

BAB III

LANDASAN TEORI

3.1 Film dan Sinematografi

Munculnya film sebagai media komunikasi massa yang kedua, setelah surat kabar didunia pada awal era 1990-an telah menarik perhatian publik. Kelebihan film memang terletak pada gambar yang hidup dan bergerak seperti nyata, serta tidak terikat pada ruang dan waktu, atau dengan kata lain film dapat diputar dan dinikmati di mana dan kapan saja sesuai keinginan. Hal itulah yang membuat film menjadi media yang populer. Dengan bantuan teknologi yang semakin lama semakin canggih, hingga kini perkembangan gambar yang bergerak tersebut terus disempurnakan melalui penambahan efek gambar dan suara.

Menurut kamus besar bahasa Indonesia edisi ketiga (2005) film memiliki dua arti, pertama sebuah selaput tipis yang dibuat oleh seluloid untuk tempat gambar negatif yang akan dimainkan di bioskop, kedua Film adalah lakon atau cerita gambar hidup. Bila mengacu pada definisi komunikasi massa oleh Bitner dan Laswell sebelumnya. Secara sederhana film ini merupakan tontonan yang bersifat menghibur, mengajarkan, memperkenalkan, menginformasikan sesuatu opini melalui sebuah media atau alat khusus. Film biasa dipakai untuk merekam suatu keadaan, atau mengemukakan sesuatu. Dalam membuat film, memiliki beberapa aspek guna

mendukung terjadinya proses komunikasi. Sehingga film memiliki disiplin ilmu yang dikenal dengan nama sinematografi (*cinematography*).

Cinematography terdiri dari dua suku kata Cinema dan graphy yang berasal dari bahasa Yunani yaitu *Kinema*, yang berarti gerakan dan *Graphoo* yang berarti menulis. Jadi *Cinematography* bisa diartikan menulis dengan gambar yang bergerak. Di dalam kamus *TELETALK* yang disusun oleh Peter Jarvis terbitan BBC Television Training, *Cinematography* diartikan sebagai *The craft of making picture* (pengrajin gambar). Sebagai pemahaman *cinematography* bisa diartikan sebagai kegiatan menulis yang menggunakan gambar bergerak sebagai bahannya. Dapat dipahami dalam *cinematography* kita mempelajari bagaimana membuat gambar bergerak, seperti apakah gambar-gambar itu, bagaimana merangkai potongan-potongan gambar yang bergerak menjadi rangkaian gambar yang mampu menyampaikan maksud tertentu dan menyampaikan informasi atau mengkomunikasikan suatu ide tertentu.

Pratista (2008:89) mengungkapkan dalam sebuah ilmu sinematografi, seorang pembuat film tidak hanya merekam setiap adegan, melainkan bagaimana mengontrol dan mengatur setiap adegan yang diambil, seperti jarak, ketinggian, sudut, lama pengambilan, dan lain-lain. Hal ini menjelaskan bahwa unsur sinematografi secara umum dapat dibagi menjadi tiga aspek, yakni kamera atau film, *framing*, dan durasi gambar. *Framing* dapat diartikan sebagai pembatasan gambar oleh kamera, seperti batasan wilayah gambar atau *frame*, jarak ketinggian, pergerakan kamera, dan sebagainya (2008:100). Hal ini bertujuan untuk memperlihatkan atau menjelaskan obyek tertentu secara mendetail, dengan mengupayakan wujud visual film yang tidak terkesan monoton

3.2 Film

Film yang dalam bahasa Inggris disebut *motion picture* (gambar hidup), merupakan media komunikasi yang lengkap dan hasil karya bersama yang melibatkan ilmu teknologi dan seni, (Andries, 1984:7). Film bila dianalisis memiliki beberapa sifat dasar, antara lain film bersifat teknis, film bersifat sosiologis, film bersifat secara umum.

1. Film Bersifat Teknis

Mac Millan (dalam Andries, 1984:7) menjelaskan bahwa film memiliki sifat teknis karena melalui suatu proses teori dari penggunaan alat sampai penggunaannya. Hal ini menjelaskan sebagai gambar demi gambar yang dipergantikan dengan sangat cepat diantara suatu sumber cahaya dan suatu bidang proyeksi. Pergantian itu sedemikian cepatnya, sehingga mata tidak menyadari pergantian gambar, sebaliknya, hanya akan menyaksikan gerak yang seolah-olah menerus dari perbedaan-perbedaan gambar tersebut.

2. Film Bersifat Sosiologis

Mac Millan (dalam Andries, 1984:8), menjelaskan fungsi ganda film sebagai seni dan sebagai media hiburan massa membuat kita sulit merumuskan batasannya. Sejak 300 (tiga ratus) tahun penemuannya, film telah membuat dampak dalam arti sosiologis, film berakar pada perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi itu antara lain telah mengembangkan berbagai teknik perfilman, seperti pembuatan

film berwarna, pengaburan dan perbesaran gambar, pengaturan jarak dengan sasaran, peningkatan waktu dengan cara pemotongan atau penyambungan film, dan sebagainya.

3. Film Bersifat Umum

Meyer T (dalam Andries, 1984:9), menjelaskan tentang seni ekspresi dimana dalam film harus memiliki kualitas unsur visual, tata suara, dan cerita sehingga dapat menghibur audience.

Berdasarkan kutipan-kutipan diatas dapat disimpulkan bahwa film adalah urutan gerak dari gambar hidup yang membentuk seni visual baru melalui media komunikasi yang lengkap, ditujukan kepada mata juga pendengaran, yang berakar kepada seni ilmu pengetahuan dan teknologi yang menjadi suatu bagian dari kehidupan modern. perilaku komunikasi.

