

ILUSTRASI DAN *WHITE SPACE* DALAM DESAIN POSTER

Aprilia Kartini Streit

Dosen Program Studi Desain Komunikasi Visual
Universitas Bunda Mulia (astreit@bundamulia.ac.id)

Abstract

Illustration is one of the most important element in the making of poster design. In its essence the function of a poster design is to draw the attention of the. In a very crowded environment Illustration of a poster must be able "scream" attention and create a strong "stopping power" towards the people around it. Poster which are too loaded with information and which leave no sufficient white space between the elements are reducing the ability of the audience to read the message easily and clearly. Generally posters are made of textual and graphic elements, they are designed to catch the eye of the audience and deliver a certain message to the target groups. Posters are used for various purposes i.e. in advertising (especially events, music or movies), propaganda and demonstrations. Besides that posters are also used to reproduce art - especially famous paintings - to a lower price than the original. Another type of posters are educational posters, which try to inform about a specific educational topic. Many people actually collect posters and some of the posters in their possession are very valuable. These vintage posters are generally framed and look old.

Keywords : Illustration, Posters, Design

Pendahuluan

Ilustrasi adalah unsur yang paling penting dalam pembuatan Desain Poster. Sejak awal desain poster direncanakan dipasang di tempat-tempat umum. Agar informasi dapat ditangkap audience, poster harus memiliki "daya tangkap" atau *stopping power* yang kuat. Dalam suasana yang hiruk-pikuk/ramai (*crowded*), Ilustrasi harus mampu "berteriak" mengundang perhatian orang disekitarnya. Poster yang terlalu penuh informasi, semua elemen ditonjolkan, tanpa menyisakan ruang putih (*white space*) yang cukup, dapat mengurangi kemudahan dan kenyamanan baca.

Pembahasan

Definisi Ilustrasi

Ilustrasi adalah hasil visualisasi dari suatu tulisan dengan teknik drawing, lukisan, fotografi, atau teknik seni rupa lainnya yang lebih menekankan hubungan subjek dengan tulisan yang dimaksud daripada bentuk.

Tujuan ilustrasi adalah untuk menerangkan atau menghiasi suatu cerita, tulisan, puisi, atau informasi tertulis lainnya. Diharapkan dengan bantuan visual, tulisan tersebut lebih mudah dicerna.

Definisi Poster

Kata poster adalah berasal dari kata "*to post*" yang memiliki arti menempelkan. Sebagai

kata benda berarti *post* (surat). Poster menurut Graphics Art Encyclopedia berarti *'A large display sign of product or scene, printed on a board or fine paper, depending on the use. These large placards are used for sales promotion and to make announcement of activity that are of interest to a large number of people. They are versatile communication tools with many uses'*. (George Stevenson, Graphics Art Encyclopedia, 1st ed, Newyork, 1992,p.397).

Menurut Victoria Neufeldt : *'A relatively large printed card or sheet of paper, often illustrated, posted to advertiser or publicize something'* (Victoria Neufeldt, Webster's Now World Dictionary of American English, New York, 1998, p.1054).

Menurut Lori Siebert dan Lisa Ballard : *'Capturing a moving audience with your message'* (Lori Siebert & Lisa Ballard, Making a Good Layout, Ohio: North Ligth Books, 1992,p.52). pernyataan tersebut menurut mereka adalah bahwa poster harus mempunyai unsur visual yang kuat sehingga dapat menangkap perhatian *audience* dalam tempo hanya beberapa detik saja. Karena diletakan di tempat keramaian dan para pembaca sedang berjalan.

Poster seharusnya tidak memuat terlalu banyak pesan atau informasi. Poster yang terlalu sarat dengan pesan-pesan, baik visual maupun verbal, cenderung kurang efektif dan membingungkan pembaca. Unsur visual seperti ilustrasi dapat dibuat seimajinatif mungkin sehingga pembaca dapat melihat dengan jelas.

Kecenderungan yang terjadi adalah, ilustrasi sering diekspresikan dengan ukuran yang besar atau dengan mengeksploitasi foto secara vulgar, bahkan tidak sedikit yang mengarah pada penonjolan daya tarik perempuan (*sex appeal*). Cukup banyak desainer grafis yang beranggapan bahwa kemolekan tubuh perempuan merupakan 'ilustrasi' yang menarik dan paling efektif. Hal tersebut memang tidak menyalahi kaidah desain, namun dari sisi kreatif, etika, dan norma masyarakat umumnya masih perlu dipertanyakan.

Ini adalah beberapa contoh iklan komersil pada era tahun akhir tahun 50-an dimana kaum pria mengambil tempat yang sangat dominan. Ilustrasi pada poster tersebut mengungkapkan sikap masyarakat terhadap wanita di era tersebut.



