



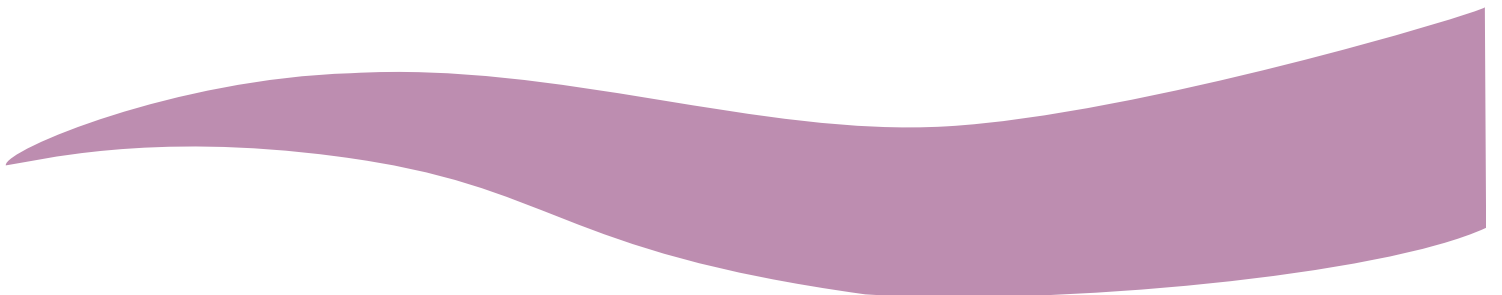
**MODUL AJAR 1 (TEORI DASAR)
KETERAMPILAN DESAIN GRAFIS
FASE F (KELAS XI DAN XII)**

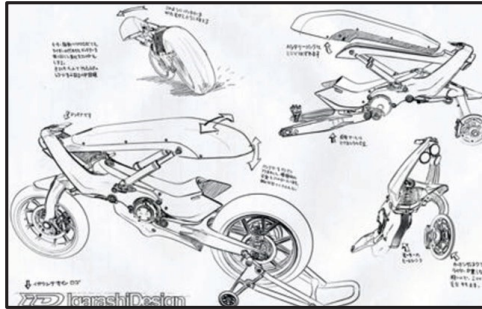
DIAN NUGRAHA RAHMAN, SOS.I



**MODUL AJAR 1 (TEORI DASAR)
KETERAMPILAN DESAIN GRAFIS
FASE F (KELAS XI DAN XII)**

DIAN NUGRAHA RAHMAN, SOS.I





Contoh sketsa desain produk kendaraan.
(Sumber: bukamp3.com).



Contoh sketsa desain ruangan (interior).
(Sumber: desainrumahpedia.com).



Contoh sketsa desain pakaian.
(Sumber: fitinline.com).



Contoh sketsa desain arsitektur.
(Sumber: daihocnguyentrau.edu.vn).



Contoh hasil kriya kayu, produk furniture.
(Sumber: kursitamumebeljepara.com).



Contoh hasil kriya eceng gondok, produk furniture.
(Sumber: narotama.ac.id).



Contoh hasil kriya keramik.
(Sumber: silkeborgantik.dk).



Contoh hasil kriya logam, produk perhiasan.
(Sumber: rahasiasebuahemas.blogspot.com).

1. Sikap Kerja (Attitude)

Bekerja sebagai penunjang bidang komunikasi membutuhkan manusia yang sadar akan tugasnya sebagai pengantar pesan/informasi. Pada tingkat pemula, telah disadarkan akan tugas pentingnya aspek informatif. Pada jenjang yang lebih tinggi dibutuhkan wawasan mengenai teori komunikasi untuk melakukan tugas yang lebih rumit dalam olah visualnya. Hal tersebut menyangkut pertimbangan tentang.

- a. pesan/*message* (apa maksud informasi);
- b. khalayak/*audience* (siapa masyarakat/pelihat yang dituju); dan
- c. sasaran/*objective* (apa yang diharapkan setelah mendapat informasi).



Sikap kerja yang positif. (Sumber: upsidelearning.com).