Kesimpulan lain bahwa film adalah salah satu media komunikasi yang menggabungkan unsur suara dan gambar di dalamnya. Maksud dari menggabungkan ini tidak lain untuk membuat komunikasi lebih efektif, sehingga maksud-maksud yang ingin disampaikan oleh pembawa pesan dapat ditangkap dan dimengerti dengan baik oleh penerima pesan.

3.3 Genre dalam Film

Film sebagai hiburan masyarakat telah berkembang kearah industri dan menghasilkan beberapa sineas atau pemuat film. Dalam pembuatan film sineas tadi

memiliki sebuah idealisme dalam menentukan tema untuk “membungkus” cerita agar dapat diterima oleh penontonnya. beberapa genre tersebut antara lain ,

1. **Film Drama**

Genre film ini memeberikan alur cerita mengenai kehidupan.keharuan lebih ditonjolkan dalam film ini agar penonton bisa ikut merasakan apa yang dirasakan para tokohnya. Seperti *Romeo and Juliet*, *Haciko*, *ayat ayat Cinta* dsb.

Genre film drama masih dapat dibedakan dari segi alurnya, diantaranya ;

a. **Drama Musikal**

film drama yang beberapa scenenya bertujuan mengajak penonton menyanyi bahkan menari antara lain; *High scholl Mucical*, *3 Idiot*, *My name is Khan*, *Dawai 2 asmara*, *The Kitchen musical*, dan sebagainya.

b. **Drama Komedi**

film yang didalamnya memiliki unsure menggelitik dan bisa membuat tertawa. Antara lain *the proposal*, *pretty Woman*, dan sebagainya.

2. **Film Laga atau action**

Genre film ini banyak memnampilkan unsur pertarungan dalam setiap *scene*. Sehingga penonton dibawa ke dalam kecepatan dan ketegangan gerak tubuh para tokoh yang tengah berkelahi.

3. Film Horor

Genre film ini banyak menenpatkan legenda yang menyeramkan pada suatu daerah atau legenda yang sengaja dibuat untuk menghadirkan film ini. Anara lain *Kuntilanak*, *Suster Ngesot*, *The Ring*, dan sebagainya

4. Film Thiller

Genre film ini selalu mengedepankan ketegangan yang dibuat tak jauh dari unsure logika. Karena sepanjang jalan cerita penonton akan disuguhkan dengan peristiwa pembunuhan. Hal ini memacu ketakutan tersendiri dalam diri.

5. Film Fantasi

Genre film ini mempunyai alur cerita yang diluar nalar manusia. Sesuatu yang tidak mungkin, akan terjadi di film ini. Kelebihannya, film ini akasn selalu menyodorkan sesuatu yang membuat decak kagum penonton akan makhluk dan benda-benda yang tidak ada dalam kehidupan nyata. Contoh *Harry Potter*, *Golden Compas* dan sebagainya.

6. Film Perang

Genre film ini sering juga disebut dengan film kolosal. Film yang alur ceritanya dibuat bedasarkan sejarah atau hanya sebuah imajinasi belaka. Contoh *300*, *The Last Samurai*, dan sebagainya.

7. Film Ilmiah

Genre film ini biasa disebut dengan *sci-fi*. Ilmuan akan selalu ada dalam genre film ini karna apa yang sesuatu mereka hasilkan akan menjadi konflik utama dalam alur. Contoh *Jurassic Park*, *Splice* dan sebagainya.

Namun dalam perjalanannya, genre-genre film diatas sering dicampur satu sama lain (mix genre) seperti horor-komedi, western-komedi, horror-science fiction dan sebagainya. Selain itu genre juga bisa masuk ke dalam bagian dirinya yang lebih spesifik yang kemudian dikenal dengan sub-genre, contohnya dalam genre komedi dikenal sub-genre seperti screwball comedy, situation comedy (sit-com), *slapstick*, *black comedy* atau komedi satir dan sebagainya. Demikian pula dalam film documenter. pesan.

3.4 Iklan

Iklan atau dalam *bahasa Indonesia* formalnya pariwisata adalah *promosi barang, jasa, perusahaan dan ide* yang harus dibayar oleh sebuah sponsor. Pemasaran melihat iklan sebagai bagian dari strategi promosi secara keseluruhan. Komponen lainnya dari promosi termasuk *publisitas, relasi publik, penjualan, dan promosi penjualan*. Berdasarkan tujuannya, iklan dibagi menjadi *Comercial Advertising, Corporate Advertising, Public Service Advertising*.

1. *Comercial Advertising*

Iklan jenis ini bertujuan untuk mendukung kampanye pemasaran suatu produk atau jasa. Iklan ini terbagi menjadi dua:

a. Iklan Strategis

Digunakan untuk membangun merek. Hal itu dilakukan dengan mengkomunikasikan nilai merek dan manfaat produk. Perhatian utama dalam jangka panjang adalah memposisikan merek serta membangun pangsa pikiran dan pangsa pasar. Iklan ini mengundang konsumen untuk menikmati hubungan dengan merek serta meyakinkan bahwa merek ini ada bagi para pengguna.

b. Iklan Taktis

Memiliki tujuan yang mendesak. Iklan ini dirancang untuk mendorong konsumen agar segera melakukan kontak dengan merek tertentu. Pada umumnya iklan ini memberikan penawaran khusus jangka pendek yang memacu konsumen memberikan respon pada hari yang sama.