Gambar 1
Iklan Komersil tahun 1950
(<https://sites.google.com/site/mediarepresentationsofwomen/home/women-in-advertisements-1950-s>)

Tahun 1990-an pengiklan tidak lagi peduli terhadap pandangan antiseksi. Saat itu gambar-gambar yang mengeksploitasi tubuh perempuan

menghilang dinegara-negara barat sejalan dengan gerakan feminisme.

Pada saat ini masyarakat terutama di negara Barat sudah menerima penggunaan tubuh perempuan dalam iklan tanpa memperhatikan lagi etika dan norma dalam lingkungan.

Banyak cara yang dapat dilakukan oleh seorang disainer dalam membuat poster yang tampil atraktif. Beberapa diantaranya adalah :

1. Menciptakan ilustrasi yang tidak biasa (unusual)
2. Menonjolkan satu unsur ilustrasi dengan warna yang dominan
3. Memberikan white space di sekeliling ilustrasi yang ditonjolkan.

Desain Poster yang baik

Ada beberapa prinsip disain yang secara elementer dapat membantu mewujudkan layout yang baik. Prinsip-prinsip tersebut adalah: (1) keseimbangan (*balance*), (2) tekanan (*emphasis*), (3) irama (*rhythm*), dan (4) kesatuan (*unity*). Desainer yang pernah melewati jalur pendidikan formal tentu sudah mengerti dengan prinsip dasar tersebut.

Seorang desainer poster dalam situasi tertentu terkadang menyimpang dari prinsip disain, tidak harus terikat dengan layout disain yang baik seperti apa. Tetapi dari gagasan yang tidak biasa atau melanggar dari prinsip dasar disain, seringkali memunculkan desain yang sangat luar biasa. Prinsip dasar dalam membuat desain poster yang baik tidak hanya pada sekedar

membuat orang menoleh, tetapi harus juga membuat orang berhenti untuk membaca dan menyimak pesan/informasi yang disampaikan.

Robin Landa mengingatkan bahwa, most posters are meant to be hung in public place and to be seen a distance (Robin Landa, *Graphic Design Solution*, Delmar Publishers, New York, 1996,p.140). Menurut Landa, tujuan merancang poster adalah :

- *To communicate a clear and easily understood message*
- *To create that is immediately understandable and readable*
- *To create a design that is legible from distance*
- *To include all pertinent information*
- *To establish a clear hierarchy and unity*
- *To thoughtfully arrange elements according to the principles of graphic design*
- *To express the spirit of the subject or message*

Tujuan-tujuan poster tersebut diatas dapat diartikan sebagai berikut :

- Mengkomunikasikan pesan secara jelas dan mudah dipahami
- Menciptakan disain yang mudah dipahami dan dibaca
- Menciptakan disain yang enak dibaca dan dilihat dari jarak tertentu
- Memuat semua informasi yang terkait

- Menyusun urutan informasi dengan jelas
- Menyusun urutan visual dan kesatuan
- Mengatur elemen-elemen poster berdasarkan prinsip-prinsip dasar desain grafis
- Membuat disain yang sesuai dengan subjek, *audience*, dan lingkungan
- Mengekspresikan *spirit* subjek atau pesan

Untuk membujuk *audience* seorang disainer poster perlu menyusun kata-kata, gambar ilustrasi dan elemen visual lainnya dalam satu desain yang estetik dan komunikatif. Robin Landa mengungkapkan, *it is essential to remember a poster must catch the attention of passerby. Do not forget: poster also competes for attention with surrounding posters, billboards, any other visual material* (Robin Landa, *Graphic Design Solution*, Delmar Publishers, Newyork, 1996). Jadi perlu diingat bahwa poster juga bersaing ketat dengan poster-poster lain, billboard, dan elemen-elemen visual lain yang dipasang disekitarnya.

Keberhasilan disain poster tergantung pada ketepatan penyajian unsur teks (verbal) dan ilustrasi (visual). Satu saran yang cukup bijak dikemukakan oleh Landa, bahwa poster harus memiliki focal point, yaitu satu elemen (baik teks maupun gambar ilustrasi) yang tampak paling mencuat. Menurutnya, *focal point* dapat dibangun berdasarkan beberapa penjelasan dan pertimbangan berikut ini :

- *What primary message or information needs to be communicated*
- *What element is the most interesting*
- *Which element is most important*

Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak semua elemen poster perlu ditonjolkan. Untuk sebuah disain poster Gambar ilustrasi (visual) bisa dibuat dominan karena dengan gambar ilustrasi *audience* dapat melihat dengan jelas maksud dari poster tersebut.

Menurut Landa, *eye catcher* dalam sebuah desain poster dapat ditentukan berdasarkan tingkat kepentingan (*visual hierarchy*). Pada umumnya poster memiliki unsur seperti : judul, subjudul, teks, logo dan elemen visual (ilustrasi). Unsur-unsur ini harus dipertimbangkan mana yang paling penting, informasi mana yang paling utama perlu dilihat oleh *audience*.

