

ANALISIS TANDA DAN MAKNA POSTER FILM 'SITI' (2014) RUMAH PRODUKSI FOURCOLOURS FILMS

¹ Septi Asri Finanda, ² M. Muhlis Lugis, ³ Dharmawati Dewi Pamungkas

Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa, Prodi. Pendidikan Seni Rupa
Jl. Taman Siswa No. 25 Wirogunan, Yogyakarta 55151

¹septi.finanda@ustjogja.ac.id, ²muhlislugis@gmail.com, ³dharmawati.dewi@ustjogja.ac.id

ABSTRAK

Poster film adalah salah satu media komunikasi visual untuk mempromosikan film. Film berjudul SITI produksi Fourcolours Yogyakarta merupakan salah satu film Indonesia yang meraih penghargaan sebagai pemenang poster film terbaik pada ajang Apresiasi Film Indonesia (AFI) 2015. Visual poster film SITI dibuat menggunakan grafika cetak tinggi dengan teknik cukil kayu (wood-cut) oleh seniman grafis Andre Tanama. Poster film dirancang memiliki nilai yang unik, kreatif, serta komunikatif. Tujuan penelitian mendeskripsikan strategi perancangan, unsur-unsur visual, dan makna visual poster film SITI. Metode penelitian yang digunakan yaitu pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa pada perancangan poster film SITI strategi perancangannya dilakukan dengan pendekatan komunikasi dan pendekatan kreatif. Visualisasi poster film SITI terdiri dari beberapa unsur visual, sosok perempuan yang gigih, dan pekerja keras penjual peyek jingking. Beberapa obyek visual merepresentasikan adegan yang terjadi di dalam film SITI.

Kata kunci: Makna dan tanda poster film, Poster film SITI, Seni Grafis Wood-cut.

ABSTRACT

Film posters are one of the visual communication media to promote films. The film titled SITI, produced by Fourcolours Yogyakarta, is one of the Indonesian films that won an award as the winner of the best film poster at the 2015 Indonesian Film Appreciation (AFI). André Tanama. Film posters are designed to have unique, creative, and communicative values. The aim of the research is to describe the design strategy, visual elements, and the visual meaning of the SITI film poster. The research method used is a descriptive qualitative approach. The results of the research show that in designing SITI film posters, the design strategy is carried out using a communication approach and a creative approach. The visualization of the SITI film poster consists of several visual elements, a persistent female figure, and a hard worker selling jingking shellfish. Several visual objects represent scenes that occur in the film SITI.

Keywords: Movie poster sign and meaning, SITI movie poster, Wood-cut Graphic.

PENDAHULUAN

Perkembangan bidang teknologi dan informasi yang semakin pesat membuat penyebaran informasi yang sebelumnya dilakukan secara interpersonal melalui oral berubah drastis. Seiring dengan perkembangan teknologi saat ini semua informasi dapat tersebar dan diterima secara cepat dan luas melalui media internet. Informasi suatu peristiwa yang terjadi di tempat lain dapat diketahui secara sinkronus. Perubahan pola dalam berkomunikasi dirasa menjadi semakin efektif tetapi juga berdampak pada kredibilitas suatu informasi. Hal ini dikarenakan semua pihak secara awam mampu berperan sebagai komunikator.

Penggunaan komunikasi yang baik maka informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan efektif. Dalam berkomunikasi sama ketika sedang berbahasa dimana ada pesan yang ingin disampaikan dari suatu pihak kepada pihak lain. Pesan yang ingin disampaikan harus terlebih dahulu diketahui seluk beluk isi dan tujuannya agar dalam proses penyampaian cara kita tidak salah, sehingga pesan dapat diterima secara efektif. Penyampaian pesan dalam suatu komunikasi dapat dilakukan dengan cara menggunakan media audio, visual dan audio-visual.

Komunikasi dengan

menggunakan media visual merupakan salah satu cara penyampaian informasi yang sangat populer dan sangat berkembang, karena termasuk dalam sistem pemenuhan kebutuhan informasi visual melalui simbol-simbol atau lambang-lambang kasat mata. Penggunaan simbol-simbol visual dalam bentuk gambar, sistem tanda, *corporate identity*, sampai berbagai display produk yang memiliki daya tarik dapat kita jumpai di segala sektor kegiatan (Tinarbuko: 2003).

Potensi istimewa dari komunikasi visual sehingga dapat berkembang pesat menurut seorang perancang grafis T. Sutanto yang dikutip oleh Umar Hadi dalam Sumbo Tinarbuko, menyatakan bahwa: Pertama, bahasa visual mempunyai kesempatan untuk lebih cepat dan langsung dimengerti daripada bahasa verbal, tulisan, lisan, atau suara. Kedua, bahasa visual dapat lebih permanen daripada bahasa suara yang bergerak dalam waktu serta lebih mudah dipisahkan dari kompleksitasnya. Ketiga, bahasa visual mempunyai kesempatan amat kuat nilai simbolisnya. Banyak orang enggan mengubah namanya ke dalam ejaan baru karena tulisan lebih dianggap sebagai simbol visual pribadinya, bukan sebagai sistem visualisasi bunyi (Tinarbuko: 2003).

Poster merupakan salah satu jenis komunikasi visual yang populer dan banyak digunakan di segala sektor kegiatan karena sifat dan karakternya dijamin efektif dalam menyampaikan pesan dan informasi kepada masyarakat untuk kepentingan yang sangat luas. Poster dapat kita jumpai pada kegiatan lomba di tingkat RT/RW yang bersifat sosialisasi sampai kampanye periklanan

internasional yang bersifat komersil yang ditempelkan pada tempat-tempat yang strategis.