Kerumitan ketiga aspek ini akan berkembang sejalan dengan makin kompleksnya masalah komunikasi yang dihadapi.

2. Pengetahuan, Keterampilan, dan Kepekaan (Skill, Knowledge and Sensibility)

Dalam bidang desain grafis, beberapa pengetahuan dasar kesenirupaian umum dan keterampilan/kepekaan khusus perlu diperoleh sebelum terjun ke lapangan kerja untuk menyamakan hal-hal sebagai berikut.

- a. pengetahuan, keterampilan, dan kepekaan olah unsur rupa/desain (garis, bidang, bentuk, tekstur, kontras, ruang,

irama, warna, dan lain-lain) serta prinsip desain (harmoni, keseimbangan, irama, kontras, kedalaman, dan lain-lain). Untuk desain grafis disyaratkan penguasaan garida (*grid system*) dan kolom halaman;



Pengetahuan tentang media terkini. (Sumber: graphicdesignjunction.com).

- b. pengetahuan warna (lingkaran warna, intensitas, analog, saturasi, kromatik, dan lain-lain) dan kepekaan warna, baik aditif (cahaya langsung) maupun subtraktif (pantulan/pigmen), pengetahuan warna monitor (*RGB*) dan warna untuk percetakan (*CMYK, Spot Color*);
- c. memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam olah huruf/tipografi: keluarga huruf, ukuran huruf, bobot huruf, istilah dalam tipografi, dan keterampilan mengolah huruf, baik secara manual (dengan tangan) maupun secara digital;
- d. memiliki keterampilan menggambar dan kepekaan pada unsur gambar (garis, bidang, warna, dan seterusnya);
- e. memiliki pengetahuan dasar fotografi.

3. **Kreativitas (*Creativity*)**

Kemampuan kreatif merupakan kompetensi kunci dalam profesi ini. Bidang desain grafis menuntut hasil yang bukan hanya benar dan sesuai misi komunikasi, tetapi juga karya yang menampilkan keunikan, daya tarik, dan kesegaran gagasan. Hal ini menjadi penting karena pada dasarnya manusia selalu menuntut hal baru untuk menghindari kebosanan.

Kategori Desain Grafis

Secara garis besar, desain grafis dibedakan menjadi beberapa kategori sebagai berikut.

1. *Printing* (percetakan) yang memuat desain buku, majalah, poster, *booklet*, *leaflet*, *flyer*, pamflet, periklanan, dan publikasi lain yang sejenis.



Ilustrasi hasil cetakan desain grafis. (Sumber: PT Solo Murni - Kiky Creative Product Inc).

2. *Web design* (desain untuk halaman web) atau desain interaktif.



Ilustrasi hasil webdesign. (Sumber: cssbasics.com).

3. Film, termasuk TV komersial, animasi, dan multimedia interaktif.
4. Identifikasi (logo), EGD (*Environmental Graphic Design*) merupakan desain profesional yang mencakup desain industri (iklan, *branding*, *company profile*, dan lain-lain).



Ilustrasi hasil branding desain grafis.(Sumber: mncplaymedia.com).

5. Desain produk, pemaketan, kemasan, *merchandise*, dan sebagainya.



Ilustrasi hasil kemasan desain grafis.(Sumber: kompas.com).

kegiatan bisnis yang sekarang sangat marak melibatkan modal besar dan banyak tenaga kerja. Kecepatan perkembangannya pun berlomba dengan kesiapan tenaga penunjang pada profesi desain grafis.



Ikon aplikasi untuk sosial media. (Sumber socialmediayou.com).

