

TIPOGRAFI DALAM DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

Priscilia Yunita Wijaya

Dosen Jurusan Desain Komunikasi Visual
Fakultas Seni dan Desain – Universitas Kristen Petra

ABSTRAK

Di dalam era informasi saat ini kehadiran desain komunikasi visual sangatlah dibutuhkan. Sesuai dengan namanya, desain komunikasi visual mempunyai tujuan untuk mengkomunikasikan pesan yang dapat ditangkap oleh massa dengan benar. Salah satu elemen desain yang sangat penting dalam menunjang keberhasilan suatu desain dalam berkomunikasi dengan masyarakatnya adalah tipografi. Tulisan ini membahas bagaimana dan apa peran tipografi tersebut dalam desain komunikasi visual.

ABSTRACT

The presence of Visual Communication Design is needed especially in today's information era. Just as its sound, the function and goal of visual communication design is to communicate to its mass audience with the right perception. One of its elements that determine the effectiveness of a design is typography. This paper is going to talk about the role of typography and how it effects a design in visual communication design.

Kata kunci : tipografi, desain komunikasi visual

DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

Manusia sebagai makhluk sosial mempunyai kebutuhan untuk hidup bersama dan berkomunikasi dengan sesama. Komunikasi tersebut dapat dilaksanakan secara lisan, visual, atau gabungan keduanya. Tanda-tanda lalu lintas, papan nama jalan, tiket bis, majalah, koran, papan reklame, label, dan lain sebagainya adalah beberapa contoh dari berbagai bentuk komunikasi secara visual yang kita temui sehari-hari.

Desain komunikasi visual adalah sarana komunikasi untuk menyampaikan ide, cerita, konsep, dan informasi melalui penglihatan. R. Buckminster Fuller, seorang desainer dan arsitek yang menciptakan geodesic dome, mengatakan bahwa sebuah desain komunikasi harus dapat memenuhi kebutuhan masyarakat tidak hanya untuk memuaskan keinginan daripada desainer tersebut sendiri.¹ Dengan demikian, maka sebuah karya desain

¹ Labuz, Ronald, *Contemporary Graphic Design*, Van Nostrand Reinhold, New York, 1991, hal 121

komunikasi visual dapat dikatakan berhasil apabila ide, cerita, atau informasi yang ingin disampaikan oleh karya tersebut dapat diterima oleh masyarakat (pengamat) dengan tepat. Oleh karena itu, seorang desainer komunikasi visual harus dapat mengerti cara berpikir dan reaksi kebanyakan orang (atau pengamat yang dituju). Persepsi pengamat lebih dipentingkan daripada persepsi sang desainer.

Pada iklan papan sabun Lux, pengamat dihadapkan dengan artis yang cantik dan lembut. Tanpa adanya kata “sabun Lux” atau logotype “Lux” dan keterangan lainnya pada iklan tersebut, pengamat dapat mengartikannya sebagai iklan promosi bagi sang artis dan bukan iklan sabun Lux. Contoh lain ialah pada brosur yang banyak ditemui di biro perjalanan. Tanpa adanya keterangan mengenai tempat rekreasi yang ditawarkan, tempat pendaftaran, jadwal perjalanan, dan lain-lain maka brosur tersebut dapat dianggap sebagai kumpulan foto tempat-tempat rekreasi dan tidak membantu memberikan informasi bagi pengamat.

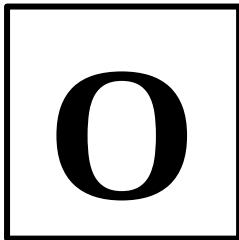
Pentingnya kesamaan persepsi antara desainer dan pengamat dalam desain komunikasi visual membuat tipografi sangat berperan, khususnya dalam bidang penyampaian informasi seperti dalam brosur, poster, sampul buku, dan lain-lain. Disinilah sebenarnya yang membedakan desain komunikasi visual dengan seni murni dan desain yang lain; desain komunikasi visual harus dapat berkomunikasi dengan pengamatnya di dalam persepsi yang sama.

