

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian ini tercetus setelah penulis melakukan tinjauan pustaka terlebih dahulu berkaitan dengan isu yang diangkat. Tinjauan pustaka dilakukan melalui jurnal-jurnal *online* juga perpustakaan yang terdapat di STSRD Visi Yogyakarta. Dari hasil peninjauan pustaka tersebut penulis mendapati kajian yang relevan dengan topik yang diangkat. Berikut ini adalah penelitian terdahulu yang menjadi referensi dalam metode penelitian penulis.

- a. Daya Gagas Poster Dalam Pergerakan Dan Kebebasan Revolusi Indonesia 1945 - 1965 oleh Baskoro Suryo Banindro.

Penelitian ini merupakan upaya penulis menyusun sejarah perjalanan poster dan kemerdekaan Indonesia. Dengan pemaparan deskriptif menggunakan pendekatan sketsa histori dalam untaian *diakronik*. Dalam penelitian ini peneliti menemukan 4 poin besar kemunculan poster pergerakan yakni poster kemerdekaan Indonesia 1947-1949, poster perjuangan Yogyakarta 1947, poster propaganda dan Soekarno 1950-1965, dan *Game Of The New Emerging Forces* 1963. Dalam 4 poin tersebut ditemukan bahwa teknis yang digunakan cenderung sederhana, seperti teknik semprot sampai *stencil*. Terdapat dua unsur yang pasti yakni tulisan yang berisi pesan yang cenderung persuasif dan ilustrasi tokoh yang berpengaruh atau simbol yang semangat untuk menambah efek sugestif agar menambah keyakinan bagi masa yang melihat poster tersebut. Poster sebagai media komunikasi di masa Revolusi tidak terlalu mempermasalahkan teknis sebagai poin penting akan tetapi lebih condong pada pesan yang ingin disampaikan, hal itu poster yang muncul mampu membantu misi dan peranya di masa-masa tersebut

- b. Sejarah Pergerakan Seni Radikal di Dalam Transisi Kekuasaan Indonesia (1930-2000) oleh Angie Bexley

Penelitian membahas tentang transisi dari seni radikal yang mengusung konsep kerakyatan dalam rentan waktu 1930-2000. Dalam hal ini peneliti berupaya mendeskripsikan upaya transisi budaya kiri dalam berkesian dalam pasang surut

pergolakakan dan perubahan kekuasaan dalam perpolitikan Indonesia. Seni kerakyatan ini melakukan penyesuaian peran seni dalam waktu ke waktu, dengan konteks zamanya seperti pada tahun 30, peran seni pada perlawanan terhadap imperealisme Belanda, Tahun 50-60 terhadap pendefinisian budaya demokratis dan kerakyatan, dan gagal dengan kelahiran orde baru, dan mendapat pengasingan. Pada tahun 80 kembali bangkit dengan arah isu pada de-politisasi dan tahun 97-98 pekerja seni menyelesaikan pada isu penyadaran politik dan pengembalian kreativitas berkesenian yang sempat redup pada masa ORBA, dengan memperkuat jaringan/komunitas/kolektif-kolektif kecil.

- c. Sejarah Gaya Desain Grafis Kaver Album Piringan Hitam Musisi Indonesia tahun 1961-1969 Koleksi Irama Nusantara oleh Sujadi Tjipto R.

Penelitian tentang gaya desain grafis ini berdasarkan ketertarikan peneliti terkait hal-hal “jadul”, yang kali ini berupa kaver album piringan hitam dan dengan topik gaya desain grafis. Dari kaver album yang diproduksi dalam tahun 1961-1969 khususnya koleksi Irama Nusantara. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan berfikir induktif agar dapat menangkap fakta, fenomena sosial dan pengamatan lapangan dan menganalisisnya dengan kritis dan mendalam. Lebih dalam lagi menggunakan metodologi penelitian historis desain. Bahwa dalam penelitian sejarah seni rupa dan sejarah desain, karya seni rupa dan penciptanya atau karya desain dan desainernya menjadi fokus utama analisis meskipun dikaitkan dengan berbagai konteks. Penelitian Model Kajian Historis Desain menurut Sachari (2005:45). Historis desain ini digunakan bukan untuk menyusun sejarah melainkan mengamati sejarah suatu objek untuk di analisa kemudian di kritisi dan diberi masukan.

Dari penelitian tersebut ditemukan bahwa ada 9 desain kaver Album koleksi Irama Nusantara yang diproduksi pada rentang waktu 1961-1969 . Dari 9 desain tersebut ada 4 gaya desain grafis yang digunakan yakni gaya desain plakat, gaya desain Bauhaus, gaya desain dan *American Kitcsh*. Gaya desain yang digunakan memiliki campuran antara pengaruh luar dan Indonesia sendiri.

