Guttenberg (1439-1444) merupakan dasar perkembangan poster. Disebarluaskannya benda-benda cetak membuka banyak kemungkinan baru yang memiliki perkembangan dan jangkauan yang jauh. Teks yang lebar dapat dicetak dalam waktu yang singkat dan dalam jumlah yang tidak terbatas. Beberapa dasawarsa setelah penemuan percetakan baru, poster pertama muncul di Inggris pada tahun 1477.

Di Belanda, Aloys Senefelder (1795) menemukan sistem cetak yang disebut *Lithography* yang memungkinkan seniman mendapatkan satu kebebasan yang tak didapat pada cukilan kayu. Setelah ditemukan cetak warna pada tahun 1827, perkembangan litografi semakin pesat.

Jules Cheret (1836-1932) memperkenalkan desain poster spontanitas yang hasilnya ditetapkan sebagai permulaan dari poster modern, yakni: menggunakan gadis cantik sebagai model dalam desain posternya. Corak seni lukis yang berkembang pada waktu itu mempengaruhi pula pembuatan desain poster. Dengan semakin majunya teknik cetak dan semakin bagusnya kualitas kertas yang dapat dihasilkan sekarang ini, maka media poster semakin sempurna pula. Poster yang dibuat dengan kertas tempel (*stiker*) dengan ukuran besar termasuk dalam papan iklan atau *billboard* (Sastrosoediro, 1998, p.9-12).

Penjabaran di atas merupakan sejarah singkat mengenai poster secara umum, di bawah ini merupakan ringkasan mengenai sejarah poster film. Pada awalnya poster-poster film hanya berupa selebaran yang ditulis dengan huruf-huruf balok berikut coretan-coretan seadanya. Kemudian terjadi perkembangan yang mana lalu dibuat gambar-gambar yang menyerupai bintang yang muncul di film itu berikut adegan-adegan terpilih. Dari sana muncul seniman-seniman yang mulai memakai warna-warna berani serta merambah ke pengembangan-pengembangan desain.

Sampai pada tahun 1920-an, menurut *Premiere* poster bioskop masih terpengaruh oleh teater. Pada masa itu teknik pembuatan poster masih dibuat dengan teknik litografi, sebelum mereka mengenal foto *offset*. Sebagai alat pemasaran yang utama sebelum era TV, poster dikatakan tak ternilai harganya. Namun begitu era TV serta gedung bioskop berukuran studio merebak, poster-poster berukuran besar mulai berkurang popularitasnya.

2.4.2 Jenis-Jenis Poster

Menurut tujuan periklanannya, poster dibedakan menjadi dua macam, yaitu (Gumilar, 2003, p.12):

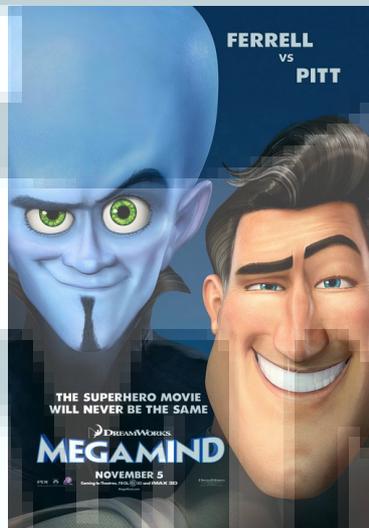
1. Poster Komersial

Poster yang bertujuan untuk mengkampanyekan suatu merek produk dagang atau dengan kata lain, tujuan pembuatan poster itu berdasar

kepentingan dagang semata dengan jalan untuk meningkatkan volume penjualan dan pemasaran produk itu sendiri.



Gambar 2.4.14 Poster Sony PSP (Poster Komersial)
(http://1.bp.blogspot.com/-mnRjeP6_lzA/T0pTBXxJXHIAAAAAAAAAAdw/_6lDzVVzuw/s1600/Poster+komersial+PSP.jpg)



Gambar 2.4.15 Poster Film *MegaMind* (Poster Komersial)
(http://1.bp.blogspot.com/_rVqX_QaxJE4/TEU6hOy1jOI/AAAAAAA4Y/iO43ZF-DtIE/s1600/megamind_ver2.jpg)

2. Poster Non Komersial/Sosial

Poster yang bertujuan untuk melayani kepentingan umum yang bersifat sosial kemasyarakatan. Pada dasarnya poster non komersial adalah sarana penyampaian pesan atau informasi yang bersifat sosial.



Gambar 2.4.12 Poster Global Warming (Poster non Komersial)
(<http://www.kontaktuhan.org/sos-pemanasanglobal.jpg>)



Gambar 2.4.13 Poster Hentikan Perang (Poster non Komersial)
(<http://1.bp.blogspot.com/-dsaBCy0mFhY/UL6plLnci7I/AAAAAAAAAAT4/E9MC8JTh6DI/s1600/poster%2Bandreas%2Biswinarto%2Bstopwars.jpg>)

Berikut beberapa jenis poster yang dibedakan dari desain dan penggunaannya, diantaranya adalah (Kusrianto, 2009, p.338):

1. Poster Teks

Poster yang mengutamakan teks dalam penyampaian informasi.

2. Poster Bergambar

Sejak terjadinya Revolusi Industri di Prancis pada akhir abad ke 17.

Para seniman poster Prancis diantaranya Henri de Toulouse Lautrec,

Piere Bonnard, dan Jules Cheret merubah poster menjadi ekspresi seni

yang inovatif, semua dibuat dengan cara manual.

3. Poster Propaganda

Karya James Mountgomery Flagg, poster Uncle Sam: I Want You!

Yang muncul di AS pada tahun 1917 dinobatkan menjadi karya desain

grafis yang bersejarah selama bertahun-tahun.

4. Poster Kampanye

Poster yang dipergunakan untuk menarik simpati masyarakat pada

pemilihan umum.

5. Poster Riset dan Kegiatan Ilmiah

Biasa digunakan di kalangan akademisi untuk mempromosikan

kegiatan karya ilmiah yang akan dilakukan.

6. Poster Karya Seni

Karya seni poster merupakan ekspresi dari desainer grafis yang

biasanya dijadikan ajang berkreasi bagi mahasiswa yang mempelajari

bidang seni grafis.