TIPOGRAFI

Dalam desain komunikasi visual tipografi dikatakan sebagai ‘*visual language*’, yang berarti bahasa yang dapat dilihat. Tipografi adalah salah satu sarana untuk menterjemahkan kata-kata yang terucap ke halaman yang dapat dibaca. Peran dari pada tipografi adalah untuk mengkomunikasikan ide atau informasi dari halaman tersebut ke pengamat. Secara tidak sadar manusia selalu berhubungan dengan tipografi setiap hari, setiap saat. Pada merek dagang komputer yang kita gunakan, koran atau majalah yang kita baca, label pakaian yang kita kenakan, dan masih banyak lagi. Hampir semua hal yang berhubungan dengan desain komunikasi visual mempunyai unsur tipografi di dalamnya. Kurangnya perhatian pada tipografi dapat mempengaruhi desain yang indah menjadi kurang atau tidak komunikatif.

Untuk membuat desain yang indah dan berkomunikasi, tipografi tidak dapat dipisahkan dari elemen desain. Dalam membuat perencanaan suatu karya desain, keberadaan elemen tipografi sudah harus selalu diperhitungkan karena dapat mempengaruhi susunan hirarki dan keseimbangan karya desain tersebut.

Pengertian tipografi yang sebenarnya adalah ilmu yang mempelajari bentuk huruf; dimana huruf, angka, tanda baca, dan sebagainya tidak hanya dilihat sebagai simbol dari suara tetapi terutama dilihat sebagai suatu bentuk desain. Huruf ‘O’, contohnya, tidak saja terbaca sebagai huruf ‘O’, tetapi juga terbaca sebagai bentuk lingkaran yang



mempengaruhi bidang suatu karya desain. Dimana dan bagaimana seorang desainer meletakkan huruf ‘O’ tersebut dapat mempengaruhi legibilitas dan keseimbangan karya desain tersebut.

Sebagai seorang visual komunikator, desainer komunikasi visual harus dapat membaca dan mengartikan bentuk atau gambaran. Dalam perannya sebagai tipografer, seorang desainer harus dapat mengetahui bentuk type yang bagaimana yang dapat menunjang arah desain dan meramalkan reaksi daripada pengamatnya. Bentuk huruf *italic* dengan warna emas, misalnya, sangat baik untuk digunakan pada sampul buku roman, dan sebaliknya bentuk huruf roman, san serif, bold, sangat cocok untuk poster-poster politik.



Sejarah Tipografi

Tipografi, sebagai salah satu metode yang menterjemahkan kata-kata menjadi bentuk atau gambaran sudah digunakan sejak jaman dahulu. Dimulai sejak awal jaman lukisan di gua (*early cave drawing age*), dimana nenek moyang kita menggambarkan pengalaman mereka di dinding gua. Pada awalnya, yang digunakan adalah *pictogram*, yaitu gambar yang mewakili bentuk benda yang dimaksud. Secara perlahan, berdasarkan asosiasi, beberapa pictogram berubah menjadi ideogram, yaitu simbol yang bentuknya tidak persis mewakili bentuk yang dimaksud sehingga dapat digunakan untuk berbagai arti. *Ideoram* berkembang sehingga mempunyai gaya penulisan yang tertentu dan mulai mewakili bunyi suara. Karena berkembangnya peradaban manusia, maka berkembang pula

kosa kata dan kepentingan untuk menyimpan data. Seiring dengan perkembangan tersebut, kecepatan dalam menulis juga berkembang sehingga bentuk individual simbol juga semakin sederhana dan abstrak. Pada awal tahun 2800 sebelum Masehi, bangsa Sumaria telah mempunyai sistem menulis dengan formal, abstrak simbol, yang disebut *cuneiform*, yang kemudian menjadi basis daripada modern alphabet yang kita gunakan. Demikianlah simbol-simbol tersebut terus berkembang dan bertambah sesuai dengan bunyi suara, dan semakin abstrak bentuknya.