William F. Arens dalam buku *Contemporary Advertising* mengemukakan pendapat yang realistic. Menurutnya, media luar ruang harus memperhatikan hal-hal berikut :

- Gunakan ide-ide yang cemerlang, terutama untuk judul (heading). Hal ini penting karena penggunaan subjudul berfungsi memperkuat pesan hampir dapat dipastikan kurang efektif.
- Gunakan tampilan yang sederhana dengan membuang teks dan gambar yang tidak relevan.
- Gunakan pendekatan emosi yang membuat *audience* selalu terkesan.

- Gunakan warna yang sesuai dan mengarah pada isi/pesan.

Lebih lanjut dikatakan bahwa tujuan dari desain publikasi adalah : (1) mempengaruhi audience atau customer untuk merasakan kebutuhan dan keinginan, atau (2) mengingatkan kembali kebutuhan dan keinginannya. Menurut Arens, ada lima tugas yang harus dikerjakan seorang advertiser. Pertama adalah mendapatkan perhatian (*attention*) dari *target audience*. Langkah kedua menstimulasi audience agar tertarik (*interest*) pada pesan yang disampaikan. Ketiga, membangun *credibility*. Kemudian untuk membangkitkan keinginan (*desire*), dan yang terakhir merangsang untuk melakukan tindakan (*action*). (William F. Arens, *Contemporary Advertising*, Irwin McGraw-Hill, Newyork, 1999, p.360)

Desain poster merupakan stimulus untuk menarik perhatian. Arens mengatakan, *The attention-getting device should create drama, power, impact, and intensity. It must also be appropriate, relating to the product, the tone of the ad, and the needs or interests of the intended audience.* (William F. Arens, *Contemporary Advertising*, Irwin McGraw-Hill, Newyork, 1999, p.361)

Cara menarik perhatian sering dilakukan dengan menggunakan judul sebagai *eye catcher* (Arens menggunakan istilah “*attention-getting device*”). Pada umumnya *headline* menggunakan huruf tebal dan besar. Selain menggunakan teks,

poster juga melengkapi dengan elemen-elemen visual/ilustrasi yang dinamis (*dynamic visuals*), layout yang tidak lazim (*unusual layout*), warna yang kuat (*vibrant color*), atau dengan ukuran besar.

Dalam menarik perhatian, Charles C. Peter mengatakan, orang akan terpengaruh perhatiannya oleh hal-hal yang mengagetkan (*shocking*) dan mengherankan (*surprising*). Rasa heran atau terkejut disebabkan oleh adanya rangsangan visual dari ilustrasi yang mencolok, tidak lazim, kontras dan lain daripada yang lain.

Pembahasan dan teori-teori ini akan menjadi pertimbangan dalam pembuatan desain poster oleh para disainer. Proses penciptaan desain poster dapat dilakukan sebagai berikut :

1. Menentukan Tipografi, jenis dan ukuran huruf yang mudah dibaca dari jarak tertentu.
2. Menentukan elemen kunci – verbal/visual – yang dapat segera ditangkap *audience*.
3. Memilih salah satu elemen yang paling penting yaitu ilustrasi yang akan dijadikan pusat perhatian/*eye catcher*.
4. Memasukkan informasi penting lainnya
5. Membuat alternatif layout yang simple sehingga mudah dibaca.

Bagan pembuatan Poster :

<p>ELEMEN KUNCI Verbal: Visual:</p>
<p>ELEMEN PALING MENARIK (EYE CATCHER) Visual</p>
<p>JENIS HURUF (FONT) Judul Subjudul Teks Closing</p>
<p>INFORMASI PENTING Nama subjek dan logo</p>

Jika dilihat dari tabel diatas ini maka bisa disimpulkan bahwa elemen yang paling menarik adalah visual atau ilustrasi sebagai Eye catcher dalam sebuah Poster.

Kesimpulan

Ilustrasi adalah unsur yang paling penting dalam pembuatan Desain Poster. Sejak awal disain poster direncanakan dipasang di tempat-tempat

umum. Agar informasi dapat ditangkap audience, poster harus memiliki "daya tangkap" atau stopping power yang kuat. Dalam suasana yang hiruk-pikuk/ramai (*crowded*), Ilustrasi harus mampu "berteriak" mengundang perhatian orang disekitarnya. Poster yang terlalu penuh informasi, semua elamen ditonjolkan, tanpa menyisakan ruang putih (*white space*) yang cukup, dapat mengurangi kemudahan dan kenyamanan baca.

Daftar Pustaka

- Berman, David B, 2011, *Do Good Design*, 2nd ed, Percetakan Desa Putera, Jakarta
- Lori Siebert & Lisa Ballard, 1992, *Making a Good Layout*, Ohio: North Ligth Books
- Neufeldt, Victoria, 1998, *Webster's Now World Dictionary of American English*, Newyork
- Stevenson, George, 1992, *Graphics Art Encyclopedia*, 1st ed, Newyork