7. Poster Pelayanan Masyarakat

Tidak bersifat komersial atau diperdagangkan, karena poster ini biasanya dilombakan oleh lembaga-lembaga pemerintahan.

8. Poster Komersial

Poster iklan suatu produk yang dikemas secara kreatif dan artistik sehingga mampu mencuri perhatian pembacanya. Poster komersial ini banyak ditemukan dimana saja.

9. Poster Film

Media yang umum digunakan dalam iklan sebuah film adalah poster. Maka peran poster film sangatlah penting untuk menarik minat masyarakat. Poster film harus mampu merangsang imajinasi penonton dan mengkomunikasikan apa yang ada dalam film kepada penonton.

Sampai saat ini, poster film dibuat menggunakan teknologi dan profesionalisme yang tinggi dari para desainer-desainernya. Poster ini pun banyak disenangi publik karena rata-rata sangat menarik dan mempunyai potensi jual yang cukup tinggi, bahkan adapun yang menjadi kolektor poster film. Sebelum pembuatan poster film masuk ke dalam dunia komputerisasi, pembuatan poster film masih dilakukan dengan cara *free hand* atau manual yang dilukis langsung pada kertas atau kain.

2.4.3 Karakteristik Poster

Alexander Nesbitt menyebutkan tentang karakteristik dasar untuk sebuah poster yang baik yaitu *“There are three characteristics or factors that are essential to good poster, they are simplicity, unity, and surprise.”* (Gumilar, 2003, p.24):

1. *Simplicity* (Kesederhanaan)

Sederhana berarti tidak rumit, jelas yang disederhanakan dalam garis, bentuk dan warna yang seminimal mungkin. Agar semua unsur tersebut dapat mengomunikasikan pesan yang dimaksud kepada yang melihat dalam waktu yang singkat, sebaiknya unsur-unsur tersebut jangan sampai hilang karena penyampaian yang tidak efektif (Mawardi, 1972).

2. *Unity* (Kesatuan)

Adalah adanya suatu hubungan antara semua unsur-unsur yang ada, dimana tidak perlu ditambahkan unsur pendukung lainnya ataupun dikurangi suatu unsur yang sudah ada sehingga menyebabkan tidak adanya sebuah kesatuan pada poster (Mawardi, 1972).

3. *Surprise* (Kejutan)

Salah satu unsur yang harus ada dalam sebuah poster sebagai daya tarik. Karena kemudian bisa dikembangkan lagi untuk membuat yang melihat poster tersebut menggerakkan mata ke arah lain sehingga poster menjadi sebuah komposisi yang dinamis. Kejutan disini lebih diarahkan

untuk membuat suatu variasi yang tentunya tetap harmonis dari awal sampai akhir dengan tetap mempertahankan keseimbangan dan ritme (Mawardi, 1972).

2.4.4 Elemen Visual Poster Film

Adanya ilustrasi dan tulisan atau tipografi yang dapat memperkuat penyampaian pesan adalah hal yang penting untuk diperhatikan dan berhubungan erat dengan poster film, kemudian warna yang memiliki nilai psikologis, selain itu juga perlu dipelajari tentang tipografi dimana karakter bentuk huruf sangat berpengaruh pada pesan yang disampaikan, serta ilustrasi yang menjadi perhatian utama dalam visualisasi poster.

Elemen-elemen yang harus ada pada poster film antara lain adalah sebagai berikut (Baksin, 2003).:

1. Ilustrasi

Ilustrasi sebagai implementasi bahasa yang diterjemahkan dalam visual memiliki sifat arbitrer, yaitu dapat memiliki beragam makna, tergantung dari pengalaman si pembacanya. Perbedaan tersebut dapat muncul karena masing-masing individu (pembaca) memiliki pengalaman atau referensi yang berbeda, baik yang muncul secara alamiah ataupun karena faktor kultural. Namun perbedaan tersebut dapat diatasi dengan makna-makna yang telah disepakati bersama (konvensi) terhadap sebuah ilustrasi (simbolik).

Digunakan untuk membantu mengkomunikasikan pesan dengan tepat, cepat, serta tegas dan merupakan terjemahan dari sebuah judul. Ilustrasi dalam poster film harus lebih banyak menonjolkan unsur kemenarikan sebagai hal utama serta diharapkan bisa membentuk suasana penuh emosi, dan menjadi gagasan seakan-akan nyata. Ilustrasi sebagai gambaran pesan yang tidak terbaca namun dapat mengurai cerita, hal itu dapat berupa gambar dan tulisan yaitu bentuk grafis informasi yang memikat. Dengan ilustrasi maka pesan menjadi lebih berkesan, karena pembaca akan lebih mudah mengingat gambar. Meskipun ilustrasi merupakan *attention-getter* yang paling efektif, tetapi akan lebih efektif lagi bila ilustrasi tersebut juga mampu menunjang pesan yang terkandung. Ilustrasi harus di desain dengan baik dan tidak hanya menggunakan ilustrasi sebagai pengisi ruang atau hanya sekedar untuk membuat poster agar tampak menarik.

2. Judul

Dalam judul seorang desainer poster film harus jeli dan tepat untuk memilih tipografi yang sesuai. Sebuah poster film terkadang menambahi bagian yang disebut sebagai sub judul (*sub title*) yang mencakup keterangan tambahan untuk lebih mendukung judul dan kemenarikan dari poster film tersebut. Elemen sub judul ini umumnya disajikan dalam bentuk ekspresi kalimat yang relatif singkat.

3. *Credit Title*

Titel kredit dalam poster film terdiri atas nama, produser film, sutradara, judul film, nama-nama pemeran utama dan pemeran pendukung, desainer kostum, pembuat efek visual (*visual effect*), pengarah musik, editor film, desainer produksi, pengarah koreografi, fotografer, penyusun naskah skenario, logo-logo pendukung suara, serta logo-logo perusahaan.

2.4.5 Visualisasi Poster

Unsur visual merupakan salah satu cara yang paling efektif untuk penyampaian pesan verbal. Adapun pengertian kata “visualisasi” berdasarkan kata dasarnya “visual” memiliki pengertian sebagai berikut:

1. *“A preliminary drawing showing a proposed design. Also called a scamp or rough.”* (Campbell, 2000, p.312).
2. Bagian dari iklan yang berupa gambar (Salim, 1991, p.2239).