Melalui gerakan penyebaran kekuasaan dan agama, bangsa Romawi juga menyebarkan sistem penulisan terutama untuk menyimpan peristiwa dan ceritera, dimana calligrafi menjadi populer dan berkembang. Kebutuhan membaca dan menulis juga semakin meningkat.

Peran tipografer.

Sampai pada jaman tersebut, tipografi sebagai bidang yang berfokus pada bentuk huruf belum populer. Perkembangan tipografi mulai menjadi populer dimulai pada abad ke lima belas dengan ditemukannya sistem pencetakan dengan menggunakan '*movable type*'. Pada saat yang bersamaan, keinginan dan kemampuan membaca masyarakat juga meningkat, membuat kebutuhan akan buku, surat kabar, dan lain-lain juga meningkat. Pada saat inilah profesi tipografer mulai muncul. Fungsi daripada tipografer pada saat itu adalah mengawasi keseluruhan proses produksi termasuk di dalamnya pembuatan huruf dan pencetakannya.

Revolusi Industri membawa pengaruh terhadap kecepatan dan spesialisasi dalam segala bidang. Sistem percetakan yang tadinya manual berubah menjadi mekanik. Spesialisasi pekerjaan semakin berkembang, muncul spesialisasi pekerjaan seperti desainer bentuk huruf (*type designer*), pengatur huruf (*typesetter*), pencetak (*printers*), dan lain sebagainya. Desainer komunikasi visual dan tipografer adalah dua profesi yang berbeda, walau fungsinya dalam suatu karya desain saling terikat. Dalam sebuah karya desain, desainer komunikasi visual memberikan spesifikasi type yang dia inginkan, dan typesetter akan melakukan penyusunan type tersebut bagi sang desainer. Segi positif dari spesialisasi ini, setiap ahli semakin ahli dan bertanggung jawab pada bidangnya. Pada masa-masa ini dapat dilihat penggunaan type yang lebih memperhatikan keindahan bentuk huruf.

Tehnologi semakin berkembang sehingga ditemukannya *DTP (desktop publishing)*, yang memberikan kesempatan bagi para desainer untuk menyusun type sendiri; desainer komunikasi visual juga berfungsi sebagai tipografer. Segi positifnya adalah pada saat tersebut terbuka kesempatan untuk bereksperimen dengan huruf dan terbuka kebebasan menggunakan huruf dengan lebih leluasa.

Pengaruh dari kemajuan teknologi tersebut membawa dampak pada penggunaan ilustrasi dan foto pada karya desain. Kemampuan mencetak gambar dengan kualitas yang baik membuat banyak desainer komunikasi visual tergerak untuk menggunakan gambar sebagai inti dari karya desainnya dan kecenderungan mengesampingkan tipografi. Selain itu, kemudahan dalam proses produksi desain melahirkan banyak desainer amatir yang kurang mengerti prinsip-prinsip desain dan pentingnya tipografi. Akibatnya, banyak kita temui desain sampul majalah, poster, brosur, yang penyusunan hurufnya tidak sejalan dengan tema dan gambar yang digunakan, sehingga terdapat kesan bahwa huruf-huruf tersebut asal diletakan saja.

Desain Tipografi

Dalam suatu karya desain, semua elemen yang ada pada *void* (ruang tempat elemen-elemen desain disusun) saling berkaitan. Tipografi sebagai salah satu elemen desain juga mempengaruhi dan dipengaruhi oleh elemen desain yang lain, serta dapat mempengaruhi keberhasilan suatu karya desain secara keseluruhan. Penggunaan tipografi dalam desain komunikasi visual disebut dengan desain tipografi.

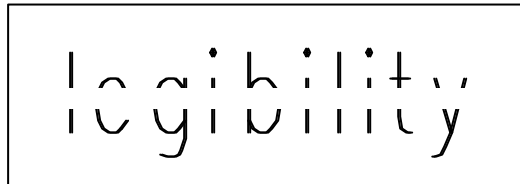
Tulisan tangan adalah sederetan tanda-tanda yang mempunyai arti dan dibuat dengan tangan. Komponen dasar daripada tipografi adalah huruf (*letterform*), yang berkembang dari tulisan tangan (*handwriting*). Berdasarkan ini, maka dapat disimpulkan bahwa tipografi adalah sekumpulan tanda-tanda yang mempunyai arti. Penggunaan tanda-tanda tersebut baru dapat dikatakan sebagai desain tipografi apabila digunakan dengan mempertimbangkan *graphic clarity* dan prinsip-prinsip tipografi yang ada.

