

PERANAN FOTOGRAFI DALAM DESAIN POSTER FILM ARISAN TERHADAP PERSEPSI PENONTON

Ahmad Alberd

Program Studi Desain Komunikasi Visual
Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Indraprasta PGRI
Jl. Nangka 58 Tanjung Barat, Jakarta Selatan, Indonesia
alberdnauman@gmail.com

Abstrak

fotografi dan poster adalah dua hal yang berbeda, namun dalam konteks media promosi kedua dimensi ini selalu berhubungan, baik media tulisan maupun suara dan gambar. Terbukti dengan adanya kebutuhan antar keduanya diwujudkan dalam bentuk media promosi yang digunakan untuk menyampaikan informasi atau pesan adalah poster yang berisi sebuah foto bergaya dengan berbagai ekspresi dan situasi pada beberapa adegan dalam film tersebut. Salah satu contohnya adalah poster filan Arisan!, dimana penonton dapat dipengaruhi dengan adanya peningkatan media promosi yang disebabkan karena tiga faktor yaitu, teknologi digital, proses cetak yang sangat instan, generasi pencipta atau seniman dan atau desainer poster. Di bawah ini penulis akan memaparkan tentang teknik fotografi yang dibuat untuk mengisi pesan pada poster film.

Kata kunci : fotografi, media promosi, poster

Photography In Design Of The Arisan Movie's Poster Throughout Audience Perception

Abstract

Photography and poster is two different things, but it is related each other in media promote context, writing, sound and picture. It can be seen by promotion that using to inform in any expression and situation in film making. For example is in poster of ARISAN movie, where's the audience can hypnotized in three factors is the digital technology, instant print making, creating or artist and designer. In this term, writer want to describes about photography technique that using to delivered a message in movie poster.

Key words: photography, media promotion, poster

A. PENDAHULUAN

Dunia perfilman Indonesia memiliki sejarah yang panjang dalam perjalanannya. Bermula dari munculnya film *Long March*, *The Darah dan Doa* pada tahun 1950 karya Usmar Ismail, film Indonesia kemudian mulai berkembang dengan menghasilkan film-film dengan kisah yang beragam. Meskipun pembuatannya masih sederhana dan digarap dengan tema kultur sosial yang berlatar belakang kehidupan sosial masyarakat Indonesia, namun hal tersebut membuktikan bahwa Indonesia memiliki potensi dalam industri perfilman.

Di era informasi yang sangat terbuka seperti sekarang ini, terpantau begitu menjamurnya komunitas penikmat film, dengan hal itu industri perfilman Indonesia mulai meningkatkan kualitasnya. Walaupun produksi film Indonesia mengalami pasang surut dari tahun ke tahun. Sejak krisis ekonomi pada tahun 1998 produksi film Indonesia mengalami penurunan.

Pada masa itu hasil produksi film pun tidak cukup bermutu, sehingga banyak produksi film asing yang masuk Indonesia. Tetapi pada saat ini, produksi film Indonesia per tahunnya semakin meningkat hingga 30%, dibandingkan dengan 20 tahun yang lalu. Karena hal tersebut, film Indonesia mulai banyak peminatnya sejak awal tahun 2002 sampai dengan sekarang.

Meningkatnya produksi film Indonesia tidak terlepas pada perkembangan zaman saat ini, hal itu disebabkan karena adanya media promosi, baik media tulisan maupun suara dan gambar. Salah satu media promosi yang digunakan untuk menyampaikan informasi atau pesan adalah poster. Secara pengertian, poster adalah sebuah karya seni yang dilukis atau dicetak yang terdiri dari visual dan huruf di atas kertas berukuran besar, namun pada perkembangannya sekarang poster bisa hanya berisi huruf atau berisi visual saja. Pesan yang terkandung didalam poster termuat secara singkat, padat, dan jelas, sehingga pencipta dan pembaca poster terhubung pada satu komunikasi setara.

Meningkatnya media promosi disebabkan karena beberapa faktor, pertama, pesatnya perkembangan teknologi digital. Kedua, munculnya beberapa generasi pencipta atau seniman dan atau desainer poster. Ketiga, ditunjangnya model-model proses cetak yang sangat instan. Dari ketiga faktor tersebut, disimpulkan bahwa poster mampu menjadi sentra dalam mempromosikan sesuatu kepada masyarakat yang dituju. Sehingga, poster kini mempunyai dominasi metode promosi untuk selalu terus-menerus dipakai oleh para produsen yang mau memperluas dan memperkenalkan produknya.