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan, visualisasi adalah kegiatan beriklan yang menyajikan secara visual dalam bentuk ilustrasi dua dimensi yang membentuk sebuah desain tertentu. Berbagai bentuk visualisasi banyak dipengaruhi oleh elemen-elemen penyusunnya. Elemen-elemen yang dimaksud ialah ilustrasi, warna, tipografi, dan layout.

2.4.5.1 Ilustrasi dan Fungsinya

Ilustrasi merupakan bagian dari gambar sebuah poster film. Dalam hal ini ilustrasi memiliki pengertian, yaitu:

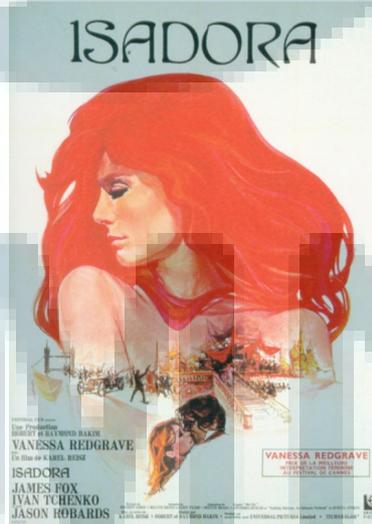
1. *“Any drawing, painting, diagram, photograph, or other image reproduced in a publication to explain or supplement the text.”* (Campbell, 2000, p.316).
2. *“A term sometimes used specifically to distinguish a drawn image from a photograph.”* (Campbell, 2000, p.316).

Menurut Suidiana dalam bukunya yang berjudul Komunikasi Periklanan Cetak, ilustrasi adalah salah satu unsur penting yang sering digunakan dalam komunikasi periklanan, karena sering dianggap sebagai bahasa universal yang dapat menembus rintangan yang ditimbulkan oleh perbedaan bahasa kata-kata. Ilustrasi (termasuk pula foto, diagram, grafik, peta dan tanda-tanda) dapat mengungkapkan suatu hal secara lebih berhasil daripada teks (Suidiana, 1986, p.13).

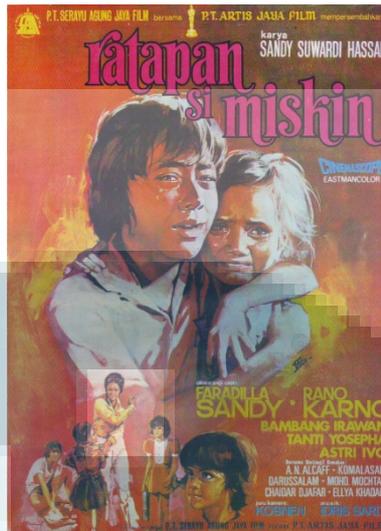
Aplikasi ilustrasi yang sering digunakan desain grafis adalah gambar manual dan fotografi. Gambar manual telah lama dikenal manusia, yakni pada masa Paleolithikum, gambar-gambar pada dinding gua. Hingga kini, gambar manual telah mengalami perkembangan baik dari segi fungsi dan corak. Pada intinya, gambar manual merupakan perwujudan ide baik kenyataan ataupun imajinasi manusia. Gambar manual dapat menjelaskan beberapa subjek yang tak dapat dilakukan dengan fotografi. Contohnya untuk menjelaskan info detail seperti cara kerja fotosintesis. Fotografi

lebih berguna untuk menceritakan keberadaan suatu tempat, orang atau produk juga dapat memberikan kejutan dan keinginan bereksperimen. Namun lebih daripada itu memiliki fungsi seperti: untuk mendapatkan rekaman peristiwa-peristiwa (dokumentasi), bahan informasi, untuk melengkapi data-data yang melengkapi usaha/kerja proyek, untuk keperluan promosi, untuk mencari kesenangan, dan untuk ekspresi diri (Suprpto, 1999, p.1).

Satu hal pokok yang harus di ingat dalam menyajikan poster adalah ilustrasi memegang peranan yang paling penting, karena seseorang hanya akan melihatnya dalam beberapa detik saja. Orang akan cenderung ingat ilustrasi daripada kata-kata yang ada. Dengan begitu kata-kata yang digunakan dalam sebuah poster harus hemat dalam tulisan (pesan) karena keterbatasan waktu untuk melihat.



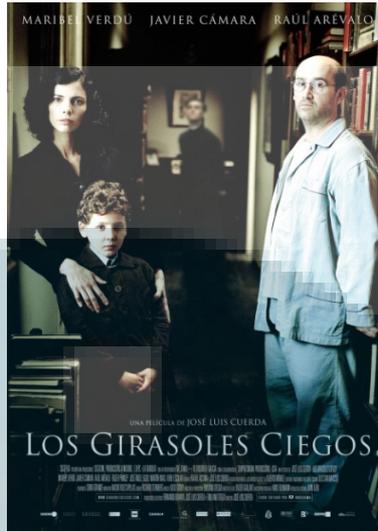
Gambar 2.4.5.1.1 Poster Film Isadora (Poster dengan ilustrasi manual)
(http://upload.wikimedia.org/wikipedia/en/c/c9/Isadora_1968_film_poster.jpg)



Gambar 2.4.5.1.2 Poster Film Ratapan Miskin (Poster dengan ilustrasi manual)
(http://upload.wikimedia.org/wikipedia/en/c/c9/Isadora_1968_film_poster.jpg)



Gambar 2.4.5.1.3 Poster Film Merah Putih (Poster dengan ilustrasi fotografi)
(<http://coretanfilm.files.wordpress.com/2012/05/merah-putih.jpg>)



Gambar 2.4.5.1.4 Poster Film Los Girasoles Ciegos (Poster dengan ilustrasi fotografi)
(http://upload.wikimedia.org/wikipedia/en/e/ec/Los_Girasoles_Ciegos_film_poster.jpg)

Beberapa fungsi ilustrasi dalam iklan disebutkan sebagai berikut

(Sudiana, 1986, p.37):

1. Menarik perhatian pembaca.
2. Merangsang minat untuk membaca pesan secara keseluruhan.
3. Menonjolkan salah satu keistimewaan produk.
4. Menjelaskan suatu pernyataan.
5. Memenangkan persaingan dalam menarik perhatian pembaca diantara rentetan pesan lainnya dalam suatu media yang sama.
6. Menciptakan suatu suasana yang khas.
7. Mendramatisir pesan.
8. Menonjolkan suatu merek atau menunjang semboyan yang ditampilkan.
9. Mendukung judul iklan.