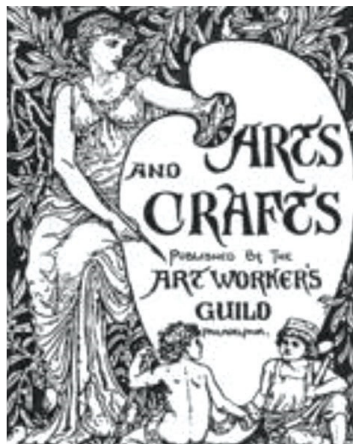
Pada masa sekarang yaitu abad ke-21 ini, peranan desain grafis menjadi sangat individual. Hal ini terjadi karena adanya pengaruh tren media sosial dalam dunia komunikasi teknologi, yang menjadikan media komunikasi lebih berbasis personal, testimonial, dan komunitas. Dengan demikian, kuantitas pengguna desain grafis menjadi semakin luas, untuk itu semakin dibutuhkan pula nilai-nilai profesionalisme untuk memberikan lingkup dan peranan yang jelas bagi dunia desain grafis dalam dunia komunikasi seni.

Perkembangan Gaya Visual Desain Grafis

Pengertian dari gaya visual dan perkembangan secara umum adalah: suatu ragam yang khas dari ekspresi, desain, arsitektur atau cara pelaksanaan suatu hal. Gaya visual dalam desain grafis yang dibahas di sini adalah keindahan visual yang mempunyai pengaruh besar pada suatu masa dan tempat tertentu. Desainer grafis pada dasarnya bertugas untuk mengatur dan mengkomunikasikan pesan untuk menempatkan sebuah produk atau ide di benak sasaran, memberikan kesan baik, serta memberitahukan dan mempublikasikan suatu informasi dengan cara yang efektif. Dalam proses ini, gaya juga berarti sebuah cara untuk menginformasikan dan menandai pesan yang ditujukan bagi sasaran tertentu.

Sejak era Victoria (gaya desain grafis Victorian berkembang di Amerika, Inggris dan sebagian besar benua Eropa sejak tahun 1820-an hingga tahun 1900) hingga sekarang, desain grafis telah berfungsi melayani bermacam kebutuhan di sektor ekonomi dan budaya. Oleh sebab itu, gaya desain grafis berkembang beraneka ragam pula. Suatu

gaya diciptakan karena alasan estetika (*Art Nouveau*), sedangkan yang lain dengan alasan politik (*Dada*). Ada pula berdasarkan keinginan untuk mendapatkan identitas bersama (*Swiss International Style*) atau tuntutan komersial (*Post-Modernism*), serta berdasarkan landasan moral dan filsafat (*Bauhaus*). Beberapa gaya dipengaruhi oleh seni murni/*fine art* (*Art Deco*), atau ada yang terpengaruhi oleh industri (*Plakatstil*). Beberapa gaya nasional bahkan menjadi sebuah gerakan internasional (*Futurism*). Namun, ada pula beberapa gaya yang bertahan hingga saat ini dan terus masih digunakan (*Constructivism*, *Expressionism*, *Surrealism*). Beberapa gaya tidak mampu bertahan dan hilang ditelan zaman, beberapa gaya dihidupkan dan dipakai kembali hari ini dan bahkan dimodifikasi oleh generasi berikutnya.



Arts and Crafts Design Style (1893).
Sumber: Steven Heller & Seymour Chwast,
Graphic Style, New York, 1988.



Contoh Gaya Desain Art Nouveau.
Poster *Bières de la Meuse* tahun 1897 karya
Alphonse Mucha.



Contoh Gaya Desain Art Deco.
Poster '*L'Atlantique*' tahun 1931 karya A.M
Cassandre.



Contoh Gaya Desain Futurism.
Sumber: Steven Heller & Mirko Ilic, *Icon of
Graphic Design*, Thames & Hudson, London.



Contoh Gaya Desain Dada.
Poster of the *Kleine Dadasoirée* tahun 1922 karya Theo van Doesburg.



Contoh Gaya Desain Swiss Design.
karya Josef Muller Brockmann.

Perkembangan desain grafis merupakan suatu episode dari sejarah dimana karya desain grafis memainkan peranan penting pada dunia. Masa lalu dan sekarang telah memberi beragam referensi gaya dan visual dalam jumlah yang tak terhitung. Semuanya merupakan pengungkapan dari zaman dan orang pada masanya. Desain grafis itu hidup dan akan terus berkembang seiring perkembangan teknologi dan zaman.