2.2 Landasan Teori

a. Poster

a.1 Definisi Poster

Poster merupakan suatu gambar yang mengkombinasikan unsur-unsur visual seperti garis, gambar dan kata-kata yang bermaksud menarik perhatian serta mengkomunikasikan pesan secara singkat (Sri Anitah, 2008:12). Poster atau plakat adalah karya seni atau desain grafis yang membuat komposisi gambar dan huruf di atas kertas berukuran 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. (Kusrianto, 2007:43). Selain itu menurut Nana Sudjana dan Ahmad Rivai (2010:51) poster adalah kombinasi visual dari rancangan yang kuat, dengan warna, dan pesan, di mana tujuannya untuk menangkap perhatian orang yang melihatnya dan cukup lama menanamkan gagasan yang berarti di dalam ingatannya. suatu media yang terdiri dari lambang kata atau simbol yang sangat sederhana, dan pada umumnya mengandung anjuran atau larangan.

a.2 Fungsi Poster

Poster yang sudah biasa dikenal sejak tahun 1800-an kini memiliki fungsi yang semakin meluas. Mulai dari dekorasi suatu acara, sebagai media iklan hingga sebagai media propaganda. Pengaplikasiannya dengan ditempel pada dinding dan permukaan datar lainnya dengan sifat mencari perhatian mata sekuat mungkin. Dengan sifat yang demikian, poster sendiri memiliki tulisan yang cenderung singkat, persuasif dan dengan lebih banyak mentransfer gagasan yang akan disampaikan pada bentuk-bentuk visual.

Poster sendiri merupakan media untuk beriklan sebagai alat propaganda dan protes ataupun menyampaikan informasi tertentu (Rukiah:2016). Menurut Sastrosudiro (Akbar 2016:360) Poster menjadi salah satu elemen Desain Komunikasi Visual karena bertujuan untuk menyampaikan suatu pesan atau informasi. Tujuan poster sendiri adalah sebagai sarana informasi,

komunikasi, dan persuasi. Kata poster berasal dari kata “*to post*” yang memiliki arti menempelkan. Bernstein (Setianto 2016:17) menjelaskan dalam bukunya *Watch This Space!: The Outdoor Advertising* (London: Phaidon,1997) sebuah poster tidak akan membiarkan anda menghilangkan satu elemennya tanpa merusak desainnya, atau “efek” dari yang lainnya. Maka, dalam melakukan analisa terhadap sebuah poster, menurut Bernstein, ada tiga pertanyaan utama yang perlu dijawab: (1) Seberapa baik elemen visual (piktorial) menyampaikan gagasannya? (2) Seberapa efisien teks menyampaikan informasi yang spesifik? (3) Seberapa berhasil dua hal itu (gambar dan teks) diintegrasikan dalam sebuah desain yang utuh?.

Adapun prinsip utama perupa (dalam poster) adalah perupa tersebut disadari akan erat dan berkaitan dengan indra pembacanya, dan menggugah bagi yang melihat objek pada perupa yang biasa diangkat biasanya berupa sosok yang terkenal ataupun yang dekat dengan pengalaman publik karena memudahkan untuk diingat dan dipahami (*memory of sign*). Dengan perpaduan yang utamanya memiliki objek yang diutamakan (*in focusing/point of interest*), sebagai penentu dari tampilan perupa poster tersebut. Hal itu dapat berupa raut benda, hewan, sosok manusia, atau objek apa pun yang sejalan dengan gagasan dan Pewarnaan. (Soegeng Toekio 2007:112)

b. Gaya Desain Grafis

Menurut Banindro, (dikutip oleh Tjipto R, 2019) bawa gaya (*Style*) pada prinsipnya adalah cara menyusun atau mengkombinasikan elemen-elemen di dalam seni, sastra, desain dan arsitektur sehingga menghasilkan sebuah komposisi yang bermakna. Mengutip paparan Arnston (yang dikutip Banindro 2007:55-56) yang mengatakan bahwa definisi desain grafis sebagai upaya pemecahan masalah lewat medium dua dimensional. Mulai dari menyusun, perencanaan, mengeksekusi hingga memiliki nilai komunikatif untuk

disampaikan pesan yang spesifik terhadap *audiens*. Sedangkan gaya desain grafis dapat diartikan sebagai suatu langgam yang berkembang pada zamannya yang muncul karena pengaruh politik, ekonomi, maupun bersamaan dalam objek desain grafis.