Fungsi ilustrasi di atas merupakan fungsi secara umum dari sebuah poster, khusus untuk poster film pesan secara keseluruhan yang ingin disampaikan digantikan dengan *credit title* yang berisi keterangan yang menyangkut pembuatan dari sebuah film. *Credit title* biasa dianggap sebagai pelengkap bagi sebuah poster film. Sebab peranan utama sebuah poster film terletak pada ilustrasi yang menarik sehingga mampu menciptakan suasana yang khas sehingga dapat membangkitkan emosi orang yang melihatnya.

2.4.5.2 Warna, Fungsi dan Atributnya

Dalam poster film, warna merupakan elemen yang dapat mempengaruhi kondisi emosional seseorang. Warna merupakan salah satu unsur yang menghasilkan daya tarik visual, dan pada kenyataannya warna lebih memiliki daya tarik pada emosi dibanding akal. Warna sangat memengaruhi ilustrasi sampai dengan pengambilan keputusan seseorang. Apabila seseorang menyukai warna tertentu, besar kemungkinan orang tersebut akan memutuskan untuk memilih obyek dengan warna yang disukainya. Warna akan meraih target melalui (Danger, 1992, p.51):

1. Respon Fisiologis

Warna menarik perhatian, betapapun netralnya pesan yang ingin disampaikan. Warna mampu membuat penjual dengan daya tarik impuls pada tempat penjual.

2. Respon Psikologis

Warna dapat menyatakan kehangatan, kedinginan, kualitas, rasa hati dan emosi lainnya karena warna didasarkan pada tabiat atau suasana hati manusia. Warna mampu menyampaikan kesan musim dan perasaan lain yang diinginkan.

3. Respon Emosional

Warna dapat menyampaikan kesenangan dan meningkatkan penampilan, tetapi pengguna perlu diyakinkan bahwa ini akan meningkatkan penjualan.

Warna memiliki fungsi praktis dalam seluruh aplikasi grafis, selain dari nilai dekorasinya. Berikut ini adalah beberapa fungsi warna yang memiliki kaitan dengan poster film:

1. Fungsi Estetis

Warna telah diketahui mempunyai kekuatan untuk membangkitkan rasa keindahan, hal tersebut dinamakan keharmonisan warna. Dalam harmoni warna kita rasakan munculnya efek yang menyenangkan oleh 2 atau lebih warna terhadap masing-masing (Gumilar, 2003, p.22).

2. Fungsi Isyarat

Seperti penggunaan warna-warna terang akan lebih menarik perhatian meskipun pada jarak yang relatif jauh, karena warna terang memantulkan cahaya lebih jauh dibandingkan warna gelap.

Sedangkan penggunaan warna-warna gelap dapat digunakan untuk

menarik perhatian dalam jarak dekat, untuk membuat suasana yang menakutkan, mencekam, bahkan sifat eksklusif. Pemilihan warna tersebut selalu memiliki arti dan tujuan tertentu untuk menunjukkan sesuatu yang diinginkannya.

3. Fungsi Psikologis

Warna mampu membangkitkan perasaan dan keinginan seseorang. Pemilihan warna dan penggunaan kombinasi warna yang tepat akan sangat memengaruhi kondisi yang ingin digambarkan dalam poster film. Warna yang ada dalam sebuah obyek pasti akan menciptakan dampak psikologis terhadap orang yang melihatnya sesuai dengan pengalaman subjek, sehingga pada akhirnya dapat mempengaruhi emosi seseorang.

4. Fungsi Keterbacaan

Beberapa kombinasi warna memiliki tingkat keterbacaan lebih baik dibanding warna lainnya. Dalam menentukan warna yang mudah terbaca pada penggunaan tipografi akan membawa efek pada yang memandang, sehingga pada akhirnya warna akan berdampak 2 kali lebih banyak. Pada akhirnya memungkinkan dapat mencegah adanya kesalahan dalam membaca.

WARNA	Respon Psikologi	Catatan
Merah	Power, energi, kehangatan, cinta, nafsu, agresi, bahaya	Warna Merah kadang berubah arti jika dikombinasikan dengan warna lain. Merah dikombinasikan dengan Hijau, maka akan menjadi simbol Natal. Merah jika dikombinasikan dengan Putih, akan mempunyai arti 'bahagia' di budaya Oriental.
Biru	Kepercayaan, Konservatif, Keamanan, Tehnologi, Kebersihan, Keteraturan	Banyak digunakan sebagai warna pada logo Bank di Amerika Serikat untuk memberikan kesan 'kepercayaan'.
Hijau	Alami, Sehat, Keberuntungan, Pembaharuan	Warna Hijau tidak terlalu 'sukses' untuk ukuran Global. Di Cina dan Perancis, kemasan dengan warna Hijau tidak begitu mendapat sambutan. Tetapi di Timur Tengah, warna Hijau sangat disukai.
Yellow	Optimis, Harapan, Filosofi, Ketidak jujur, Pengecut (untuk budaya Barat), pengkhianatan.	Kuning adalah warna keramat dalam agama Hindu.
Ungu/Jingga	Spiritual, Misteri, Kebangswanan, Transformasi, Kekasaran, Keangkuhan	Warna Ungu sangat jarang ditemui di alam.
Oranye	Energy, Keseimbangan, Kehangatan	Menekankan sebuah produk yang tidak mahal.
Coklat	Tanah/Bumi, Reliability, Comfort, Daya Tahan.	Kemasan makanan di Amerika sering memakai warna Coklat dan sangat sukses, tetapi di Kolumbia, warna Coklat untuk kemasan kurang begitu membawa hasil.
Abu Abu	Intelek, Masa Depan (kayak warna Milenium), Kesederhanaan, Kesedihan	Warna Abu abu adalah warna yang paling gampang/mudah dilihat oleh mata.
Putih	Kesucian, Kebersihan, Ketepatan, Ketidak bersalahan, Setril, Kematian	Di Amerika, Putih melambangkan perkawinan (gaun pengantin berwarna putih), tapi di banyak budaya Timur (terutama India dan Cina), warna Putih melambangkan kematian.
Hitam	Power, Seksualitas, Kecanggihan, Kematian, Misteri, Ketakutan, Kesedihan, Keanggunan	Melambangkan kematian dan kesedihan di budaya Barat. Sebagai warna Kemasan, Hitam melambangkan Keanggunan (Elegance), Kemakmuran (Wealth) dan Kecanggihan (Sophiscated)