Peranan Desain Grafis pada Media

Desain grafis adalah ilmu yang mempelajari dan mengembangkan bahasa visual (salah satunya) untuk keperluan informasi dan komunikasi dari pelontar pesan.

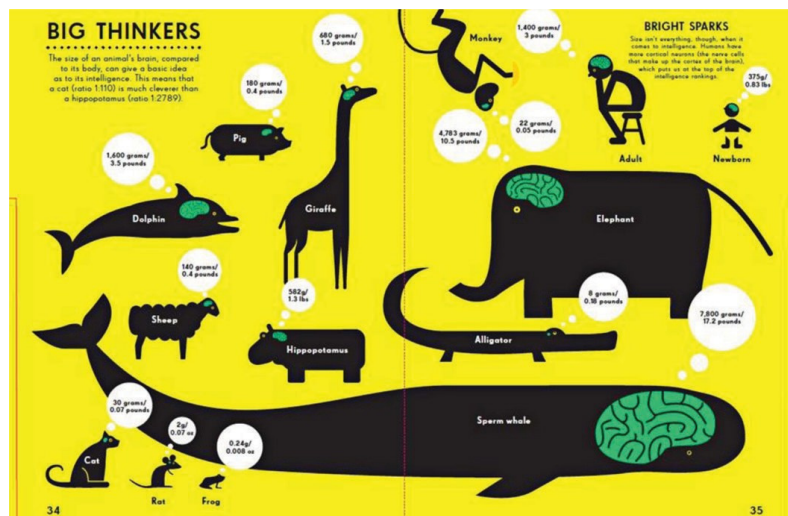
Pesan visual yang disampaikan misalnya bisa berupa informasi produk, jasa atau gagasan kepada sasaran (audiensi) secara komunikatif dan persuasif (dengan tujuan publikasi, promosi, dan pemasaran) menggunakan media informasi (misalnya: televisi, website, majalah, surat kabar, brosur).

Agar pesan dapat efektif dipahami, diterima, dan dapat mengubah sikap sasaran (audiensi) sesuai tujuan pemasaran, perlu diperhatikan hal-hal sebagai berikut.

1. Komunikatif

Ada 5 cara untuk membuat karya visual menjadi komunikatif bagi audiensi.

1. Visualisasi pendukung agar mudah diterima oleh sasaran.
2. Pelajari pesan yang akan disampaikan secara mendalam.
3. Pelajari kebiasaan dan hal-hal yang diminati/disukai oleh sasaran yang berkaitan dengan hal visual (ikon, gambar dan elemen visual lain).
4. Olah pesan (verbal) menjadi pesan visual, dengan memperhatikan tanda-tanda pesan visual yang dipahami publik, mudah, gampang, dan nyaman dilihat/dibaca.
5. Buatlah sederhana dan menarik.



Contoh Media Infografis. (Sumber theguardian.com).

2. Kreatif

Visualisasi diharapkan disajikan secara unik dan tidak klise (sering digunakan), agar menarik perhatian. Rancangan elemen desain grafis (objek, warna, huruf, dan *layout*) dibuat secara asli (*original*/baru). Penjelasan pesan disusun secara sistematis untuk kemudahan tata alir dan alur (lancar). Kemudahan informasi didukung oleh navigasi dengan susunan tata letak yang luwes tanpa meninggalkan kaidah komunikasi dan keindahan (fleksibel).



Contoh iklan yang kreatif. (Sumber: at&t).

3. Sederhana

Visualisasi tidak rumit supaya kejelasan isi pesan mudah diterima dan diingat. Pengembangan yang kompleks dapat menimbulkan ciri yang khas terhadap suatu elemen visual. Hal itu akan lebih cepat menimbulkan kebosanan visual. Prinsip generalisasi diperlukan untuk menyederhanakan elemen visual menjadi elemen yang paling mendasar sehingga menimbulkan persepsi yang lebih luas dan lebih berumur panjang.



Contoh iklan yang sederhana. (Sumber d-list.co.uk).