Ada empat buah prinsip pokok tipografi yang sangat mempengaruhi keberhasilan suatu desain tipografi yaitu *legibility*, *clarity*, *visibility*, dan *readability*.

Legibility adalah kualitas pada huruf yang membuat huruf tersebut dapat terbaca. Dalam suatu karya desain, dapat terjadi *cropping*, *overlapping*, dan lain sebagainya, yang dapat menyebabkan berkurangnya legibilitas daripada suatu huruf. Untuk menghindari hal

ini, maka seorang desainer harus mengenal dan mengerti karakter daripada bentuk suatu huruf dengan baik. Selain itu, penggunaan huruf yang mempunyai karakter yang sama dalam suatu kata dapat juga menyebabkan kata tersebut tidak terbaca dengan tepat, seperti contoh di bawah ini.

fail	Diambil dari <i>Typographic Design: Form and Communication</i>
tail	Huruf 'f', 't', 'j', mempunyai karakteristik yang sama sehingga ada
jail	kemungkinan terbaca dengan kurang tepat



Diambil dari *Typographic Form: Form and Communication*

Apabila menggunakan *copping*, bagian atas daripada huruf lebih dapat terbaca daripada bagian atasnya.

Readability adalah penggunaan huruf dengan memperhatikan hubungannya dengan huruf yang lain sehingga terlihat jelas. Dalam menggabungkan huruf dan huruf baik untuk membentuk suatu kata, kalimat atau tidak harus memperhatikan hubungan antara huruf yang satu dengan yang lain. Khususnya spasi antar huruf. Jarak antar huruf tersebut tidak dapat diukur secara matematika, tetapi harus dilihat dan dirasakan. Ketidak tepatan menggunakan spasi dapat mengurangi kemudahan membaca suatu keterangan yang membuat informasi yang disampaikan pada suatu desain komunikasi visual terkesan kurang jelas. Huruf-huruf yang digunakan mungkin sudah cukup *legible*, tetapi apabila pembaca merasa cepat capai dan kurang dapat membaca teks tersebut dengan lancar, maka teks tersebut dapat dikatakan tidak *readable*. Pada papan iklan, penggunaan spasi yang kurang tepat sehingga mengurangi kemudahan pengamat dalam membaca informasi dapat mengakibatkan pesan yang disampaikan tidak seluruhnya ditangkap oleh pengamat. Apabila hal ini terjadi, maka dapat dikatakan bahwa karya desain komunikasi visual tersebut gagal karena kurang komunikatif. Kerapatan dan kerenggangan teks dalam suatu desain juga dapat mempengaruhi keseimbangan desain. Teks yang spasinya sangat rapat akan terasa menguasai bidang *void* dalam suatu bentuk, sedangkan teks yang berjarak sangat jauh akan terasa lebih seperti tekstur.

Prinsip yang ketiga adalah *Visibility*. Yang dimaksud dengan *visibility* adalah kemampuan suatu huruf, kata, atau kalimat dalam suatu karya desain komunikasi visual dapat terbaca dalam jarak baca tertentu. *Fonts* yang kita gunakan untuk headline dalam brosur tentunya berbeda dengan yang kita gunakan untuk papan iklan. Papan iklan harus menggunakan *fonts* yang cukup besar sehingga dapat terbaca dari jarak yang tertentu. Setiap karya desain mempunyai suatu target jarak baca, dan huruf-huruf yang digunakan dalam desain tipografi harus dapat terbaca dalam jarak tersebut sehingga suatu karya desain dapat berkomunikasi dengan baik.