2. *Corporate Advertising*

Iklan yang bertujuan membangun citra suatu perusahaan yang pada akhirnya diharapkan juga membangun citra positif produk-produk atau jasa yang diproduksi oleh perusahaan tersebut. Iklan Corporate akan efektif bila didukung oleh fakta yang kuat dan relevan dengan masyarakat, mempunyai nilai berita dan biasanya selalu dikaitkan dengan kegiatan yang berorientasi pada kepentingan masyarakat. Iklan Corporate merupakan bentuk lain dari iklan strategis ketika sebuah perusahaan melakukan kampanye untuk mengkomunikasikan nilai-nilai

korporatnya kepada Public. Iklan Corporate sering kali berbicara tentang nilai-nilai warisan perusahaan, komitmen perusahaan kepada pengawasan mutu, peluncuran merek dagang atau logo perusahaan yang baru atau mengkomunikasikan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sekitar.

3. *Public Service Advertising*

Iklan Layanan Masyarakat merupakan bagian dari kampanye social marketing yang bertujuan menjual gagasan atau ide untuk kepentingan atau pelayanan masyarakat. Biasanya pesan Iklan Layanan Masyarakat berupa ajakan, pernyataan atau himbauan kepada masyarakat untuk melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan demi kepentingan umum atau merubah perilaku yang “tidak baik” supaya menjadi lebih baik, misalnya masalah kebersihan lingkungan, mendorong penghargaan terhadap perbedaan pendapat, anti narkoba dan sebagainya.

3.5 Proses Produksi

Pada tahap ini sangat dibutuhkan pemahan dari ilmu sinematografi. Dimana disesuaikan oleh kebutuhan dokumenter. Beberapa hal yang harus diperhatikan antara lain:

1. Tata kamera

Dalam penataan kamera secara teknik yang perlu diperhatikan salah satunya adalah *camera angle* atau sudut kamera. Menurut Gerzon, dalam pemilihan sudut pandang kamera dengan tepat akan mempertinggi visualisasi dramatik dari suatu cerita. Sebaliknya jika pengambilan sudut pandang kamera dilakukan dengan serabutan bisa merusak dan membingungkan penonton, karena makna bisa jadi tidak tertangkap dan sulit dipahami. Oleh karena itu penentuan sudut pandang kamera menjadi faktor yang sangat penting dalam membangun cerita yang berkesinambungan.

Askurifai Baskin (2009) menjelaskan tipe angle kamera di bagi menjadi 2 jenis antara lain :

a. Angle Kamera Obyektif

Adalah kamera dari sudut pandang penonton outsider, tidak dari sudut pandang pemain tertentu. Angle kamera obyektif tidak mewakili siapapun. Penonton tidak dilibatkan, dan pemain tidak merasa ada kamera, tidak merasa ada yang melihat. Beberapa sudut obyektif antara lain.

1) *High Angle*

Kamera ditempatkan lebih tinggi daripada subjek untuk mendapatkan kesan bahwa subjek yang diambil gambarnya memiliki status sosial yang rendah, kecil, terabaikan, lemah dan berbeban berat.



Gambar 3.1 high Angle
(Sumber: www.wikipedia.com)

2) *Eye Angle*

Kamera ditempatkan sejajar dengan mata subjek. Pengambilan gambar dari sudut *eye level* hendak menunjukkan bahwa kedudukan subjek dengan penonton sejajar.



Gambar 3.2 Eye Angle
(Sumber: www.carphoto.cardomain.com)

3) *Low Angle*

Kamera ditempatkan lebih rendah daripada subjek, untuk menampilkan kedudukan subjek yang lebih tinggi daripada penonton, dan menampilkan bahwa si subjek memiliki kekuasaan, jabatan, kekuatan, dan sebagainya



Gambar 3.3 Low Angle
(Sumber: www.friendswithslrs.blogspot.com)

4) Frog Aye

Merupakan teknik pengngambilan gambar yang dilakukan dngan ketinggian kamera sejajar dengan dasar kedudukan objek. Pengambilan ini dilakukan agar menimbulkan efek penuh misteri dan untuk memperlihatkan suatu pemandangan yang aneh atau ganjil.



Gambar 3.4 Frog Aye
(Sumber: www.friendswithslrs.blogspot.com)

b. Angle Kamera Subyektif

Kamera dari sudut pandang penonton yang dilibatkan, misalnya melihat ke penonton. Atau dari sudut pandang pemain lain, misalnya film horor. Angle kamera subyektif dilakukan dengan beberapa cara:

- 1) Kamera berlaku sebagai mata penonton untuk menempatkan mereka dalam adegan, sehingga dapat menimbulkan efek dramatik.
- 2) Kamera berganti-ganti tempat dengan seseorang yang berada dalam gambar. Penonton bisa menyaksikan suatu hal atau kejadian melalui mata pemain tertentu. Penonton akan mengalami sensasi yang sama dengan pemain tertentu. Jika sebuah kejadian disambung dengan close up seseorang yang memandang ke luar layar, akan memberi kesan penonton sedang menyaksikan apa yang disaksikan oleh pemain yang memandang ke luar layar tersebut.
- 3) Kamera bertindak sebagai mata dari penonton yang tidak kelihatan. Seperti presenter yang menyapa pemirsa dengan memandang langsung ke kamera. Relasi pribadi dengan penonton bisa dibangun dengan cara seperti ini.

c. Angle kamera *point of view*

Yaitu suatu gabungan antara obyektif dan subyektif. *Angle* kamera *p.o.v* diambil sedekat shot obyektif dalam kemampuan meng-approach sebuah shot subyektif, dan tetap obyektif. Kamera ditempatkan pada sisi pemain subyektif, sehingga memberi kesan penonton beradu pipi dengan pemain yang di luar layar. Contoh paling jelas adalah mengambil *close up* pemain

yang menghadap ke pemain di luar layar dan sebelumnya didahului dengan *Over Shoulder Shot*.