Pembuatan poster bertujuan untuk menyampaikan suatu informasi dan pesan visual kepada masyarakat, maka sebaiknya poster dibuat lebih komunikatif. Perancangan poster diharapkan mampu mengubah *mindset audience*-nya melalui ungkapan gambar dan teks. Seorang perancang grafis dalam membuat desain poster mesti mempertimbangkan tema, tujuan dan isi poster agar pesan dan informasi dapat diterima dengan efektif. Poster yang dibuat dengan tujuan untuk mempromosikan suatu produk mestinya akan membuat banyak orang yang akan membeli produk tersebut. Film yang memiliki tema percintaan dengan suasana romantis semestinya seorang desainer dalam membuat poster harus tampil dengan desain yang romantis pula, bukan justru membuat desain poster dengan tampilan yang horor.

Visualisasi poster biasanya dibuat lebih artistik dan estetik agar terlihat menarik. Poster pada umumnya dibuat tidak hanya sekedar menghadirkan gambar dan teks seadanya tetapi mesti dibuat lebih unik dan kreatif, maka dalam proses perancangannya perlu mempertimbangkan layout (tata letak) penyusunan poster, pemilihan huruf (tipografinya), ilustrasi, serta

pemilihan warnanya. Pada proses pembuatan desain poster mesti berhadapan dengan teknik, alat, bahan dan keterampilan. Poster yang baik akan lebih bernilai jika didukung dengan teknik yang memadai dan ditunjang kepiawaian dalam mewujudkannya. Poster yang memiliki tampilan yang unik dan kreatif bisa jadi bukan hanya menjadi media komunikasi visual saja bahkan akan menjadi suatu karya pajangan pada dinding ruangan yang memiliki nilai seni yang tinggi.

Desain suatu poster kerap kali juga diperlombakan atau disayembarakan untuk mencari ide-ide terbaik para perancang grafis. Pada ajang Apresiasi Film Indonesia (AFI) 2015 yang merupakan ajang penghargaan film yang diinisiasi oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia terdapat kategori apresiasi poster film. Pada ajang tersebut film yang berjudul SITI karya sutradara Eddie Cahyono yang diproduksi oleh Fourcolours Films mendapat dua penghargaan sebagai pemenang dalam kategori film terbaik dan poster film terbaik.

Hadirnya kategori poster film terbaik dalam ajang AFI merupakan bukti pentingnya keberadaan poster dalam mempromosikan suatu film. Poster film diyakini sebagai media promosi yang cukup efektif dalam menyampaikan informasi suatu film karena berhadapan langsung dengan target *audience* sebelum pemutaran film berlangsung. Sebagus apapun suatu film tanpa didukung oleh media promosi yang baik maka tidak mampu menarik perhatian dan respon dari masyarakat

untuk menyaksikannya.

Mendapatkan penghargaan sebagai pemenang poster film terbaik pada ajang AFI 2015, tentunya poster film SITI termasuk poster yang memiliki nilai yang unik, kreatif, serta komunikatif. Berdasarkan hal tersebut di atas maka penulis ingin menganalisis poster film SITI untuk mengetahui bagaimana ide-ide, gagasan dan konsep perancangan visualnya serta makna simbolik yang terdapat pada poster tersebut.

METODOLOGI

Tempat dan Waktu Penelitian

Waktu penelitian berlangsung dari Maret – Juni 2016. Adapun lokasi penelitian berfokus di rumah produksi Fourcolours Films.

Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Dalam penelitian ini peneliti mendeskripsikan data berupa desain poster film SITI rumah produksi Fourcolours Films sesuai dengan sifat data tersebut berupa kata-kata, gambar, bukan angka. Dalam hal ini, peneliti mendeskripsikan desain poster film SITI rumah produksi Fourcolours Films dengan pendekatan kritik seni. Mendeskripsikan obyek dengan sekian data, maka fungsi isi desain

poster film SITI dimaknai sebagai analisis formal.

Fokus permasalahan di titik beratkan pada unsur-unsur visual dalam desain poster berupa: jenis huruf (*typography*), judul utama (*headline*), teks informasi (*body copy*), alamat perusahaan (*mandatories*), tata letak (*layout*), logo, slogan, ilustrasi, dan warna yang terdapat dalam desain poster film SITI sebagai analisis formal.

Analisis formal yang dimaksud adalah menjelaskan kualitas huruf (*typography*) yang ada pada desain poster film SITI. Judul utama (*headline*), teks informasi (*body copy*), maupun alamat perusahaan (*mandatories*), menjelaskan kualitas tata letak (*layout*) dilihat dari sudut teori komposisi, kualitas logo dari sudut keterbacaan, slogan, ilustrasi, warna. Analisis formal dapat dimulai dari ide konsep atau gagasan hingga proses perancangan kreatif suatu desain poster.

Subyek dan Obyek Penelitian

Subyek penelitiannya adalah film SITI rumah produksi Fourcolours Films, sedangkan yang menjadi obyek material adalah desain poster film SITI rumah produksi Fourcolours Films. Sedangkan obyek formal adalah konsep, ide-ide perancangan, dan proses perancangan serta unsur-unsur visual dalam desain poster: jenis huruf (*typography*), judul utama (*headline*), teks informasi (*body copy*), alamat perusahaan (*mandatories*), tata letak (*layout*), logo, slogan, ilustrasi, dan warna yang terdapat dalam desain poster film SITI.

Data Penelitian

Data primer dalam penelitian ini berupa sajian teks hasil wawancara yang diperoleh melalui wawancara langsung (*interview*) dengan *creative director* rumah produksi Fourcolours films. Data sekunder berupa gambar desain poster yang dijadikan sampel penelitian serta data-data yang sudah tersedia dan dapat diperoleh peneliti dengan cara membaca, melihat melalui buku maupun website.

Sumber Data penelitian

Sumber data penelitian ini diperoleh dari *creative director* desain poster film SITI di rumah produksi Fourcolours Films.