4. Kesatuan (Unity)

Penggunaan bahasa visual yang harmonis, utuh, dan senada agar materi pesan dipersepsi secara utuh (komprehensif) yang menyatu dan harmonis di dalam sebuah karya grafis. Hal ini menjadi sebuah upaya yang bertujuan memudahkan pengamat desain menangkap sebuah nuansa visual yang tematik dan mempermudah proses pembentukan pemetaan hierarki informasi yang hendak disampaikan.



*Tata letak yang memiliki kesatuan harmony.
(Sumber: looklikegooddesign.com).*

5. Penggambaran Objek dalam Bentuk Image yang Presentatif

Gambar dapat berupa fotografi atau gambar informasi berupa tabel/diagram dan gambar bergerak (animasi dan film). Gambar dapat diklasifikasi sebagai gambar latar belakang desain atau gambar objek yang dapat memperjelas informasi.



*Penggambaran siluet manusia dalam kurva.
(Sumber iklan Apple, produk ipod).*

6. Pemilihan Warna yang Sesuai

Penggunaan kunci warna atau panduan warna berdasar teori warna Munsel, untuk mendapatkan warna-warna yang selaras. Harmoni dalam perpaduan warna dapat membuat nuansa yang berbeda walaupun menggunakan gambar yang sama.



Poster Marilyn Monroe karya Andy Warhol.

7. Tipografi (Font dan Susunan Huruf)

Untuk memvisualkan bahasa verbal agar mendukung isi pesan, baik secara fungsi keterbacaan maupun fungsi psikologisnya, digunakan tipografi secara kreatif sesuai dengan keperluan dan tidak berlebihan.

Seorang pakar desainer grafis, William Caslon mengungkapkan: “Tipografi adalah permainan keseimbangan dari suatu kalimat, bentuk halaman, juga sebuah ungkapan visual yang membantu para pembaca memahami pesan yang terkandung dalam konten sebuah halaman”.



Ilustrasi tipografi desain grafis.(Sumber: ahlidesain.com).



Sifat/karakter yang diwujudkan dari Typeface. (Sumber: dafont.com)

8. Tata Letak (Layout)

- Layout adalah usaha untuk membentuk dan menata unsur-unsur grafis (teks dan gambar) menjadi media komunikasi yang efektif. Jika data/unsur grafis dan warna yang akan dipakai telah dipastikan sebelumnya, selanjutnya kita dapat melakukan proses *layouting*.

Peletakan dan susunan unsur-unsur visual harus terkendali dengan baik agar memperjelas hierarki/tingkatan perhatian sasaran terhadap semua unsur yang ditampilkan.



Ilustrasi tata letak desain grafis. (Sumber: depositphotos.com).

9. Unsur Visual Bergerak (Animasi dan/atau Movie)

Animasi/movie yang dibuat sebagai daya tarik di media televisi, *web*, dan *gadget*. Sebelumnya dibutuhkan *storyboard* yang merupakan acuan beberapa gambar untuk panduan proses produksi syuting.



Storyboard, rencana pembuatan animasi untuk iklan. (Sumber: nockemannk.wordpress.com).

10. Navigasi (Ikon)

Ikon navigasi berfungsi sebagai tanda untuk mengeksekusi arah/tujuan yang dikehendaki maka gunakan ikon navigasi yang akrab dan konsisten agar efektif dalam penggunaannya. Ikon dirancang sederhana, berkarakter, dan menarik karena fungsinya hanya pemandu.



Desain Ikon yang digunakan untuk web dan gadget. (Sumber: webappers.com).