2. Ukuran Gambar (*frame size*) atau Komposisi

Bagi seorang pembuat film dokumenter harus memiliki pemahaman tentang bagaimana harus membuat ukuran gambar (*frame size*) atau komposisi yang baik dan menarik dalam setiap adegan filmnya. Pengaturan komposisi yang baik dan menarik adalah jaminan bahwa gambar yang ditampilkan tidak akan membuat penonton bosan dan enggan melepaskan dalam sekejap mata pun terhadap gambar yang kita tampilkan.

Secara sederhana, Askurifai Baskin menjelaskan, komposisi berarti pengaturan (aransemen) unsur-unsur yang terdapat dalam gambar untuk membentuk satu kesatuan yang serasi (harmonis) di dalam sebuah bingkai. Batas bingkai pada gambar yang terlihat pada *view finder* atau LCD kamera, itulah yang disebut dengan framing.

Dalam mengatur komposisi, seorang kameramen harus mempertimbangkan di mana dia harus menempatkan obyek yang diharapkan akan menjadi POI (*Point of Interest* atau obyek utama yang menjadi pusat perhatian) dan seberapa besar ukurannya dalam *frame* (Baskin:2009). Kesimpulannya komposisi shot atau biasa disebut dengan *shot size* adalah pengukuran sebuah gambar yang ditentukan berdasarkan objek, pengaturan besar dan posisi objek dalam frame (bingkai), dan posisi kamera yang diinginkan.

Dalam teori perfilman Gerzon (2008) menjelaskan beberapa shot dasar yang sering digunakan dalam pengambilan gambar, antara lain:

a. *Extreme Long Shoot (ELS)*

gambar ini memiliki komposisi sangat jauh, panjang, luas dan berdimensi lebar. Tujuannya untuk memperkenalkan seluruh lokasi adegan dan isi cerita, menampilkan keindahan suatu tempat.



Gambar 3.5 *Extreme Long Shoot*
(Sumber: www.jacksonawalton.blogspot.com)

b. *Very Long Shoot (VLS)*

gambar ini mempunyai komposisi panjang, jauh, dan luas tetapi lebih kecil daripada ELS. Dengan tujuan menggambarkan adegan kolosal atau obyek yang banyak.



Gambar 3.6 *Very Long Shoot*
(Sumber: www.popotobuk.com)

c. Long Shoot (LS)

Merupakan teknik yang memperlihatkan komposisi obyek secara total, dari ujung kepala hingga ujung kaki (bila obyek manusia). Dengan tujuan memperkenalkan tokoh secara lengkap dengan *setting* latarnya yang menggambarkan obyek berada. Biasanya gambar ini digunakan pada sebagai *opening shot* (biasanya *zoom in* hingga ke *medium shot* untuk menggambarkan wajah tokoh yang bersangkutan lebih detail).



Gambar 3.7 Long Shoot
(Sumber: www.cinema-fanatic.com)

d. Medium Long Shoot (MLS)

Komposisi gambar ini cenderung lebih menekankan kepada obyek, dengan ukuran $\frac{1}{4}$ gambar (LS) yang bertujuan memberikan kesan padat pada gambar.



Gambar 3.8 Medium Long Shoot
(Sumber: www.doblu.com)

e. *Medium Shoot (MS)*

Ialah gambar yang memiliki komposisi subjek (manusia) dari tangan hingga ke atas kepala sehingga penonton dapat melihat jelas ekspresi dan emosi yang meliputinya. Gambar ini sering dilakukan untuk *master shot* pada saat moment *interview*.



Gambar 3.9 Medium Shoot
(Sumber: www.dtvspain.com)

f. *Medium Close Up (MCU)*

Adalah komposisi gambar yang memperlihatkan setengah porsi subjek dengan latar yang masih bisa dinikmati sehingga memberikan kesatuan antara komposisi subjek dengan latar.



Gambar 3.10 Medium Close up
(Sumber: www.campbellcameras.blogspot.com)

g. Close Up (CU)

Ialah komposisi yang memperjelas ukuran gambar contoh pada gambar manusia biasanya antara kepala hingga leher. Hal ini menunjukkan penggambaran emosi atau reaksi terhadap suatu adegan.



Gambar 3.11 Close up
(Sumber : www.123rf.com)

h. Big Close Up (BCU)

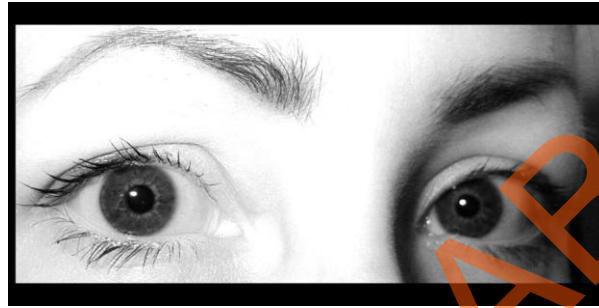
Adakah memiliki komposisi lebih dalam dari pada CU sehingga bertujuan menampilkan kedalaman pandangan mata, ekspresi kebencian pada wajah. Tanpa kata-kata, tanpa bahasa tubuh, tanpa intonasi, BCU sudah mewujudkan semuanya itu.