Banindro (2007:66) menyimpulkan bahwa gaya (desain) pada suatu periode cenderung muncul sebagai bentuk kontradiksi yang diakibatkan oleh kejenuhan para desainer atau disebabkan gejolak yang muncul di masyarakat, pun sifat dari orang-orang yang berkecimpung di bidang kreatif dan artistik yang senantiasa mencari orisinalitas. Dalam sebuah masa, di mana sebuah gaya yang dimunculkan kembali tidak serta merta sama persis, artinya terdapat kecenderungan yang berbeda di balik pengulangan tersebut.

Hal yang bagaikan siklus akan kembali muncul pada suatu masa, sebuah hanya yang dimunculkan kembali tidak serta merta persis, terdapat kecenderungan yang berbeda di balik pengulangan tersebut.

c. Teori Warna

Warna merupakan faktor yang penting dalam sebuah desain. Setiap warna memiliki karakter dengan sifat yang berbeda,. Setiap warna menghasilkan persepsi khusus untuk menginterpretasi suatu keadaan/kondisi maupun peristiwa yang sedang berlangsung.

c.1 Warna Merah

Mengutip dari Rustan (2019:60), bahwa berdasarkan penelitian yang pernah dilakukan, kemungkinan ada kesinambungan antara warna dengan kepribadian. Adapun arti warna merah: memiliki sifat yang aktif, tegas, memberontak, semangat, kuat, dan memiliki kepemimpinan. Sedangkan menurut Anggraini, dkk (2008:38), warna merah paling emosional dan cenderung ekstrem. Menyimbolkan agresivitas, keberanian, semangat, percaya diri, gairah, kekuatan dan vitalitas.

Begitu halnya dengan teori dari Darmaprawira (2002:56) bahwa warna merah termasuk dalam warna panas yang bersifat positif, agresif, aktif dan merangsang. Warna merah termasuk dalam warna primer/utama. Arti simbol

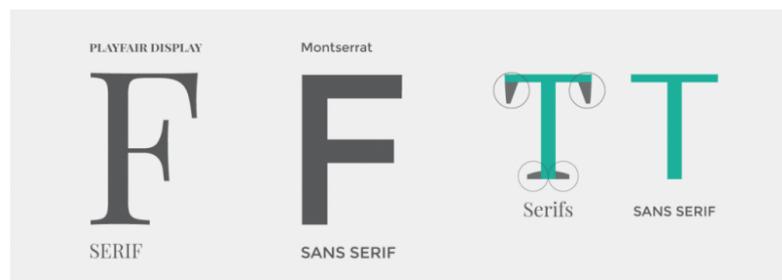
warna merah sering diasosiasikan dengan matahari, darah, api, di mana ketiganya tergolong dalam benda yang memberikan kesan panas atau merangsang emosi kejiwaan.

c.2 Warna Hitam

Hitam adalah ketiadaan warna/cahaya. Mengutip dari Rustan (2019:61), bahwa warna hitam sendiri memiliki sifat yang artistik dan sensitif. Bertenaga, kuat, dewasa, bermartabat, tertutup, misterius, fokus. Hitam juga menggambarkan keheningan dan kematangan berpikir.

d. Tipografi

Rustan (2010:16) menjelaskan secara tradisional tipografi berkaitan erat dengan *setting* huruf dan percetakan. Kini sudah beralih makna sebagai segala disiplin yang berkenaan dengan huruf.



Gambar 2.1 Kalasifikasi Jenis huruf
Sumber : <https://about.easil.com>

Klasifikasi umum huruf:

1. Serif

Bentuk tambahan pada huruf berupa semacam kait. Muncul sejak zaman Romawi, dibuat dengan perhitungan ilmiah dan prinsip-prinsip matematika, *serif* sendiri makin menjauh dari sifat kaligrafis/tulisan tangan. Asal mulanya huruf *serif* dibentuk dengan pahat, dengan menambahkan garis/kait agar lebih rapi dan seragam.

2. Sans Serif

Jenis huruf berciri *sans serif* (tanpa *serif*) mulai muncul tahun 1816 sebagai *display type* dan pada saat itu dianggap tidak trendi atau dinamakan dengan *grotesque* (aneh/lucu). *Sans serif* sendiri populer baru di abad 20 saat para desainer mencari bentuk/wajah baru. Terbagi menjadi 3 kelompok yakni *Grotesque, Geometric & Humanist*.

Rahman,dkk (2018:254) bahwa prinsip tipografi yang digunakan untuk menganalisis tipografi ini adalah *legability, readability, visibility* dan *clarity*. *Legability* memiliki pengertian sebagai kualitas harus dalam tingkat kemudahannya untuk dikenali atau dibaca. *Readability* lebih kepada kualitas kemudahan dan kenyamanan dibacanya rangkaian huruf dalam sebuah desain tipografi atau tata letak/*layout*. Sedang *visibility* merupakan sebuah kemampuan huruf dan teks yang untuk dapat dimengerti dengan jelas .