Beberapa Poster film terdapat sebuah gambar yang berupa foto pemeran tokoh dan situasi dari beberapa adegan film tersebut. Untuk bisa menghasilkan sebuah foto dalam memberikan isi poster film digunakan teknik fotografi yang dapat memberikan pesan serta informasi pada poster film itu sendiri.

Pada dasarnya, *scene* (peristiwa, aktivitas dan pemandangan) yang terekam dalam foto merupakan literal yang muda terbaca. Tetapi, pada saat proses pemindahan objek nyata itu ke dalam sebetuk imaji (citra, foto, dan gambar) terjadi reduksi, entah reduksi proporsi atau ukuran, sudut pandang, maupun warna (Barthes, 2010: 3).

Di Indonesia, perkembangan fotografi ditandai dengan munculnya beberapa komunitas pencinta, penggemar dan para praktisi ahli yang menjamur dibidang tersebut, baik diwilayah kota, maupun daerah-daerah selain kota. Meningkatnya jumlah pengemar fotografi, tumbuhnya klub-klub fotografi,

menimbulkan dampak dimensional diberbagai aplikasi pekerjaan dan kehidupan sehingga fotografi selalu berada digarda depan pada aplikasi kedalam berbagai media seperti, media massa, media promosi, biro iklan, ilmu pengetahuan, hukum, pendidikan, kedokteran, dokumentasi, hiburan/ seni budaya, dan lain-lain.

Melihat perkembangan yang cenderung meningkat di bidang fotografi serta keterkaitan fotografi dengan ilmu pengetahuan lainnya, maka fotografi tidak hanya sebagai media informasi yang mengekspresikan ide, gagasan, perasaan dan hobi. tetapi juga menjadi salah satu alat komunikasi pilihan dalam menyampaikan sebuah pesan pada media promosi maupun publikasi. Selain itu, fotografi tidak hanya sebagai pelengkap pada sebuah karya desain media promosi saja, tetapi dengan adanya kekuatan foto atau gambar juga dapat berpengaruh terhadap substansi pesan dan informasi dalam rancangan desain poster film bagi para penikmat atau pembaca.

Kecenderungan masyarakat Indonesia dalam melihat media promosi ataupun publikasi hanya terfokus pada sebuah *icon*, gambar ataupun foto. Oleh karena itu, fotografi sangat dibutuhkan di industri desain maupun industri perfilman. Dengan adanya foto, maka desain media promosi ataupun publikasi poster film akan lebih menarik saat ditampilkan.

Dari latar belakang yang diangkat oleh penulis, maka dalam tulisan ini penulis ingin mengungkapkan bagaimana hubungan dan dampak yang terjadi antara ilustrasi poster dengan pendekatan fotografi kepada para pembaca poster.

B. PEMBAHASAN

1. Desain grafis

Dalam pembahasan ini desain grafis adalah suatu bentuk komunikasi visual yang menggunakan gambar untuk menyampaikan informasi atau pesan seefektif mungkin. Dalam desain grafis, teks juga dianggap gambar karena merupakan hasil abstraksi simbol-simbol yang bisa dibunyikan. desain grafis diterapkan dalam desain komunikasi dan fine art. Seperti jenis desain lainnya, desain grafis dapat merujuk kepada proses pembuatan, metoda merancang, produk yang dihasilkan (rancangan), atau pun disiplin ilmu yang digunakan (desain).

Ketika ingin membuat sebuah desain tentunya harus terlebih dahulu mengetahui prinsip-prinsip desain dan elemen-elemen desain supaya dapat menghasilkan karya desain yang tepat dan sesuai kebutuhan,

Desainer grafis menciptakan jembatan antara informasi dan pemahaman. Desainer mempunyai tanggung jawab sosial yang penting karena di dunia ini desain adalah inti dari tantangan sekaligus solusi. Desainer menciptakan begitu banyak hal dalam dunia ini, mulai dari hal-hal yang

kita konsumsi, sampai dengan menciptakan harapan-harapan apa yang ingin kita penuhi. Desainer membentuk apa yang kita lihat, kita gunakan, dan apa yang kita rasakan.

2. Deskripsi Poster

Poster adalah sebuah karya seni yang dilukis atau dicetak yang terdiri dari visual dan huruf di atas kertas berukuran besar, namun pada perkembangannya sekarang poster bisa hanya berisi huruf atau berisi visual saja, mediana pun bisa apa saja (plastik, kain, dll) dan ukurannya bisa bervariasi dari kecil, sedang, besar dan sangat besar. Pengaplikasiannya dengan ditempel di dinding atau permukaan datar lainnya dengan sifat mencari perhatian mata sekuat mungkin. Karena itu poster biasanya dibuat dengan warna-warna kontras dan kuat.