Gambar 3.12 Close up
(Sumber: www.deviantart.com)

i. Extreme Close Up (ECU)

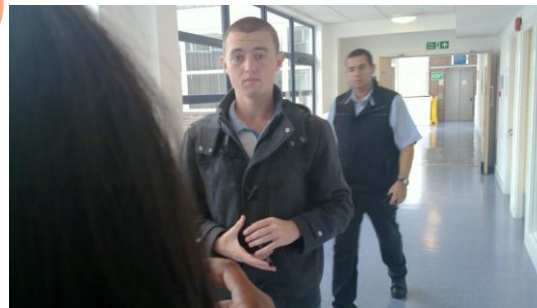
Adalah pengambilan gambar *close up* secara mendetail dan berani. Kekuatan ECU ini terletak pada kedekatan dan ketajaman yang hanya focus pada suatu bagian objek saja.



Gambar 3.13 Close up
(Sumber: www.ashannahdixon.wordpress.com)

j. Over Shoulder Shoot (OSS)

Adalah komposisi pengambilan gambar dari punggung atau bahu seseorang. Orang yang digunakan bahunya menempati frame kurang lebih sebesar 1/3 bagian. Komposisi ini membantu untuk menentukan posisi setiap orang dalam frame dan mendapatkan “*fell*” saat menatap seseorang dari sudut pandang orang lain.



Gambar 3.14 Close up
(Sumber: www.doonaasmedia.blogspot.com)

3. Gerakan Kamera Komposisi

Dalam buku Askurifal Baskin (2009), Untuk menciptakan gambar yang dinamis dan dramatis, kita perlu mengenal macam-macam gerakan kamera. Antara lain;

a. Zooming

Adalah suatu pergerakan lensa kamera menuju (*in*) objek atau menjauh (*out*) dengan posisi kamera diam ditempat. Sehingga menimbulkan efek membesar bila mendekat (*in*) dan mengecil bila menjauh (*out*). framing.

b. Tilting

Adalah suatu gerakan kamera keatas (*up*) dan kebawah (*down*) tanpa memindahkan posisi kamera. Gerakan ini penonton memiliki kesan penasaran yang ditimbulkan dengan cara perlahan.

c. Panning

Adalah gerakan kamera ke kanan (*pan right*) dan ke kiri (*pan left*) tanpa memindahkan posisi kamera. Efek yang ditimbulkan sama dengan gerakan *tilting*.

d. Follow

Adalah gerakan kamera mengikuti objeknya. Sehingga gambar yang dihasilkan lebih bervariasi, agar gambar tak terlalu *shaking* dianjurkan menggunakan *dolly trac*.

3.6 Teori Tipografi

Tipografi merupakan suatu ilmu dalam memilih dan menata huruf dengan pengaturan penyebarannya pada ruang-ruang yang tersedia, untuk menciptakan kesan tertentu, sehingga dapat menolong pembaca untuk mendapatkan kenyamanan membaca semaksimal mungkin.

Sejarah perkembangan tipografi dimulai dari penggunaan pictograph. Bentuk bahasa ini antara lain dipergunakan oleh bangsa Viking Norwegia dan Indian Sioux. Di Mesir berkembang jenis huruf Hieratia, yang terkenal dengan nama Hieroglif pada sekitar abad 1300 SM. Bentuk tipografi ini merupakan akar dari bentuk Demotia, yang mulai ditulis dengan menggunakan pena khusus. Bentuk tipografi tersebut akhirnya berkembang sampai di Kreta, lalu menjalar ke Yunani dan akhirnya menyebar keseluruh Eropa.

Puncak perkembangan tipografi, terjadi kurang lebih pada abad 8 SM di Roma saat orang Romawi mulai membentuk kekuasaannya. Karena bangsa Romawi tidak memiliki sistem tulisan sendiri, mereka mempelajari sistem tulisan Etruska yang merupakan penduduk asli Italia serta menyempurnakannya sehingga terbentuk huruf-huruf Romawi.

Saat ini tipografi mengalami perkembangan dari fase penciptaan dengan tangan hingga mengalami komputerisasi. Fase komputerisasi membuat penggunaan tipografi menjadi lebih mudah dan dalam waktu yang lebih cepat dengan jenis pilihan huruf yang ratusan jumlahnya.

Huruf dan tulisan memiliki arti amat penting bagi manusia. Bahkan, yang namanya peradaban atau masa sejarah ditandai dengan peristiwa dikenalnya tulisan oleh manusia. Zaman sebelum ada tulisan sering disebut zaman prasejarah. Kalau Anda melihat ke buku atau ke layar komputer, Anda akan melihat huruf dan tulisan. Di jalanan pun Anda akan melihat tulisan. Di pakaian, di badan mobil dan pesawat terbang, bahkan di gua-gua purbakala Anda bisa menjumpai tulisan. Selain gambar, huruf adalah cara manusia berkomunikasi secara visual.

Satu hal pertama yang Anda bisa perhatikan dari tulisan-tulisan yang berbeda itu adalah, bahwa bukan huruf-hurufnya saja yang berbeda, melainkan jenis hurufnya juga. Huruf “A” atau “a” di sebuah tulisan bisa berbeda dari huruf “A” dan “a” yang lain. Anda tahu bahwa keduanya abjad alfabet yang sama, tapi Anda juga mengamati bahwa jenis hurufnya berbeda. Bisa jadi yang satu lebih tebal atau gemuk dari yang lain, bisa jadi kaki-kaki hurufnya ada yang memiliki tangkai, atau lebih pendek atau lebih panjang, dan sebagainya. Sebuah jenis huruf yang sama kadang diberi nama tertentu (misalnya: Times New Roman). Jenis huruf ini disebut **typeface**, atau singkatnya **tipe**. Sekarang orang juga sering menyebut jenis huruf dengan **font**, karena file yang berisi informasi sebuah typeface di komputer diberi istilah font (misalnya, di Windows, informasi untuk menggambar tipe Arial disimpan dalam file ARIAL.TTF). Di dalam dunia tipografi tradisional (nondigital), yaitu saat huruf dicetak menggunakan balok-balok logam, font memiliki arti lain kumpulan balok-balok huruf logam yang memiliki satu typeface dan satu ukuran tertentu. Belakangan

barulah orang-orang komputer memakai kembali istilah font untuk bidang tipografi digital. Kedua istilah typeface/tipe dan font dalam artikel ini akan dipakai bergantian.