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian menggunakan dua macam teknik pengumpulan data antara lain:

1. Metode wawancara (*interview*)
 - a. Pra wawancara
 - b. Wawancara penelitian
2. Dokumentasi

Instrument Penelitian

Instrument yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- Panduan wawancara

Panduan wawancara yang sudah disusun secara tertulis sesuai masalah yang kemudian digunakan sebagai sarana untuk mendapatkan informasi.

- Panduan dokumentasi

Untuk kegiatan dokumentasi instrument yang digunakan berupa desain poster film SITI rumah produksi Fourcolours Films.

Teknik Keabsahan Data

Teknik pemeriksaan keabsahan data dalam penelitian ini dilakukan untuk mengecek kebenaran data yang diperoleh dari hasil penelitian. Adapun teknik pemeriksaan keabsahan data yang dipergunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik Triangulasi; peneliti menyandingkan dan memberi pembandingan dari tiga sumber data, yaitu: wawancara mendalam tak berstruktur, pengamatan, dan dokumentasi. Data diperoleh dari berbagai sumber dan narasumber (orang, waktu, dan tempat) yang berbeda (Burhan Bungin, 2008: 141).

Dengan cara membandingkan antara hasil wawancara, dan dengan hasil penelaahan data berupa desain poster film SITI rumah produksi Fourcolours Films guna memperoleh informasi atau data yang benar-benar sama serta didukung dengan adanya pihak lain (ahli) yang dianggap berpengalaman di bidang desain poster yang diharapkan dapat memberi informasi yang mendukung. Bertujuan untuk menghindari kesalahan dalam penafsiran.

Langkah-langkah Analisis penelitian:

1. Mengumpulkan data berupa hasil wawancara dengan *creative director* rumah produksi Fourcolours films, dan data gambar berupa desain poster film SITI dari hasil penelitian serta melihat melalui website dan referensi buku yang mendukung.

2. Kemudian data dianalisis dengan teknik triangulasi (membandingkan antara hasil wawancara dan dengan hasil penelaahan dokumentasi berupa desain poster film SITI rumah produksi Fourcolours Films guna memperoleh informasi atau data yang benar-benar sama serta didukung dengan adanya pihak lain (ahli) yang dianggap berpengalaman di bidang desain poster yang diharapkan dapat memberi informasi yang mendukung untuk menghindari kesalahan dalam penafsiran).

Pada penelitian ini data dikumpulkan melalui observasi, wawancara untuk mencapai tujuan yang akan dicapai yaitu untuk mengetahui strategi perancangan poster film SITI, untuk mengetahui unsur-unsur visual yang terdapat pada poster film SITI serta untuk mengetahui makna yang terdapat pada poster film SITI. Data dari penelitian ini terdiri dari data primer yang berupa desain poster film SITI dan hasil wawancara dengan tim kreatif perancang poster film SITI, kemudian data sekunder merupakan

data yang diperoleh dari internet dan beberapa literatur.

Sebelum masuk pada tahap analisis untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini, terlebih dahulu kita akan melihat obyek yang akan kita analisis yaitu poster film SITI. Kemudian mendeskripsikan proses perancangannya untuk mengetahui strategi perancangan poster film SITI. Terakhir, kemudian kita mendeskripsikan tanda-tanda pada poster film SITI kemudian mengklasifikasikan satu persatu ke dalam sistem tanda verbal dan non verbal untuk mengetahui makna visual poster film SITI.

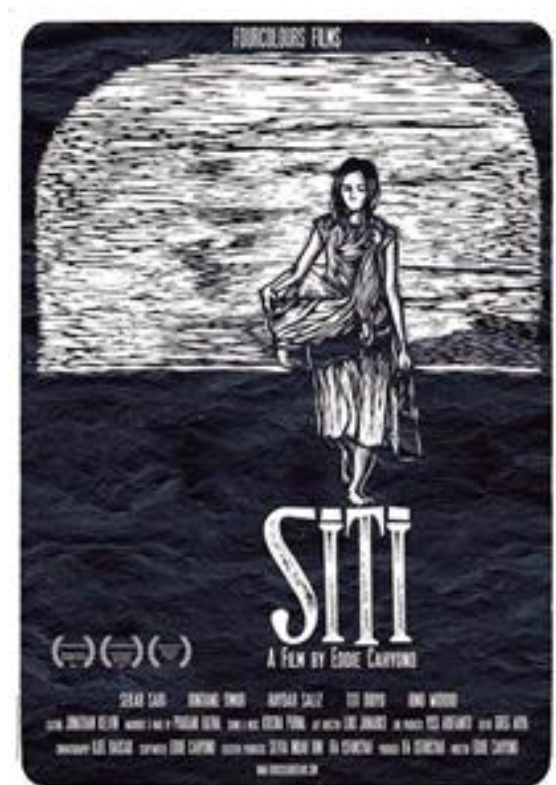
ANALISIS

Poster film SITI yang menjadi obyek dalam penelitian ini merupakan poster film yang lebih awal dibuat dan dipublikasi pada masa *launching*. Poster film SITI memang terdiri dari beberapa jenis yang hampir sama hanya berbeda pada bentuk yang dibuat *landscape* dan *portrait* serta perbedaan dari segi tata letak dengan adanya tambahan beberapa unsur-unsur visual. Desain poster yang akan dijadikan sebagai bahan analisis dalam penelitian ini yaitu poster film SITI dengan bentuk *portrait*. Poster dengan bentuk *portrait* dipilih karena merupakan poster yang paling awal dibuat sebelum film ini di-*launching*. Poster bentuk *portrait* ini juga merupakan poster yang dibuat dengan melibatkan ilustrator dan desainer dalam proses perancangannya. Sedangkan poster bentuk *landscape* hanya merupakan poster yang di edit sendiri oleh Ifa Ifansyah setelah

mendapatkan berbagai penghargaan. Selain itu, poster bentuk *portrait* ini pula yang diikuti dalam ajang Apresiasi Film Indonesia (AFI) dan berhasil menjadi pemenang kategori poster terbaik.