Poster juga bersifat persuasif (memengaruhi) terhadap pembaca sehingga pembaca menjadi yakin. Poster dapat dipergunakan untuk kepentingan publikasi atau propaganda, promosi, pendidikan, dan dekorasi. Selain itu bisa pula berupa salinan karya seni terkenal. Agar poster lebih menarik, biasanya dilengkapi dengan gambar ilustrasi. Berikut beberapa macam poster:

a. Poster Niaga

Poster niaga yaitu poster yang berfungsi untuk menawarkan barang atau jasa tertentu.

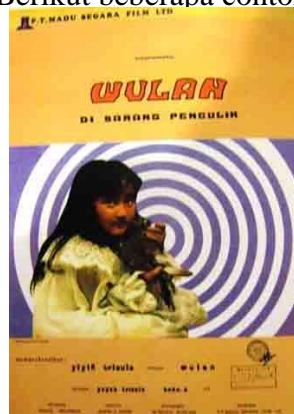
b. Poster Kegiatan

Poster kegiatan yaitu poster yang berisi kegiatan atau kejadian penting yang akan dilaksanakan. Misalnya, poster konser musik, pameran lukisan, perlombaan, pertandingan, atau pementasan drama.

c. Poster Layanan Masyarakat

Poster layanan masyarakat yaitu poster yang berisi pesan, informasi, dan penjelasan yang tujuannya untuk menyadarkan masyarakat tentang suatu hal yang mengangkat kepentingan bersama. Misalnya, poster lingkungan, pendidikan, kesehatan, dan sebagainya.

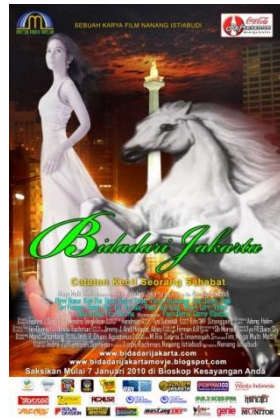
Berikut beberapa contoh poster :



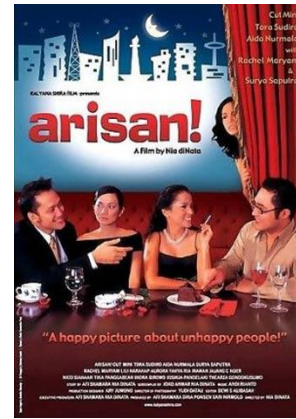
Wulan di Sarang Penculik (1975)



Lari Ka Mekah (1930)



Bidadari Jakarta (2010)



Arisan! (2000)



Cin(T)A (2008)



3 Hari Untuk Selamanya (2007)

3. Fotografi

Istilah fotografi pertama kali di kemukaan oleh seorang ilmuwan inggris, Sir John Herschell pada tahun 1839. Fotografi berasal dari kata bahasa latin, Photos = sinar/cahaya, dan Graphos = mencatat/melukis, secara harfiah mencatat atau melukis dengan sinar atau cahaya, atau sebetulnya yang lebih tepat disebut menangkap cahaya. Seperti yang telah diketahui bahwa semua benda di dunia ini memantulkan cahaya, dan dengan kamera foto, cahaya itu ditangkap dan direkam dalam bentuk data sebelum akhirnya diproses melalui proses cetak menjadi sebuah karya foto (Darmawan, 2009: 19).

Foto secara luas telah digunakan oleh surat kabar, majalah, buku, dan televisi untuk menyampikan informasi dan ilkan produk dan jasa. Aplikasi praktis fotografi bisa ditemukan di sekitar pekerjaan manusia dari astronomi hingga kedokteran sampai industri (Darmawan, 2009: 20)

Pada era digital sekarang ini sudah banyak sekali kamera yang mempunyai fitur auto dimana segalanya diatur oleh program sehingga fotografer

tinggal memencet tombol saja. Hal ini memang sangat memudahkan tapi yang disesalkan membuat malas mempelajari fotografi secara benar sehingga tidak mengetahui teori dasar memotret dan akhirnya foto yang dihasilkan kurang baik, Tanpa pengetahuan dasar yang kuat, hasil foto karya “fotografer auto” tidaklah sempurna orang yang mengetahui dan memahami dasar fotografi secara kuat.