Gambar 2.4.5.2.1 Gambar Tabel Arti Warna
(http://1.bp.blogspot.com/_gynEqodojk4/S78sLL27s6I/AAAAAAAAAJM/-wUkcttkfVA/s1600/warna.jpg)

Pemilihan warna dengan karakteristik tertentu akan mempengaruhi kesan yang ditimbulkan dalam sebuah poster. Pemilihan warna tersebut memiliki sejumlah atribut dasar yang didapat melalui penelitian dan pengalaman, sebagian bersifat emosional, dan sebagian lagi berasal dari tanggapan fisiologis, psikologis, dan optik yang dipacu oleh warna.

Berikut ini adalah daftar atribut utama dari warna yang berkaitan langsung dengan aplikasi poster film (Danger, 1992):

1. Usia

Beberapa warna memiliki daya tarik terhadap muda-mudi dan kurang begitu menarik bagi orang tua. Hal ini sangat berpengaruh terhadap jenis film tersebut, karena hal ini juga disesuaikan dengan usia orang yang akan menontonnya, contoh: film kartun 2 dimensi atau 3 dimensi, poster-posternya akan condong menggunakan lebih banyak warna-warna dasar.

2. Asosiasi

Asosiasi warna mampu menyampaikan karakteristik dari sebuah film, contohnya: warna-warna gelap dan terkesan dingin sering dipakai untuk film-film yang bergenre bencana, horor, *hi-tech*, dan lainnya.

3. Suasana hati

Warna mampu menyampaikan suasana hati yang bermacam-macam. Warna yang sesuai dapat dipakai untuk menggugah hati atau menyampaikan suatu citra. Penggunaan warna pada poster-poster film yang bergenre komedi lebih banyak menggunakan warna-warna terang dan cerah untuk menggambarkan suasana tersebut.

4. Mode

Warna dapat menciptakan trend terhadap segala hal (pakaian, rumah, mobil, dan lainnya) tanpa terkecuali poster-poster film.

5. Preferensi

Ada kesukaan umum pada warna yang bervariasi menurut umur dan yang harus dibedakan dengan trend. Penggunaan warna yang disukai hanya dilakukan bila seluruh keadaan lain telah dipertimbangkan. Artinya pemilihan warna berdasarkan tingkat kesenangan dari masyarakat secara umum baru dapat dilakukan apabila tidak ada lagi yang diperbuat terhadap poster film yang akan dibuat tersebut.

6. Seks

Beberapa warna memiliki daya tarik yang lebih pada perempuan daripada pria. Kebanyakan warna mempunyai konotasi seksual. Misalnya pada poster film yang bertemakan “*girlie*” maka akan cenderung menggunakan warna-warna yang mencerminkan feminisme.

7. Tradisi

Ada warna tradisi dan ide dekoratif yang dapat dipakai secara tepat pada sebuah poster film. Misalnya film yang mengisahkan kehidupan etnis Tionghoa yang didominasi oleh warna merah, dan kuning keemasan.

8. Kepribadian

Psikologis manusia terdiri atas beberapa kepribadian yang memiliki keterkaitan dengan warna. Misalnya orang *Sanguis* yang cenderung menyukai warna yang cerah dan yang energik. Orang *Melankolis* yang cenderung memilih warna yang kalem.

9. Pasar

Diartikan sebagai komunitas masyarakat. Beberapa warna mewakili komunitas yang ada dalam kehidupan masyarakat.

10. Keterlihatan

Merupakan salah satu hal yang penting dalam poster film agar dapat terbaca dengan baik judul dan *credit title*.

2.4.5.3 Tipografi, Sejarah, Anatomi dan Klasifikasi Tipografi

Ilmu yang secara spesifik mempelajari tentang huruf disebut tipografi. Pengetahuan mengenai huruf yang dipelajari dalam sebuah disiplin seni disebut tipografi (Sihombing, 2001, p.3). Secara mendalam tipografi mempelajari tentang karakteristik, anatomi, ekspresi, persepsi, pesan visual dari masing-masing huruf. Dengan demikian setiap bunyi akan dapat diwakili dengan susunan huruf. Tipografi merupakan bagian penting dalam desain grafis selain ilustrasi dan warna seperti yang telah dijelaskan diatas. Dengan pemilihan jenis huruf yang tepat akan dapat menghasilkan rancangan sesuai dengan karakteristik yang diinginkan.

Dengan kata lain huruf harus mempunyai perpaduan nilai fungsional dan nilai estetik (Sihombing, 2001, p.2).

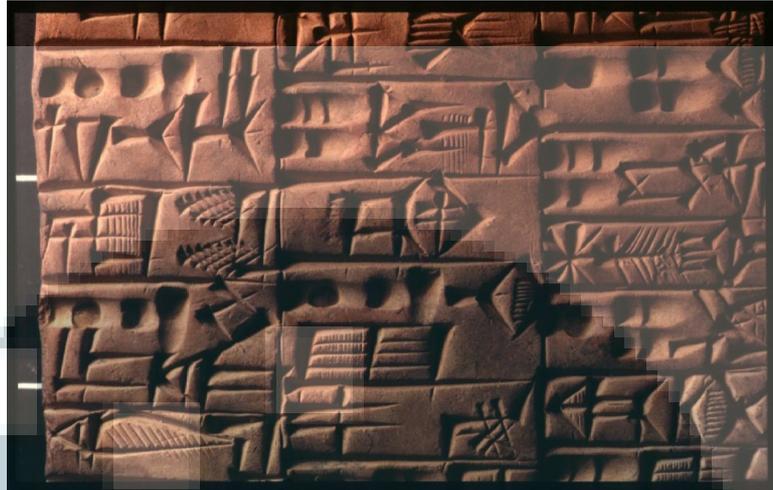
Sejarah tipografi merupakan salah satu indikator yang menandai antara peradaban masa awal sejarah dan prasejarah. Perkembangan tipografi atau bahasa tulis dimulai sejak sebelum Masehi, awalnya manusia menggunakan bahasa gambar untuk berkomunikasi. Bangsa Afrika dan

Eropa mengawalinya sekitar tahun 35000–4000 SM dengan membuat lukisan pada dinding gua dengan menggunakan berbagai pewarna yang diambil dari alam, baik hewan maupun tumbuhan.