Pada poster film SITI yang menjadi obyek penelitian ini menampilkan ilustrasi hitam putih seorang perempuan yang merepresentasikan tokoh Siti dalam film SITI. Perempuan tersebut digambarkan dengan pose sedang berjalan menggendong bakul, tangan kanannya sedang memegang dan menahan bakul kemudian tangan kirinya sedang membawa tas. Terlihat tokoh Siti tersebut sedang berjalan menjajakan peyek jingkingnya. Pada bagian *background* terlihat *landscape* laut yang mengisi separuh bagian atas poster. Seluruh bagian *background* poster dipenuhi dengan warna hitam yang sedikit kebiru-biruan yang bertekstur dengan corak ombak. Bagian tengah atas poster terdapat teks informasi nama perusahaan yang memproduksi film SITI yaitu Fourcolours Films. Pada bagian bawah ilustrasi perempuan yang berjalan terdapat teks bertuliskan SITI dan dibawahnya lagi terdapat teks A FILM BY EDI CAHYONO. Tulisan SITI tersebut merupakan judul dari film dan tulisan yang dibawahnya merupakan nama penulis naskah cerita dari film SITI. Bagian kanan tulisan SITI terdapat

tiga logo penghargaan yang telah diperoleh film SITI dalam berbagai ajang kompetisi film. Pada bagian tengah bawah sepanjang lebar poster film SITI terdapat teks yang bertuliskan nama-nama yang terlibat dalam film SITI dan alamat situs web dari perusahaan: www.fourcoloursfilms.com.



Gambar 1. Poster film SITI dalam bentuk *potrait*.
Sumber: Dokumentasi M. Muhlis Lugis, 2016



Gambar 2. Poster film SITI bentuk *landscape*.
Sumber: Dokumentasi M. Muhlis Lugis, 2016

Proses perancangan kreatif Fourcolours Films dalam membuat desain poster film SITI berdasarkan hasil wawancara (*interview*) dengan Andre Tanama (*illustrator*) dan Yazied Syafa'at (*graphic designer*) pada bulan November 2016 sebagai berikut:

1. *Brainstorm*

Hal pertama yang dilakukan dalam proses perancangan kreatif desain poster film SITI adalah *brainstorm* untuk menentukan aspek visualnya, teknik ilustrasi, dan penggunaan jenis huruf (*typography*) yang akan digunakan. *Brainstorm* dalam Bahasa Indonesia merupakan kelompok diskusi spontan untuk menghasilkan ide dan solusi atas masalah. Oxford Learner's Pocket Dictionary "*Brainstorm way of making a group of people all think about sth at the same time, esp in order to solve a problem or to create good ideas*" (2003: 45).

Pada perancangan poster film SITI melibatkan produser yaitu Ifa Ifansyah, yang dalam perancangan poster ini mempunyai peran sebagai organisator dalam proses perancangan poster film SITI yang kemudian mempercayakan kepada Yazied Syafa'at sebagai desainer grafis dan Andre Tanama sebagai ilustrator. Pemilihan desainer grafis dan ilustrator tersebut berdasarkan unsur pertemanan yang saling

mengetahui potensi dan prestasi yang dimiliki dalam bidang kerjanya masing-masing. Pada proses diskusi yang dilakukan dalam perancangan ini tidak begitu alot karena melihat kemampuan dan pengalaman ilustrator dan desainer grafis sehingga produser begitu mempercayakan kepada mereka dalam mengambil keputusan dalam proses perancangan desain poster film SITI.

2. *Konsep*

Pembuatan konsep poster film SITI oleh tim kreatif rumah produksi Fourcolours Films setelah menentukan tema besar yakni seorang perempuan *lady escort karaoke* (LC) di daerah Samas, Bantul, Yogyakarta. Tema ini diambil dari naskah yang dituliskan oleh Edi Cahyono. Konsep dalam perancangan poster film SITI adalah sebagai berikut:

a. *Konsep Komunikasi*

Komunikasi menjadi hal penting dalam perancangan poster agar tujuan yang diinginkan dapat tercapai. Poster film SITI dibuat agar informasi dan pesan tentang film SITI dapat diterima secara efektif oleh setiap pembaca sehingga mempunyai daya tarik untuk menyaksikan film tersebut. Pada perancangan poster film SITI target *audience* yang menjadi segmentasinya yaitu seluruh masyarakat dari berbagai lapisan. Pada poster film SITI komunikasi dibuat dengan komunikasi verbal dan non verbal (*visual*). Komunikasi verbal dihadirkan dalam bentuk teks informasi berupa *headline* dan *subheadline* sedangkan untuk

komunikasi non verbal menggunakan gambar ilustrasi yang merepresentasikan film SITI. Teks informasi yang dihadirkan dalam poster film SITI berupa judul film, nama perusahaan, sutradara, produser, aktor, alamat *website* perusahaan, dan penghargaan yang pernah dicapai oleh perusahaan. Komunikasi non verbal dalam poster film SITI berupa gambar ilustrasi seorang perempuan yang merepresentasikan tokoh Siti sebagai penjual peyek jingking.

b. Konsep Kreatif

Konsep kreatif dalam perancangan poster film SITI dilakukan agar setiap yang melihat mempunyai ketertarikan. Maka dari itu, dilakukan pengolahan poster yang lebih unik dan berbeda dengan poster film yang lainnya. Penggunaan ilustrasi poster dengan menggunakan fotografi merupakan hal yang lazim dalam pembuatan poster film. Ifa Ifansyah selaku produser menawarkan ide kepada Andre Tanama sebagai ilustrator untuk membuat gambar ilustrasi dengan menggunakan teknik manual. Pemilihan seni grafis teknik cukil kayu sebagai teknik pembuatan gambar ilustrasi oleh Andre Tanama setelah menyaksikan beberapa penggalan film SITI. Teknik cukil kayu hitam putih dipilih untuk menyesuaikan nuansa dan karakter film SITI dengan cerita yang penuh

dramatis dengan nuansa film yang juga hitam putih (*monochrome*). Penggunaan teknik seni grafis sebagai media dalam pembuatan gambar ilustrasi poster film juga jadi pilihan karena selama ini belum ada yang menggunakannya.