3.6.1 Tipe/Typeface dan Font:

- Klasifikasi Tipe

Berdasarkan bentuknya, para pakar tipografi umumnya membagi jenis huruf ke dalam dua kelompok besar: **serif** dan **sans serif**. Lalu ada kelompok ketiga dan keempat yang disebut **script** dan **dekoratif**. Jenis serif dan sans serif pun berbeda-beda, tapi mari sebelumnya mengetahui perbedaan serif dan sans serif.

Serif dan Sans Serif

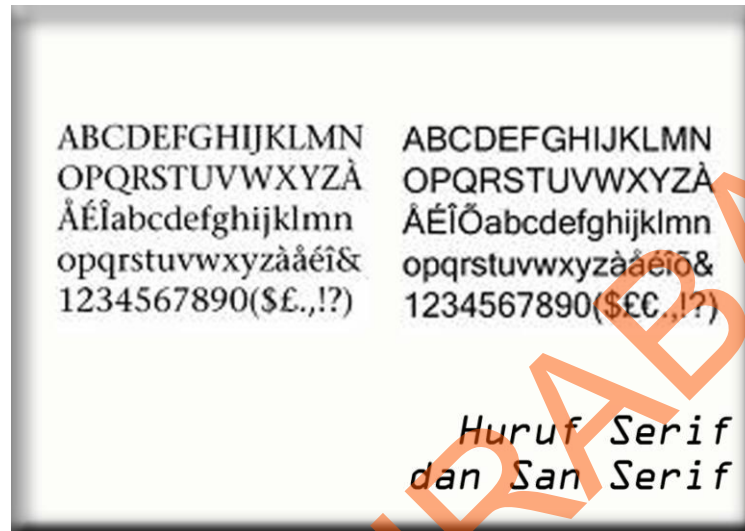
Serif adalah kelompok jenis huruf yang memiliki “tangcai” (stem). Lihatlah font **Times New Roman**, **Bodoni**, **Garamond**, atau **Egyptian** misalnya. Persis mendekati ujung kaki-kaki hurufnya, baik di bagian atas maupun bawah, terdapat pelebaran yang menyerupai penopang atau tangcai. Menurut sejarah, asal-usul bentuk huruf ini adalah mengikuti bentuk pilar-pilar bangunan di Yunani Kuno. Seperti kita ketahui, bagian atas dan bawah tiang pilar memang lebih besar agar bisa membuat pilar lebih kokoh.

Sementara sans serif (atau “tanpa” serif) adalah jenis huruf yang sebaliknya: tidak memiliki tangcai. Ujung-ujung kakinya polos begitu saja.

Contohnya **Arial** atau **Helvetica** (Catatan: meski amat mirip dan sering saling mensubstitusi satu sama lain, kedua font ini tidaklah mirip persis. Cobalah sekali-kali Anda cetak contoh huruf dalam ukuran besar dan amati perbedaan-perbedaan tipis kedua font ini.) Contoh lain jenis huruf sans adalah **ITC Officina Sans**, yaitu font yang digunakan di *mwmag* yang sedang Anda baca ini.

Kegunaan tangkai serif. Pada ukuran teks kecil, seperti seukuran tulisan teks di surat kabar atau buku, umumnya tangkai pada kaki-kaki font serif membantu agar tulisan mudah dibaca. Mengapa? Karena tangkai font serif membantu membentuk garis tak tampak yang memandu kita mengikuti sebuah baris teks. Karena itulah kita banyak menjumpai buku-buku dilayout dengan serif. Menurut penelitian, seseorang yang membaca font serif bisa lebih tahan membaca karena tidak mudah lelah—akibat adanya bantuan dari tangkai serif tadi. Tapi pada kondisi-kondisi berikut ini: a) huruf amat kecil (seperti tulisan bahan-bahan di label makanan); b) huruf amat besar (seperti di plang-plang merek) yang harus dilihat dari jauh; c) di layar monitor; huruf sans serif kadang lebih mudah dibaca. Mengapa? Karena justru kaki-kaki font serif memperumit bentuk huruf sehingga sedikit lebih lama dibaca. Jika huruf kecil sekali atau pada resolusi rendah seperti di layar monitor, kaki serif bisa tampak bertindihan dan menghalangi pandangan. Karenanya kita banyak melihat plang rambu lalu lintas menggunakan huruf yang sesederhana

mungkin agar bisa cepat dibaca, dan di halaman web banyak dipakai font serif karena lebih mudah dibaca pada ukuran kecil/layar kasar.



Gambar 3.15 Contoh Huruf Serif dan San Serif

Jenis-jenis serif

Serif tiap jenis huruf pun dapat berbeda-beda. Huruf-huruf masa lama (Old Style) seperti Garamond dan huruf-huruf masa transisi (Transitional) seperti Times New Roman misalnya, memiliki tangkai yang sudutnya lengkung. Sementara pada huruf-huruf masa modern seperti Bodoni, tangkainya bersudut siku. Ada lagi yang bersudut siku pula, tapi relatif tebal/tinggi. Contohnya Egyptian. Tipe serif seperti Egyptian kadang disebut **slab serif**. Beberapa huruf unik tertentu memiliki tangkai serif negatif, yaitu tangkai yang masuk ke sisi dalam kaki sehingga ujung kaki nampak lebih kecil dari batang kakinya.