Gambar 2.4.5.3.1 Lukisan Dinding Gua (35000-4000 SM)
(<http://amekaw.com/wp-content/uploads/2012/05/lukisan-dinding.jpg>)

Selanjutnya pada tahun 3150 SM muncul sistem penulisan yang disebut dengan *cuneiform*, yaitu sistem penulisan pada kepingan tanah liat yang berbentuk seperti paku. Baru pada 3100 SM, bangsa Mesir menggunakan *pictograph* sebagai simbol-simbol yang menggambarkan sebuah objek. Komunikasi dengan menggunakan gambar berkembang dari *pictograph* hingga *ideograph*, yaitu simbol-simbol yang merepresentasikan gagasan yang lebih kompleks serta konsep abstrak yang lain.



Gambar 2.4.5.3.2 Cuneiform pada kepingan tanah liat (3150 SM)
(<http://lib.lbcc.edu/handouts/images/egypt/cuneiform.jpg>)

Peralihan yang mendasar dari bahasa gambar dan tanda yang dibunyikan hingga bahasa tulis yang dapat dibunyikan dan memiliki arti dapat disaksikan pada sistem alphabet Phoenician pertama yang diperkenalkan pada tahun 1300 SM. Alphabet ini terdiri 23 simbol yang sederhana dan terbatas hanya sebagai perwakilan unsur bunyi. Bangsa Yunani kemudian mengadaptasi sistem alphabet ini ke dalam struktur anatomi huruf yang lebih teratur dengan penerapan bentuk-bentuk geometris. Perkembangan yang terpenting dari sistem alphabet ini adalah penerapan pola membaca dari arah kiri ke kanan. Sistem alphabet lalu berkembang terus hingga akhirnya Romawi menyempurnakannya ke dalam bentuk yang kita kenal dan gunakan saat ini (Sihombing, 2001, p.3-4).

Perkembangan bahasa tulis semakin pesat seiring dengan perkembangan peradaban dan ilmu pengetahuan manusia, dalam hal ini

adalah perkembangan perangkat dan media. Mulai dari penemuan mesin cetak dengan sistem *movable type* (penggunaan blok-blok huruf yang dapat dipindahkan atau diubah susunannya sesuai dengan kebutuhan) pada tahun 1450 oleh Guttenberg, sampai pada hadirnya beragam personal komputer dengan perangkat lunak yang semakin canggih, membawa perkembangan dalam sejarah tipografi.

Untuk mempelajari tipografi kita harus mengenali dan memahami anatomi huruf. Setiap bentuk huruf memiliki keunikan fisik yang menyebabkan mata kita mampu membedakan setiap huruf. Teori Gestalt membuktikan bahwa untuk mengenal atau membaca sebuah gambar dibutuhkan kontras antara ruang positif (*figure*) dan ruang negatif (*ground*) (Sihombing, 2001, p.12).

Anatomi huruf akan membantu dalam pengenalan sifat dan karakteristik dari setiap jenis huruf. Berikut ini adalah terminologi umum yang digunakan dalam penamaan setiap komponen visual yang terstruktur dalam fisik huruf (Sihombing, 2001, p.13):

1. *Apex*

Titik bagian luar tempat pertemuan dua *stroke* seperti pada puncak huruf A, M, N, W atau di bagian bawah huruf M, N, Y, W.

2. *Arm*

Garis horizontal atau naik yang menggantung, seperti pada huruf E, K, L, T.

3. *Meanline*

Sebuah garis maya lurus horizontal yang menjadi batas dari bagian teratas pada setiap huruf kecil.

4. *Ascender*

Bagian dari huruf kecil yang posisinya tepat berada di antara *meanline* seperti pada huruf b, d, k.

5. *Baseline*

Sebuah garis maya lurus horizontal yang menjadi batas dari bagian terbawah dari setiap huruf besar.

6. *Bowl*

Garis oval yang memagari *counter* seperti pada huruf b, d, p, q, o.

7. *Bracket*

Kurva yang menggabungkan *serif* dengan batang (*stroke/stem*).

8. *Capline*

Sebuah garis maya lurus horizontal yang menjadi batas dari bagian teratas dari setiap huruf besar.

9. *Counter*

Bidang kosong di dalam *bowl*.

10. *Crossbar*

Garis horizontal pada huruf A, H, e, f, t.

11. *Descender*

Bagian dari huruf kecil yang posisinya tepat berada di bawah *baseline* seperti pada huruf p, g, j, q, y.

12. *Ear*

Goresan kecil menonjol dan kadang-kadang menempel pada *bowl* huruf g.

13. *Leg/Tail*

Goresan miring yang menurun pada huruf R dan K.

14. *Unk*

Goresan yang menghubungkan antar *counter* pada huruf g.

15. *Serif*

Goresan kecil melintang horizontal pada bagian ujung *stem*, *arm*, dan *tail*.

16. *Stem*

Goresan utama vertikal hampir pada semua alfabet.

17. *Stroke*

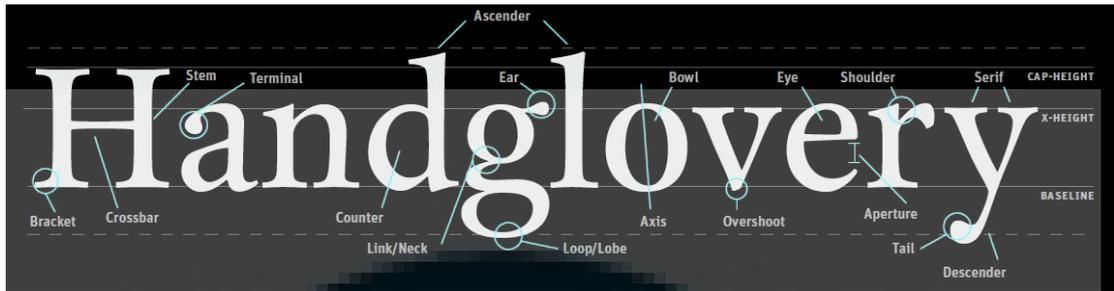
Goresan utama miring seperti pada huruf A, V.