Tipografi pada suatu poster dibuat bukan hanya sekedar mampu terbaca dengan jelas tetapi tipografi mesti diolah sedemikian rupa sehingga terlihat menarik sehingga mampu menjadi daya tarik kepada seluruh segmen untuk melihatnya. Tipografi *headline* pada poster film SITI yang bertuliskan nama tokoh dan judul film SITI dibuat menyesuaikan dengan karakter teknik gambar ilustrasi yaitu cukil kayu. Penggunaan tipografi tersebut menjadikan nuansa keselarasan antara ilustrasi dengan tipografi.

c. Konsep Media

Pemilihan media aplikasi desain disesuaikan dengan tujuan yang ingin dicapai. Tujuan dalam perancangan desain ini agar dapat membuat daya tarik masyarakat umum untuk ingin menonton film SITI sehingga media aplikasi poster merupakan media yang efektif. Media poster mempunyai kemampuan yang masih dianggap sangat efektif karena dapat diproduksi secara massal serta mampu menjangkau seluruh lapisan masyarakat.

d. Konsep Promosi

Pada promosi film SITI poster-poster akan ditempatkan di bioskop, mading kampus, ruang publik, dan tempat strategis

yang telah ditentukan oleh rumah produksi Fourcolours Films yang dianggap dapat diakses oleh banyak orang sehingga jangkauannya akan semakin luas.

3. Eksekusi

Tim kreatif rumah produksi Fourcolours Films dalam proses eksekusi melakukan eksplorasi dengan mengumpulkan data-data informasi penting lainnya yang bisa dimasukan sebagai identifikasi, seperti nama perusahaan, sutradara, produser, aktor, judul film, serta berbagai penghargaan yang terkait dengan film SITI. Tim kreatif juga disajikan penggalan-penggalan film untuk mendapatkan penampakan sekilas adegan dan referensi *capture* foto pada film SITI yang bisa digunakan dalam karya. Foto penggalan-penggalan film SITI kemudian dipilih yang memiliki keunikan dalam *gesture* untuk dijadikan acuan saat akan membuat sketsa gambar ilustrasi.

4. Pengolahan

Setelah ditentukan ilustrasi yang akan digunakan selanjutnya tahap pengolahan dilakukan secara manual dan *digital imaging* dimana desain poster film SITI menggunakan teknik cukil grafis untuk ilustrasi oleh Andre Tanama dan *digital imaging* untuk desain poster oleh Yazied Syafa'at. Penggunaan teknik cukil kayu sebagai

gambar ilustrasi poster untuk mempermudah dalam menyampaikan pesan. Pembuatan gambar ilustrasi poster dengan teknik cukil kayu dilakukan oleh Andre Tanama dengan memulai membuat sketsa terlebih dahulu pada sebuah kertas (Gb.3) kemudian dilakukan transfer gambar ke papan *hardboard/MDF*.

Papan ini yang akan dijadikan sebagai acuan cetak. Terlebih dahulu dilakukan proses mencukil (Gb.4) untuk memisahkan bidang tinggi yang akan terkena tinta dan bidang yang akan dibuang. Setelah proses cukil selesai diakhiri dengan mencetak pada kertas menggunakan tinta cetak (Gb.5).



Gambar 3. Sket ilustrasi Desain Poster Film SITI.
Sumber Gambar: Andre Tanama, 2016



Gambar 4. Proses cukil pada papan hardboard. Sumber Gambar: Andre Tanama, 2016



Gambar 5. Proses pencetakan acuan cukil pada media kertas sebagai ilustrasi utama. Sumber Gambar: Andre Tanama, 2016



Gambar 6. Hasil pencetakan acuan cetak tinggi. Sumber Gambar: Andre Tanama, 2016



Gambar 7. Ilustrasi hasil *scanning* dan pengolahan menggunakan *software* grafis. Sumber Gambar: Andre Tanama, 2016

Hasil cetakan cukil kayu pada media kertas (Gb.6) kemudian di *scanning* dan data digital diolah dengan *digital imaging* pada komputer dengan menggunakan *software graphic design* yaitu Adobe Photoshop dan CorelDraw (Gb.7).

Unsur-unsur Visual Poster Film SITI

Penelitian pada tahap ini visualisasi poster film SITI telah dideskripsikan untuk mengetahui unsur atau elemen visual yang saling menyusun membentuk suatu karya poster. Unsur-unsur visual desain poster film SITI sebagai berikut:

a. Ilustrasi

Ilustrasi pada poster berperan untuk mendramatisasi judul dan mampu mencuri perhatian sehingga dibuat terlihat lebih menonjol dari keseluruhan bidang halaman. Ilustrasi pada poster film SITI menggambarkan seorang perempuan sebagai representasi tokoh film SITI. Ilustrasi tersebut dibuat dengan menggunakan teknik seni grafis *woodcut* (cukil kayu) untuk memberikan kesan *craftmanship* guna mempermudah dalam menyampaikan pesan.