Skrip dan Dekoratif

Selain serif dan sans serif, ada pula jenis huruf “sambung” dan huruf “gaya bebas.” Huruf sambung atau script bisa juga Anda sebut “huruf tulisan tangan” (handwriting) karena menyerupai tulisan tangan orang. Atau bisa juga disebut “huruf undangan” karena hampir selalu hadir di kartu-kartu undangan karena dipandang indah dan anggun. Ada berbagai macam huruf script dan handwriting, mulai dari yang kuno hingga modern, dari yang agak lurus hingga miring dan amat “melingkar-lingkar”. Sementara huruf “gaya bebas” mencakup segala macam jenis huruf “aneh” lain yang sulit dikategorikan dalam ketiga kategori lainnya. Kadang huruf ini bisa diinspirasi dari bentuk geometris tertentu, memadukan gambar atau pola tertentu, dan sebagainya. Di komputer juga dikenal font-font “wingdings-like” yang sebenarnya adalah clipart. Tiap hurufnya murni berupa ikon atau gambar, bukan huruf.

Umumnya jenis-jenis huruf skrip dan dekoratif digunakan untuk hiasan atau dekorasi, bukan untuk teks maupun headline teks. Karena derajat kompleksitasnya lebih tinggi, maka tidak cocok untuk teks karena akan menyulitkan pembacaan.



Gambar 3.16 Contoh Huruf Dekoratif dan Skrip

3.6.2 Jenis Huruf

- Roman, dengan ciri memiliki sirip/kaki/serif yang berbentuk lancip pada ujungnya. Kesan yang ditimbulkan adalah klasik, anggun, lemah gemulai dan feminin.



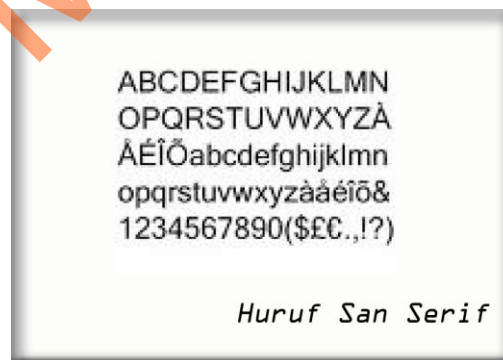
Gambar 3.17 Contoh Huruf Roman

- Egyptian, dengan ciri kaki/sirip/serif yang berbentuk persegi seperti papan dengan ketebalan yang sama atau hampir sama. Kesan yang ditimbulkan adalah kokoh, kuat, kekar dan stabil.



Gambar 3.18 Contoh Huruf Egyptian

- Sans Serif, dengan ciri tanpa sirip/serif, dan memiliki ketebalan huruf yang sama atau hampir sama. Kesan yang ditimbulkan oleh huruf jenis ini adalah modern, kontemporer dan efisien.



Gambar 3.19 Contoh Huruf San Serif

- Script, merupakan goresan tangan yang dikerjakan dengan pena, kuas atau pensil tajam dan biasanya miring ke kanan. Kesan yang ditimbulkannya adalah sifast pribadi dan akrab.



Gambar 3.20 Contoh Huruf Script

- Miscellaneous, merupakan pengembangan dari bentuk-bentuk yang sudah ada. Ditambah hiasan dan ornamen, atau garis-garis dekoratif. Kesan yang dimiliki adalah dekoratif dan ornamental.



Gambar 3.21 Contoh Huruf Miscellaneous

3.6.3 Legibility dan Keterbacaan

Legibility adalah tingkat kemudahan mata mengenali suatu tulisan tanpa harus bersusah payah. Hal ini bisa ditentukan oleh:

1. Kerumitan desain huruf, seperti penggunaan serif, kontras stroke, dan sebagainya.
2. Penggunaan warna
3. Frekuensi pengamat menemui huruf tersebut dalam kehidupan sehari-hari

Keterbacaan adalah tingkat kenyamanan suatu susunan huruf saat dibaca, yang dipengaruhi oleh:

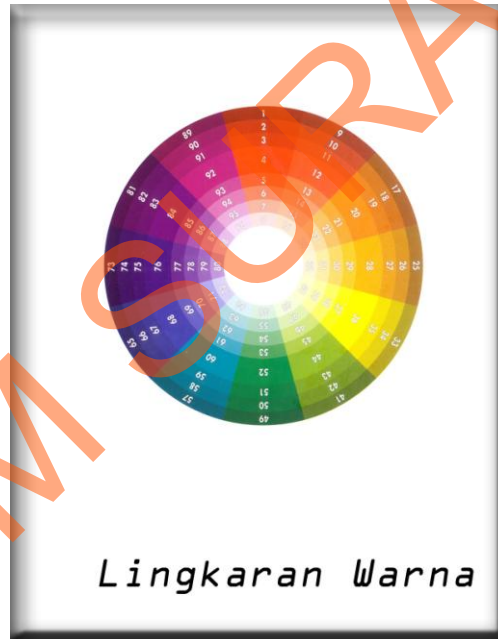
1. Jenis huruf
2. Ukuran
3. Pengaturan, termasuk di dalamnya alur, spasi, kerning, perataan, dan sebagainya
4. Kontras warna terhadap latar belakang

3.7 Teori Warna

Warna itu sendiri adalah kesan yang diperoleh mata dari cahaya yang dipantulkan benda-benda yang dikenainya; corak rupa, seperti: merah, biru, hijau,

dan lain-lain. Peranan warna sangat penting dominan pada karya seni rupa, hal ini dapat dikaitkan dengan upaya menyatakan gerak, jarak, tegangan, (*tension*), deskripsi alam (*naturalisme*), ruang, bentuk, ekspresi, atau makna simbolik dan justru dalam kaitan yang beraneka ragam ini akan melihat betapa kedudukan warna dalam seni lukis (rupa). Zat warna didapatkan dari perpaduan dari pigmen yang berupa bubuk halus, yang disatukan dengan *biner* (zat pengikat) atau *paint vehicle* (pembawa pigmen).