Untuk menangkap cahaya dengan kamera, unsur penting yang harus di perhatikan dengan seksama, yaitu Diafragma, Speed dan ISO. Ketiga unsur ini saling berkaitan satu sama lain. Dengan pemahaman mengenai ketiga unsur tersebut maka kita akan dapat menangkap cahaya dan membuat foto dengan baik.

Di samping hal teknis dalam menghasilkan foto yang baik, juga ada non teknis untuk digunakan dalam fotografi, seperti halnya informasi maupun isi dalam foto tersebut. Pengaturan objek dalam sikap dan posisi objek mesti sungguh-sungguh diperhatikan karena makna akan diserap dari objek-objek yang difoto. Daya tarik akan semakin besar apabila objek foto bisa merujuk pada jejaring ide tertentu, atau mau lebih pelik, simbol-simbol terkesan dalam masyarakat (Barthes, 2010: 9).

Fotogenia

Teori tentang fotogenia (aspek-aspek teknis dalam produksi foto, seperti pencahayaan dan pencetakan hasil) telah lama dikembangkan, tetapi sekarang bukan saatnya membahas pertandaan yang terjadi pada level ini. Penulis membatasi pembahasan hanya pada fotogenia sebagai struktur informasional. Dalam fotogenia, pesan konotatif adalah imaji itu sendiri, yang diperhalus dengan teknik-teknik pencahayaan, pengurangan bias cahaya, dan pencetakan hasil (Barthes, 2010: 10).

4. Analisis

Sebagaimana penulis sampaikan sebelumnya, dalam tulisan ini mengacu pada teknik fotografi yang dibuat untuk mengisi pesan dalam poster film. Dimana analisis ini lebih mengacu pada perbandingan dua objek yang diduga memiliki persamaan dan perbedaan. Sementara pada foto, substansi pesan dibangun oleh garis, tekstur, dan warna (Barthes, 2010: 2).

Dalam bentuk pesan yang sederhana, foto sama sekali tidak perlu mencincang realitas terlebih dahulu menjadi unit-unit kecil serta tidak perlu menyisipkan tanda karena malah akan mengurangi kekuatan foto itu sendiri. Atau, tidak perlu membangun jembatan persambungan, yakni kode, antara objek realitas dengan imajinya. Imaji, tentu saja, berbeda dengan realitas (Barthes, 2010: 3).

Tetapi, lain dari yang lain, imaji fotografis adalah analogon (turunan, salinan, kopian) yang sempurna dari realitas dan justru kesempurnaan

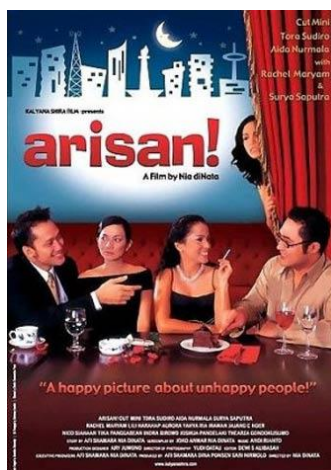
analogis inilah yang diterima umum sebagai kekhasan atau kekuatan foto. Sampai di sini, kita akhirnya tahu bahawa imaji fotografis menyanggah status istimewa; ia adalah pesan tanpa kode. Lalu, dari proposisi ini, kita dapat mengamini konsekuensinya pesan fotografis adalah pesan yang bersifat kontinyu (polos, telanjang). (Barthes, 2010: 3).

Bagi penulis kode konotasi kemungkinan besar tidak bersifat natural maupun artifisial, tetapi historis atau kultural. Bukti-buktinya berupa sikap tubuh, gerak laku, ekspresi, warna atau efek, yang maknanya merupakan hasil sadapan dari kebiasaan masyarakat tertentu, hubungan antara penanda dan petanda, meskipun terselubung, tetap seratus persen bersifat historis.

C. PENUTUP

Berdasarkan pembahasan yang telah disampaikan oleh penulis, maka dapat diambil kesimpulan bahwa pendekatan fotografi dapat berperan penting dalam desain poster film. Dalam hali ini ada yang perlu diperhatikan dalam hasil foto pada hasil poster *Arisan!*, yaitu dengan mengumpulkan para tokoh utama dalam satu meja dengan mimik yang menjelaskan karakter maupun kisah masing-masing di film tersebut. Lirikan Cut Mini, gaya genit Aida Nurmala, wajah Rachel Maryam yang menyembul sok ingin tahu, atau Tora Sudiro dan Surya Saputra memberi kita petunjuk ada apa di film *Arisan* tersebut. Dengan demikian teknik fotografi sangat penting diperhatikan mulai dari komposisi, pencahayaan, dan pemilihan warna pada properti-properti pendukung lainnya. Seperti kostum para tokoh, sofa, meja, tirai dan gelas serta piring yang diletakkan.