Penggunaan ilustrasi dengan teknik seni grafis *woodcut* (cukil kayu), cetak tinggi, membuat poster menjadi lebih unik dan berbeda dengan karakter poster film pada umumnya yang menggunakan ilustrasi fotografi. Selain itu, poster memiliki nilai seni tersendiri dengan menggunakan gambar ilustrasi yang dibuat dengan manual.

b. Teks

Teks merupakan susunan dari huruf-huruf yang membentuk kata dan kalimat yang memberikan informasi. Rangkaian huruf tidak hanya sekedar memberikan suatu makna yang mengacu pada suatu objek maupun gagasan tetapi juga mampu menyuarakan suatu citra maupun kesan secara visual. Semua teks yang terdapat pada poster film

SITI diberi warna putih. Pada poster film SITI terdapat beberapa teks yaitu:

1. *Headline* (judul utama)

Judul utama (*headline*) biasa juga disebut sebagai kepala tulisan. *Headline* ini merupakan teks informasi yang paling ditonjolkan dan diharapkan pertama kali dibaca oleh target *audience*. Posisi *headline* tidaklah mesti melulu pada bagian atas tetapi yang paling ditonjolkan. Pada desain poster film SITI *headline*-nya adalah teks SITI. *Headline* ini diposisikan pada bagian bawah *center of point* gambar ilustrasi dengan komposisinya menyesuaikan dengan lebar gambar ilustrasi perempuan.



Gambar 8. *Headline* Poster Film SITI. Sumber Gambar: Poster film SITI

2. *Subheadline* (sub judul)

Subheadline merupakan penjelas *headline* (judul utama). *Subheadline* disebut juga sebagai kalimat peralihan yang mengarahkan pembaca dari judul ke naskah. Letak *subheadline* biasanya terletak pada bagian atas maupun bawah *headline*. Pada poster film SITI *subheadline*-nya adalah teks A FILM BY EDDIE CAHYONO". *Subheadline* pada poster film SITI terletak

pada bagian bawah *headline* yang menyesuaikan dengan bentuk panjangnya.



Gambar 9. *Sub-Headline* Poster Film SITI.
Sumber Gambar: Poster film SITI

3. *Body Copy* (teks iklan)

Body copy merupakan penjelasan headline. *Body copy* menguraikan pesan-pesan yang hendak disampaikan kepada *audience*. Pada poster film SITI *body copy*-nya merupakan title kredit (*credit title*) yaitu teks yang menampilkan nama-nama yang terlibat dalam pembuatan film.



Gambar 10. *Credit title* pada Poster Film SITI.
Sumber Gambar: Poster film SITI

4. Nama Perusahaan

Nama perusahaan pada poster film SITI yaitu Fourcolours Films yang komposisinya terletak pada central bagian tepi atas poster.

5. Alamat (*mandatories*)

Pada poster film SITI *closing word*-nya berupa alamat situs perusahaan yaitu www.fourcoloursfilms.com. Alamat perusahaan (*mandatories*) merupakan *closing word* atau kalimat penutup sebagai teks informasi yang

mengantarkan *audience* untuk mengambil keputusan apakah tertarik atau tidak terhadap pesan yang disampaikan.



Gambar 11. *Mandatories* pada Poster Film SITI.
Sumber Gambar: Poster film SITI

c. Jenis Huruf (*typography*)

Jenis huruf (*typography*) yang digunakan pada judul utama (*headline*) desain poster film SITI menggunakan jenis huruf (*typography*) *condensed*, teks yang digunakan dalam poster film pada umumnya. Sedangkan jenis huruf (*typography*) pada teks informasi (*body copy*) menyesuaikan dengan gaya ilustrasi yang dirancang oleh Andre Tanama terlihat luwes serta memiliki keterbacaan yang cukup tinggi.

d. Logo

Logo yang terdapat pada poster film SITI merupakan logo penghargaan yang pernah diraih oleh rumah produksi Fourcolours Films dalam berbagai ajang kompetisi film.



Gambar 12. Penghargaan untuk Film SITI.
Sumber Gambar: Poster film SITI

e. Warna

Warna yang digunakan mengadopsi komposisi warna jenis *monochrome*. Penggunaan warna ini menyesuaikan dengan warna ilustrasi cukil kayu yang hitam-putih. Semua teks dan logo pada poster berwarna putih. Pada *background* (latar belakang) berwarna hitam dengan corak ombak diberikan nuansa kebiru-biruan. Akses kesederhanaan warna hitam-putih pada ilustrasi karya Andre Tanama memberikan kesan gambaran kehidupan dari latar belakang cerita.

f. Tekstur

Pada poster film SITI tekstur terlihat pada bagian *background*. Tekstur pada poster ini dibuat semu dengan menampilkan corak ombak pada bagian *background*. Tekstur ini terlihat pada seluruh bagian yang berwarna hitam yang diberikan sedikit kesan kebiru-biruan.



Gambar 13. Tektur corak ombak pada poster. Sumber Gambar: Poster film SITI

Pada penelitian ini data yang diperoleh melalui proses wawancara dengan ilustrator dan desainer grafis maka diperoleh tahapan dalam proses perancangannya. Proses perancangan poster film SITI dengan tahapan diawali dengan *brainstorm*,

penentuan konsep perancangan, eksekusi dengan pengumpulan data-data, dan pengolahan yang merupakan proses produksi poster.

Berdasarkan data-data dari tahapan proses perancangan poster film SITI maka dapat diketahui strategi perancangannya. Strategi perancangan poster menjadi faktor penting sehingga poster ini dapat membuat orang tertarik untuk melihatnya serta pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dengan efektif. Pada perancangan poster film SITI strategi perancangan dilakukan dengan pendekatan komunikasi dan pendekatan kreatif.