(Mikke Susanto, *Diksi Rupa*, Jogjakarta: Kanisius, 2002.)



Gambar 3.22 Lingkaran Warna

3.7.1 Fungsi Warna Dalam Desain

- untuk identifikasi
- menarik perhatian

- menimbulkan pengaruh psikologis
- pengembangan asosiasi
- menciptakan citra
- sebagai unsur dekoratif
- memberi kesan terhadap temperatur
- serta membangkitkan trend

3.7.2 Tingkatan Warna

1. warna primer
2. warna sekunder
3. warna tertier

Dari buku *Dasar-Dasar Tata Rupa dan Desain*, Drs. Sadjiman Ebdi Sanyoto, Yogyakarta 2005 menuliskan:

Warna dapat didefinisikan secara obyektif/fisik sebagai sifat cahaya yang di pancarkan, atau secara subyektif/psikologis sebagai bagian dari pengalaman indera pengelihatan. Secara obyektif atau fisik, warna dapat diberikan oleh panjang gelombang. Dilihat dari panjang gelombang, cahaya yang tampak oleh mata merupakan salah satu bentuk pancaran energi yang merupakan bagian yang sempit dari gelombang elektromagnetik.

Proses terlihatnya warna adalah dikarenakan adanya cahaya yang menimpa suatu benda, dan benda tersebut memantulkan cahaya ke mata (retina) kita hingga terlihatlah warna. Benda berwarna merah karena sifat pigmen benda tersebut

memantulkan warna merah dan menyerap warna lainnya. Benda berwarna hitam karena sifat pigmen benda tersebut menyerap semua warna pelangi. Sebaliknya suatu benda berwarna putih karena sifat pigmen benda tersebut memantulkan semua warna pelangi.

Sebagai bagian dari elemen tata rupa, warna memegang peran sebagai sarana untuk lebih mempertegas dan memperkuat kesan atau tujuan dari sebuah karya desain. Dalam perencanaan corporate identity, warna mempunyai fungsi untuk memperkuat aspek identitas. Lebih lanjut dikatakan oleh Henry Dreyfuss, bahwa warna digunakan dalam simbol-simbol grafis untuk mempertegas maksud dari simbol-simbol tersebut. Sebagai contoh adalah penggunaan warna merah pada segitiga pengaman, warna-warna yang digunakan untuk traffic light merah untuk berhenti, kuning untuk bersiap-siap dan hijau untuk jalan. Dari contoh tersebut ternyata pengaruh warna mampu memberikan impresi yang cepat dan kuat.

Kemampuan warna menciptakan impresi, mampu menimbulkan efek-efek tertentu. Secara psikologis diuraikan oleh J. Linschoten dan Drs. Mansyur tentang warna sbb: Warna-warna itu bukanlah suatu gejala yang hanya dapat diamati saja, warna itu mempengaruhi kelakuan, memegang peranan penting dalam penilaian estetis dan turut menentukan suka tidaknya kita akan bermacam-macam benda.

Dari pemahaman diatas dapat dijelaskan bahwa warna, selain hanya dapat dilihat dengan mata ternyata mampu mempengaruhi perilaku seseorang,

mempengaruhi penilaian estetis dan turut menentukan suka tidaknya seseorang pada suatu benda.

3.7.3 Karakter Warna

- Hitam, sebagai warna yang tertua (gelap) dengan sendirinya menjadi lambang untuk sifat gulita dan kegelapan (juga dalam hal emosi).
- Putih, sebagai warna yang paling terang, melambangkan cahaya, kesucian.
- Abu-abu, merupakan warna yang paling netral dengan tidak adanya sifat atau kehidupan spesifik.
- Merah, bersifat menaklukkan, ekspansif (meluas), dominan (berkuasa), aktif dan vital (hidup).
- Kuning, dengan sinarnya yang bersifat kurang dalam, merupakan wakil dari hal-hal atau benda yang bersifat cahaya, momentum dan mengesankan sesuatu.
- Biru, sebagai warna yang menimbulkan kesan dalamnya sesuatu (dediepte), sifat yang tak terhingga dan transenden, disamping itu memiliki sifat tantangan.
- Hijau, mempunyai sifat keseimbangan dan selaras, membangkitkan ketenangan dan tempat mengumpulkan daya-daya baru.

Dari sekian banyak warna, dapat dibagi dalam beberapa bagian yang sering dinamakan dengan sistem warna Prang System yang ditemukan oleh Louis Prang pada 1876 meliputi :

- Hue, adalah istilah yang digunakan untuk menunjukkan nama dari suatu warna, seperti merah, biru, hijau dsb.
- Value, adalah dimensi kedua atau mengenai terang gelapnya warna. Contohnya adalah tingkatan warna dari putih hingga hitam.
- Intensity, seringkali disebut dengan chroma, adalah dimensi yang berhubungan dengan cerah atau suramnya warna.

Selain Prang System terdapat beberapa sistem warna lain yakni, CMYK atau Process Color System, Munsell Color System, Ostwald Color System, Schopenhauer/Goethe Weighted Color System, Subtractive Color System serta Additive Color/RGB Color System.

STIKOM SURABAYA