18. *Terminal*

Bagian akhir dari sebuah goresan kecil pada sebuah huruf.

19. *X-height*

Jarak *baseline* ke *meanline*. Merupakan tinggi dari badan huruf kecil. Cara paling mudah mengukur ketinggian badan huruf kecil adalah dengan menggunakan huruf x.



Gambar 2.4.5.3.3 Anatomi Huruf 1

(<http://3.bp.blogspot.com/-9xBTbXMjmPY/Thx4cQKq8tI/AAAAAAA4E/lrDA3e707CY/s1600/Anatomi.jpg>)



Gambar 2.4.5.3.4 Anatomi Huruf 2

(<https://www.playtype.com/sites/all/themes/playtype2/pictures/type-glossary-letterform-anatomy.png>)

Klasifikasi tipografi atau huruf disusun dan dibuat berdasarkan latar belakang sejarah perkembangan tipografi yang diambil dari peristiwa-peristiwa penting perjalanan sejarah penciptaan dan pengembangan bentuk huruf. Agar mempermudah pemahaman terhadap pengklasifikasian

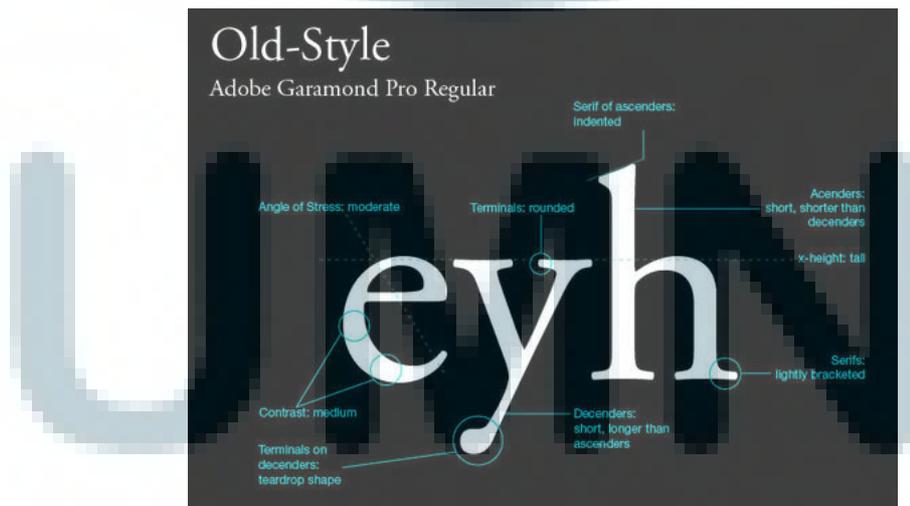
huruf, berikut adalah penjelasan dengan contoh hurufnya (Sihombing, 2001, p.96):

1. *OldStyle*

Tingkat kelengkapannya sangat baik dalam berbagai bentuk huruf.

Contoh huruf yang termasuk dalam klasifikasi ini adalah:

- *Goudy Old Style (1915)*
- *Bembo (1929)*
- *Times New Roman (1932)*
- *Ehrhardt (1937)*
- *Palatino (1949)*
- *Spectrum (1955)*
- *Aster (1958)*
- *Garamond (1966)*
- *Cartier (1967)*
- *ITC Galliard (1978)*



Gambar 2.4.5.3.5 Karakteristik *OldStyle*

(<http://behance.vo.llnwd.net/profiles5/153877/projects/434872/1538771267139360.jpg>)

Oldstyle memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- *Roman Type* (huruf roman) yang pertama
- Pada huruf lengkung atau bulat, garis *axis* miring ke kiri
- Tampak jelas perbedaan *stroke* yang tebal dan yang tipis.
- Memiliki banyak *bracketed*
- Light dan medium *style* sangat baik dipakai untuk teks, memiliki tingkat keterbacaan yang baik terutama dalam ukuran kecil
- *Uppercase* umumnya disajikan dalam ukuran yang lebih pendek dibandingkan dengan *ascender* pada *lowercase*

2. *Transitional*

Memiliki tingkat kelengkapan yang rata-rata baik. Contoh huruf yang termasuk dalam klasifikasi ini adalah:

- *Baskerville (1757)*
- *Century Old Style (1909)*
- *Century Schoolbook (1924)*
- *Corona (1949)*
- *Pilgrim (1953)*
- *Times Europa (1972)*
- *Old Style 7 (1978)*
- *Century Old Style (1978)*
- *Nimrod (1980)*

- *Else (1982)*



Gambar 2.4.5.3.6 Karakteristik *Transitional*

(<http://behance.vo.llnwd.net/profiles5/153877/projects/434872/1538771267121952.jpg>)

Transitional memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

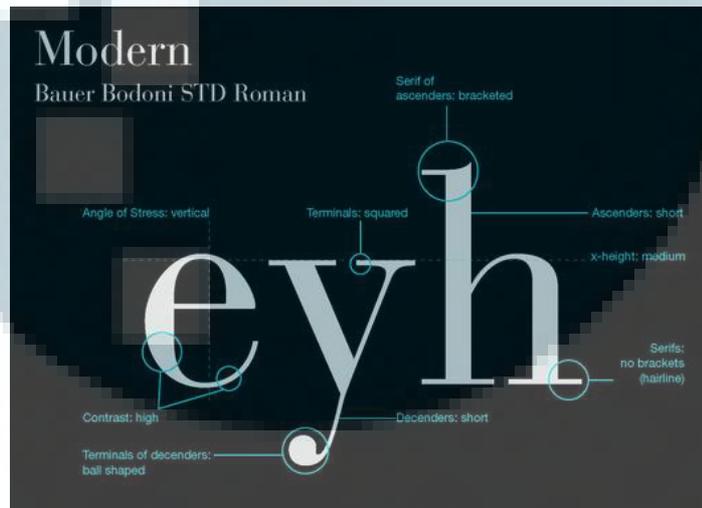
- Memiliki kemiripan dengan *OldStyle* meski karakteristiknya sedikit berubah
- Perbedaan dengan *OldStyle* terletak pada *counter* yang tidak mengalami kemiringan seperti pada *OldStyle*
- Kontras yang tidak terlalu menonjol pada tipis tebalnya *stroke*
- *Serif* -> *bracketed*