Strategi komunikasi pada poster film SITI dilakukan dengan menyampaikan pesan secara verbal dan visual. Adanya dua cara komunikasi ini menjadikan pesan yang ingin disampaikan pada poster menjadi lebih efektif. Penyampaian pesan dengan komunikasi bahasa verbal pada poster film SITI dapat kita lihat pada teks judul utama (*headline*), sub judul (*subheadline*), *body copy* berupa nama-nama yang terlibat dalam pembuatan film (*credit title*), nama dan alamat situs perusahaan (*mandatories*). Sedangkan, untuk komunikasi bahasa visual dapat kita lihat dengan penggunaan ilustrasi pada poster, tipografi, dan corak pada *background*.

Judul utama (*headline*) sebagai *key visual* merupakan kata kunci, dimana ketika melihat poster film SITI ini, *audience* langsung teringat akan film bernuansa *monochrome*. Sesuai apa yang dikemukakan oleh Adi Kusrianto (2007: 328) mengenai

judul utama (*headline*): “Unsur yang memegang peranan penting, besar, singkat, dan padat. *Headline* itulah yang diharapkan akan dibaca pertama kali serta akan melekat dalam ingatan pembacanya. Selain itu, *headline* berguna untuk memancing agar pembaca melanjutkan membaca teks berikutnya secara detail”.

Warna putih yang digunakan pada kata “SITI” yang diletakkan di bawah kaki sosok perempuan dalam desain poster film SITI mengangkat sosok perempuan bernama Siti sehingga ada aksentuasi fokus pada judul utama (*headline*). Judul utama ini diletakkan di bawah ilustrasi sosok perempuan pada desain poster film SITI bertujuan supaya alur hirarkinya berjalan secara berurutan hingga *subheadline*, *credit title* dan nama serta alamat perusahaan sehingga nyaman dibaca. Penggunaan warna putih pada semua huruf atau teks informasinya terlihat kontras dengan *background* warna gelap yang menambah ketegasan.

Komunikasi visual pada poster film SITI dapat ditinjau dari adanya ilustrasi yang menambah efektivitas penyampaian pesan. Ilustrasi dalam iklan berfungsi sebagai judul dalam bentuk gambar. Ilustrasi ini bahkan seringkali menggantikan posisinya yang penting sebagai daya tarik. Hal ini karena potensi gambar yang dapat menjelaskan arti lebih luas daripada kata-kata dan sedap dipandang.

Strategi kreatif pada perancangan poster film SITI menampilkan karakter khas ilustrasinya dengan teknik *craftmanship*, menjadikannya berbeda dengan poster film pada umumnya yang banyak menggunakan fotografi. Gambar ilustrasi poster film SITI dibuat dengan cara manual menggunakan teknik seni grafis *woodcut* (cukil kayu). Penggunaan teknik seni grafis ini menjadikan poster film SITI lebih unik sehingga membuat *audience* menjadi lebih tertarik untuk melihatnya. Pengolahan desain pada *digital imaging* dengan penggunaan tipografi *headline* yang menyesuaikan karakter gambar ilustrasi dan pemberian tekstur semu dengan corak ombak juga merupakan strategi kreatif dalam perancangan poster film SITI karena memperkuat pesan yang disampaikan.

Pada poster film SITI tata letak (*layout*) unsur-unsur visualnya dilakukan dengan *layout default* atau peletakkan/pengaturan yang disesuaikan sesuai kebutuhan namun seluruh informasi yang ingin disampaikan masih dapat dibaca. *Layout* pada poster film SITI menerapkan patokan dasar *layout* pada hukum keberagaman (*the law of variety*) ditampilkan dengan berbagai variasi jenis, ukuran dan ketebalan huruf sehingga tidak monoton ketika dilihat. Selain itu poster film SITI menerapkan *layout* dengan hukum penekanan (*the law of emphasis*) yang menampilkan fokus pada ilustrasi sebagai *spot* yang ditonjolkan untuk menunjukkan bagian tersebut penting.

Penggunaan tata letak dengan menerapkan hukum tersebut membuat struktur atau urutan keterbacaan pada

desain poster film SITI kemudian terpancing melihat judul utama (*headline*) di bawah fokus, dan akhirnya *audience* pasti mengamati detail-detail yang ada mulai dari *subheadline*, teks informasi (*body copy*) maupun unsur-unsur visual lain yang ada pada desain poster film SITI.

Berdasarkan tata letak unsurnya rancangan poster film SITI terlihat keseimbangan unsur-unsur visualnya menerapkan keseimbangan secara asimetris/non formal. Peletakan yang tidak semua merata di poros tengah bidang poster. Ilustrasi, *headline*, dan *subheadline* diletakkan pada bagian sisi sebelah kanan bidang, pada sisi bagian kiri hanya diletakkan logo penghargaan yang pernah diraih oleh film SITI sehingga terlihat sedikit kosong. Pola keseimbangan asimetris memberikan tampilan poster yang dinamis sehingga membuat kesan yang variatif dan tidak membosankan.

Penggunaan warna *monochrome* (hitam-putih) pada rancangan poster memberikan tampilan yang elegan tapi menyiratkan kesan sederhana. Warna putih pada semua teks di atas *background* yang didominasi warna gelap dapat mempermudah pengamat untuk membaca dalam hal ini tingkat keterbacaan teks (*readability*). Warna yang kontras memberikan nuansa dramatis sebagai penggambaran nuansa yang terdapat pada isi cerita film SITI.

Tipografi *headline* poster film SITI yang dibuat dengan tebal, dinamis mengikuti gaya ilustrasi poster yang menggunakan teknik cukil kayu menyuguhkan tampilan selaras dan dramatis namun masih tetap dapat terbaca dengan jelas. Penggunaan bentuk huruf yang tebal dan dinamis dengan warna putih yang kontras pada *headline* membuatnya menjadi pusat perhatian pertama pengamat yang melihatnya (*eye catching*). Pada *subheadline*, *credit title*, nama dan alamat perusahaan yang menggunakan tipografi *condense* dengan bentuk sedikit meninggi, ramping, kokoh, padat dan formal memberikan kesan yang ringan, sederhana, namun tetap mencolok.