Prinsip pokok yang terakhir adalah *clarity*, yaitu kemampuan huruf-huruf yang digunakan dalam suatu karya desain dapat dibaca dan dimengerti oleh target pengamat yang dituju. Untuk suatu karya desain dapat berkomunikasi dengan pengamatnya, maka informasi yang disampaikan harus dapat dimengerti oleh pengamat yang dituju. Beberapa unsur desain yang dapat mempengaruhi *clarity* adalah, *visual hierarchy*, warna, pemilihan *type*, dan lain-lain.

Keempat prinsip pokok daripada desain tipografi tersebut di atas mempunyai tujuan utama untuk memastikan agar informasi yang ingin disampaikan oleh suatu karya desain komunikasi visual dapat tersampaiakan dengan tepat. Penyampaian informasi tidak hanya merupakan satu-satunya peran dan digunakannya desain tipografi dalam desain komunikasi visual. Sebagai suatu elemen desain, desain tipografi dapat juga membawa emosi atau berekspresi, menunjukkan pergerakan elemen dalam suatu desain, dan memperkuat arah daripada suatu karya desain seperti juga desain-desain elemen yang lain. Maka dari itu, banyak kita temui desain komunikasi visual yang hanya menggunakan tipografi sebagai elemen utamanya, tanpa objek gambar.

KESIMPULAN

Penggunaan desain tipografi dalam sebuah karya desain komunikasi visual dapat memperkuat keberhasilan karya tersebut dalam berkomunikasi, namun dapat juga menjatuhkan kualitas desain apabila tidak dipergunakan dengan tepat.

Melihat begitu besarnya pengaruh desain tipografi di dalam suatu karya desain komunikasi visual, maka sangatlah penting bagi para desainer untuk mengerti tentang tipografi dan bagaimana cara menggunakannya dalam suatu karya desain dengan baik dan benar.

Kesensitifan seorang desainer, yang pada waktu menggunakan elemen tipografi juga berfungsi sebagai seorang tipografer, terhadap bentuk dan penggunaan tipografi sangatlah diperlukan. Kebebasan dalam menggunakan elemen tipografi, yang melanggar prinsip pokok dari desain tipografi dapat mengurangi kemampuan sebuah desain untuk berkomunikasi. Di lain pihak, kehadiran desain tipografi yang tidak senada dengan *image* atau gambar dan arah desain yang dituju, meskipun sesuai dengan prinsip tipografi yang ada juga akan mengganggu keseimbangan dalam sebuah desain.

Terganggunya keseimbangan dan kemampuan penyampaian informasi dalam sebuah desain merupakan dua hal yang sangat fatal. Keseimbangan dan informasi, harus dapat berjalan bersama. Tanpa adanya keseimbangan dalam karya desain membuat desain tersebut kurang mutlak dan akan mengganggu pengamatan, sebaliknya sebuah desain yang indah dan seimbang jugalah tidak dapat dikatakan berhasil apabila pengamat tidak mampu memperoleh informasi apapun darinya.

Seorang desainer komunikasi visual harus mampu dan mempunyai kesensitifan dalam mengintegrasikan desain elemen yang lain seperti gambar, warna garis-garis dan lain sebagainya dengan desain tipografi. Kunci keberhasilan suatu karya desain komunikasi visual terletak pada kemampuan suatu karya desain menyampaikan informasi dengan tepat secara kreatif. Tipografi sebagai bentuk visual dari sebuah komunikasi merupakan sarana penyampaian informasi memegang peranan yang sangat penting dalam desain komunikasi visual.

KEPUSTAKAAN

Cotton, Bob, *The New Guide to Graphic Design*, Oxford, 1990.

Labuz, Ronald, *Contemporary Graphic Design*, Van Nostrand Reinhold, New York, 1991.

Rob carter, Ben Day, Philip Meggs, *Typographic Design: Form and Communication*, Van Nostrand Reinhold, New York, 1993.

Carter, John, *Typography 223 A Notes*, California State University, Fullerton, 1993.

Abbey, Norm, *Typographic Design Art 50 A Notes*, Pasadena City College, Pasadena, 1992.

Aldrich-Ruenzel, dan Fennel, *Designer's Guide to Typography*, Step-By-Step Publishing, New York, 1991.