3. *Modern*

Memiliki tingkat kelengkapan rata-rata baik. Contoh huruf yang termasuk dalam klasifikasi ini adalah:

- *Neo Didot (1904)*

- *Torino (1908)*
- *Madison (1909)*
- *Bulmer (1928)*
- *Caledonia (1931)*
- *ITC Century (1975)*
- *Linotype Centennial (1978)*
- *ITC Fenice (1980)*
- *ITC Modern (1982)*
- *Basilica Haas (1982)*



Gambar 2.4.5.3.7 Karakteristik *Modern*

(<http://behance.vo.llnwd.net/profiles5/153877/projects/434872/1538771267121983.jpg>)

Modern memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- Penekanan pada garis vertikal
- Kontras yang sangat jelas antara *stroke* yang tipis dan tebal
- *Ascender* dan kaki serif lowercase selalu horizontal
- Serif yang horizontal umumnya tipis dan *bracketed*

- Lebar huruf relatif sempit atau kecil

4. *Slab Serif / Egyptian*

Memiliki tingkat kelengkapan rata-rata. Contoh huruf yang termasuk dalam klasifikasi ini adalah:

- *Clarendon*
- *Fortune (1955)*
- *Egyptian 505 (1960)*
- *Egyptienne (1960)*
- *New Clarendon (1960)*
- *Serifa (1967)*
- *ITC Lubalin Graph (1974)*
- *Glypha (1979)*
- *Calvert (1980)*
- *ITC Official Serif (1991)*



Gambar 2.4.5.3.8 Karakteristik *Slab Serif / Egyptian*

(<http://beance.vo.llnwd.net/profiles5/153877/projects/434872/1538771267139347.jpg>)

Slab Serif / Egyptian memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- Kontras *stroke* tebal dan tipis hampir tidak ada
- Serifnya memiliki lebar yang sama dengan lebar *stem/stroke*
- Tidak cocok untuk penggunaan teks
- Huruf dalam kelompok ini cenderung lebar
- Serif yang digunakan berbentuk *unbracketed square* kecuali pada bentuk huruf Clarendons
- Lowercase huruf “g” berupa single-story
- Memiliki *X-height* yang besar

5. *Sans Serif*

Memiliki tingkat kelengkapan yang rata-rata sangat baik. Memiliki tingkat keterbacaan yang baik, sebab huruf-hurufnya memiliki bentuk yang relatif sederhana. Contoh huruf yang termasuk dalam klasifikasi ini adalah:

- *Folio (1957)*
- *Neue Helvetica*
- *Haas Unica (1980)*
- *Paul Renner's Futura (1928)*
- *Eurostile (1962)*
- *Syntax (1968)*
- *Frutiger (1988)*
- *Praxis (1979)*

- *ITC Stone Sans (1988)*
- *ITC Quai Sans (1990)*



Gambar 2.4.5.3.9 Karakteristik *Sans Serif*

(<http://behance.vo.llnwd.net/profiles5/153877/projects/434872/1538771267122014.jpg>)

Sans Serif memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- Tidak memiliki *serif*
- Tipis tebal *stroke* hampir sama besar
- Sangat baik untuk *display type, headline*
- Cocok digunakan untuk teks

6. *Display*

Memiliki ciri khusus dalam mengenali bentuknya. Sebab kelompok ini memiliki kombinasi bentuk dari berbagai kelompok di atas. Selain itu dalam beberapa kasus kelompok ini juga memiliki modifikasi bentuk yang berbeda.

2.4.6 Layout

Istilah *layout* dalam bidang desain grafis di Indonesia sering diidentikkan dengan komposisi atau tata letak. Pada *layout*, nilai ketepatan mulai diperhitungkan. Teks sudah tersusun rapi dengan penempatan hasil pengaturan serta ruang untuk ilustrasi. Suatu *layout* yang baik mampu membuat pembacanya menilai produk yang ditawarkan merupakan produk yang bagus dan bukan iklan yang bagus. Beberapa prinsip dalam penyusunan sebuah komposisi yang perlu diperhatikan yaitu (Sudiana, 1986):

1. Kesatuan

Keseluruhan prinsip-prinsip visual yang diorganisasikan dengan pertimbangan dan memperhatikan kontribusi, partisipasi, terhadap pernyataan visual secara keseluruhan.

2. Keberagaman

Variasi yang diwujudkan dalam bentuk elemen, format, medium, teknik, dan prinsip desain. Variasi dapat menimbulkan kondisi yang dinamis dan menarik.

3. Keseimbangan

Merupakan kualitas penyebaran berat pada berbagai sisi dari pusat perpotongan pada bidang orientasi yang dipengaruhi oleh proporsi dan kontribusi terhadap kesatuan dalam suatu pernyataan visual.

4. Ritme dan Pengulangan

Dalam sebuah ritme terdapat pengulangan aksen dengan jarak/interval tertentu sehingga membentuk kesan yang berkelanjutan.

5. Skala dan Proporsi

Perbandingan yang sifatnya konstan. Dalam sebuah poster film sering kali menggunakan figur manusia sebagai model, sehingga skala yang proporsional pada figur manusia merupakan hal penting untuk diperhatikan. Perlu diketahui istilah proporsi menyangkut hubungan dalam hal ukuran bagian-bagian individual terhadap bagian yang lain. Proporsi yang baik secara visual memiliki sifat yang stabil, elegan, dan harmonis.

6. Penekanan

Artinya objek tersebut menjadi pusat perhatian mata, dimana setiap kali mata memandang selalu cenderung kembali lagi ke objek tersebut. Sering disebut sebagai *centers of interest*.

UMMN