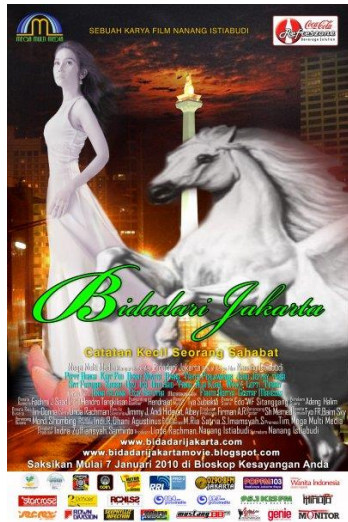
Berikut adalah poster yang menggunakan teknik fotografi:



ARISAN!

Film *Arisan!* merekam dengan jenial kehidupan kaum jetset Jakarta era 2000-an. Mereka yang kerap disebut kaum sosialita tak luput dari masalah hidup. Posternya unik.

Berikut adalah poster yang tidak menggunakan teknik fotografi :



BIDADARI JAKARTA (2010)

Melihat poster Film Bidadari Jakarta yang dibidang akan mengulas beratnya kehidupan jalanan di Jakarta bagi para pendatang baru dari daerah. Mendengar tema yang diangkat, mungkin akan banyak orang akan tertarik untuk menontonnya. tapi anda mungkin akan berpikir berkali-kali setelah melihat poster filmnya.

Sungguh memprihatinkan bahkan menyedihkan apabila sampai dilihat oleh orang asing. Jangankan para ahli desain, mungkin orang awam sekalipun akan menganggap film ini adalah film “ecek-ecek” setelah membandingkan dengan poster film lainnya.

Media poster film adalah suatu alat yang efektif digunakan untuk mempromosikan sebuah film dengan menyampaikan pesan atau informasi kepada masyarakat melalui desain media poster yang kreatif. Dalam hal ini bertujuan untuk melihat peranan fotografi dalam desain poster film dapat berpengaruh terhadap persepsi penonton untuk dapat menarik minat mereka.

Poster merupakan bentuk komunikasi yang tergolong efektif bagi sebuah film dalam menarik minat dan rasa ingin tahu khalayak orang untuk kemudian menonton film tersebut. Dalam suatu poster terkandung elemen-elemen visualisasi yang masing-masing saling terhubung dan memiliki peran penting untuk menciptakan poster yang "ideal" baik di mata desainer dan orang awam. Elemen-elemen tersebut adalah ilustrasi, warna, tipografi, dan tata letak/layout.

Dalam proses pembuatan poster tentunya para praktisi desainer berusaha menciptakan poster yang sesuai dengan makna/ pesan yang hendak disampaikan kepada sasaran, memperhatikan elemen-elemen visualisasi secara teliti dan menggunakan gaya desain grafis yang berkembang di dunia.

Kesalahan dalam merancang poster bukan hanya kesalahan desain posternya, namun juga kemasan produknya. Karena sebuah produk akan sangat menjadi menarik bagi konsumen apabila dikemas secara eksklusif, dan bahkan akan meningkatkan harga jual.

Jelas dalam hal ini, hubungan fotografi pada desain media poster film sangat berpengaruh pada hasil dan persepsi penonton yang menyebabkan minat penonton itu sendiri.

Sehingga adanya pandangan masyarakat terhadap foto selalu bersifat historis, artinya pandangan itu bergantung pada pengetahuan masyarakatnya, meskipun seolah-olah pandangan hanya persoalan bahasa tuturan sehari-hari semata.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Barthes Roland, 2010. *Imaji Musik Teks*. Yogyakarta: Jalasutra

Berman, David B. 2010. *Do Good Design*. Jakarta: AIGA

Darmawan, Ferri. 2009. *Dunia Dalam Bingkai*. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.

Irama Visual, 2007. *Dari Toekang Reklame Sampai Komunikator Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.

Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Jurnal Ilmiah :

Yuliadewi, Lesie. 2000. *komposisi dalam fotografi*. Dosen Jurusan Desain Komunikasi Visual Universitas Kristen Petra

Sumber Lain :

<http://www.tabloidbintang.com>

<http://www.crayonpedia.org>