Pada bagian *background* poster film SITI yang berwarna gelap diberikan kesan tekstur ombak. Penggunaan kesan ombak yang gelap pada tekstur ini ingin menggambarkan nuansa cerita film SITI di daerah perairan pantai Parangtritis Bantul Yogyakarta yang hidup penuh dengan kesuraman.

Pada poster film SITI tanda visual berupa ilustrasi sosok perempuan yang sedang berjalan menjajakan peyek jingking sebagai obyek poster. Gambar sosok perempuan berambut panjang pada ilustrasi poster film SITI merupakan ikon dari pemeran utama dalam film, sedang sikap menggendong keranjang dan memegang tas merupakan indeks dari seorang Siti yang bekerja sebagai seorang penjual peyek jingking. Salah satu kaki terangkat dan yang satunya sedang menahan berat badan merupakan simbol berjalan yang dilakukan sosok perempuan

Siti. Sosok Siti terlihat sebagai seorang perempuan yang anggun dengan tampilan bentuk tubuh yang ideal. Wajah yang dihadapkan ke depan merupakan ketegaran sosok Siti untuk menghadapi masa depannya. Menggendong keranjang berjalan menjajakan peyek jingking merupakan penggambaran sosok Siti yang kuat dan pekerja keras.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Pada perancangan poster film SITI strategi perancangan dilakukan dengan pendekatan komunikasi dan kreatif. Strategi komunikasi pada perancangan poster film SITI dilakukan dengan komunikasi verbal dan visual. Komunikasi dengan bahasa verbal pada poster film SITI terdapat di teks informasi berupa judul utama (*headline*), sub judul (*subheadline*), *body copy* berupa *credit title*, nama dan alamat perusahaan (*mandatories*). Komunikasi dengan bahasa visual dapat terlihat pada penggunaan ilustrasi, tipografi, dan corak pada *background*.

Strategi kreatif pada poster film SITI terdapat pada tipografi dan ilustrasi yang memiliki keselarasan dengan karakter ilustrasinya yang dibuat dengan menggunakan teknik seni grafis *woodcut* (cukil kayu). Penggunaan teknik ilustrasi tersebut

membuat poster film SITI menjadi lebih unik karena berbeda dengan poster film lainnya yang pada umumnya menggunakan ilustrasi fotografi. Penggunaan strategi kreatif pada poster film SITI menjadikan target *audience* tertarik untuk melihatnya.

Visualisasi poster film SITI ditampilkan dengan pola *layout* keseimbangan asimetris, menggunakan pengaturan yang disesuaikan dengan kebutuhan (*layout default*). Warna poster dibuat *monochrome* (hitam-putih) yang kontras membuat tingkat keterbacaan tinggi dan menampilkan nuansa yang dramatis. Tipografi *headline* yang dibuat dengan tebal, dinamis mengikuti gaya ilustrasi poster menjadikan tampilan yang selaras dan dramatis sedangkan tipografi *subheadline*, *credit title*, nama dan alamat perusahaan dengan bentuk sedikit meninggi, ramping, kokoh, padat dan formal memberikan kesan yang ringan, sederhana, namun tetap dapat terbaca dengan jelas. Tekstur kesan ombak yang gelap pada *background* ingin menggambarkan nuansa cerita film SITI di daerah perairan pantai Parangtritis Yogyakarta yang hidup dinamis dengan penuh problematika.

Pada poster film SITI terlihat ilustrasi sosok Siti sebagai seorang perempuan yang anggun dengan tampilan bentuk tubuh yang ideal. Ketegaran dan ketenangan sosok Siti untuk menghadapi masa depannya terlihat dari wajah yang dihadapkan ke depan. Posisi tubuh tegak menggendong keranjang sedang berjalan menjajakan peyek jingking merupakan penggambaran sosok Siti yang kuat dan pekerja keras.

KEPUSTAKAAN

- Bahari, N. 2008. Kritik Seni Wacana Apresiasi dan Kreasi. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Departemen Pendidikan Nasional, 2005. Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta: Balai Pustaka.
- Hoed, Benny H. 2011. Semiotik dan Dinamika Sosial Budaya. Jakarta: Komunitas Bambu.
- Harahap, Ranita Erlanti. 2008. Analisis Semiotika pada Poster HIV/AIDS di Yayasan Pelita Ilmu. Skripsi. Jakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah.
- Komaruddin, dan Yooke Tjuparmah S. 2002. Kamus Istilah Karya Tulis Ilmiah (edisi 1, cetakan kedua). Jakarta: Bumi Aksara.
- Kusrianto, Adi. 2007. Pengantar Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Masri, Andry. 2010. Strategi Visual Bermain Dengan Formalistik dan Semiotik Untuk Menghasilkan Kualitas Visual Dalam Desain. Yogyakarta: Jalasutra.
- Safanayong, Yongky. 2006. Desain Komunikasi Visual Terpadu. Jakarta: Arte Intermedia.
- Sanyoto, Ebdi Sadjiman. 2009. NIRMANA Elemen-elemen Seni dan Desain, edisi kedua. Yogyakarta: Jalasutra.
- Susanto, Mikke. 2002. Diksi Rupa Kumpulan Istilah Seni Rupa. Yogyakarta: KANISIUS.
- Tinarbuko, Sumbo. 2003. Semiotika Analisis Tanda Pada Karya Desain Komunikasi Visual. Jurnal NIRMANA Desain Komunikasi Visual. Surabaya: Universitas Kristen Petra.

<http://www.jogjafilm.com/id/news/read/siti-film-dari-jogja-diputar-disingapore-international-film-festival-2014> Diakses tgl 19 Maret 2016.