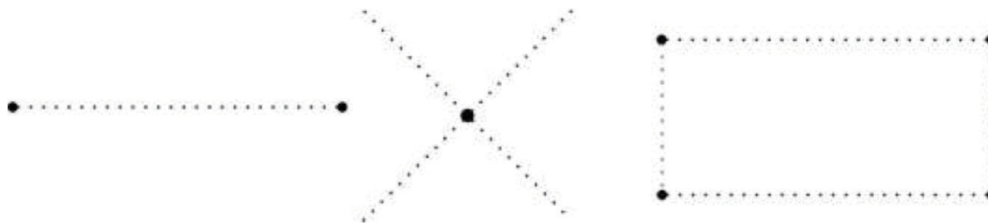
Komponen Desain Grafis

Komponen desain grafis merupakan unsur pembentuk desain grafis itu sendiri. Dalam membuat sebuah desain grafis, diperlukan komponen-komponen yang menjadi dasar visual dalam memberikan peranan komunikasi secara visual. Untuk itu, komponen desain grafis terdiri atas 7 komponen, yaitu titik, garis, bentuk, ruang, terang-bayang, warna, dan tekstur. Dari 7 komponen tersebut, perancang desain grafis dapat membangun atau membuat sebuah desain yang menjadi sarana komunikasi secara visual.

A. Titik/Dot/Verteks

Titik sebagai salah satu komponen desain grafis yang paling mendasar, baik berdiri sebagai individual maupun sebagai kelompok, komponen titik memberikan nuansa komunikasi yang berarti dalam sebuah desain. Potensi titik, antara lain sebagai berikut:

1. membentuk sebuah makna: titik tunggal bermakna selesai, titik berkelompok bermakna kesatuan atau kebersamaan;
2. mengekspresikan nilai statis dan emosi: titik tunggal yang berdiri sebagai kemantapan atau bernilai absolut serta berdiri sebagai penekanan selesai;
3. dalam desain, bisa berperan sebagai pemberian aksen (sebagai elemen dekoratif, elemen emosi, dan elemen bahasa gambar);



Komponen desain: titik.

B. Garis/Line

Garis adalah sebuah komponen desain grafis yang merupakan perapatan dari sekelompok titik yang berurut dan berurut, baik berdiri sebagai elemen utama maupun bagian dari (aksen) komunikasi. Komponen garis memberikan juga nuansa komunikasi yang berarti dalam sebuah desain. Potensi garis, antara lain sebagai berikut:

1. membentuk garis tepi/kontur sebuah benda;
2. mengekspresikan gerak dan emosi (garis horizontal: tenang, mati; garis diagonal: labil (tidak stabil); garis zigzag: kehancuran, retak, tidak tenang; garis bergelombang: hidup, kelembutan);
3. dalam desain, bisa berperan sebagai pemberian aksen (sebagai pembatas, kolom, dan dekoratif desain);



Komponen desain: garis.

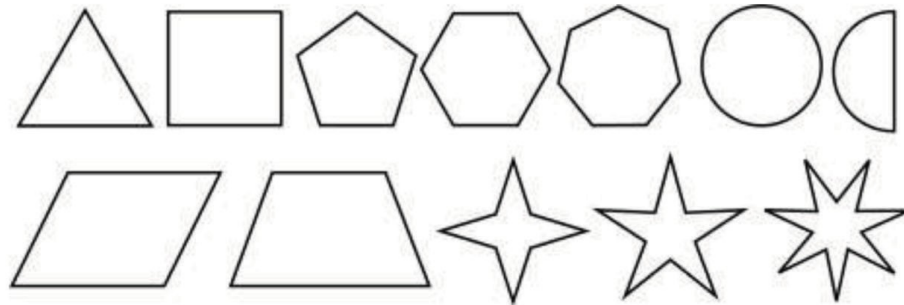
C. Bentuk/Raut/Kurva

Bentuk/raut/kurva adalah sebuah komponen desain grafis yang merupakan bertemunya titik awal garis dengan titik akhir garis. Tentunya, hasil dari garis yang bertemu ini membentuk sebuah bidang. Bidang tersebut, baik berdiri sebagai elemen utama maupun bagian dari (aksen) komunikasi, sangat berperan dalam memberikan nuansa komunikasi yang berarti dalam sebuah desain. Potensi Bentuk, antara lain sebagai berikut.

1. Istilah bentuk digunakan untuk menyatakan suatu bangun/*shape* yang tampak dari suatu benda.
2. Bentuk merupakan rupa keliling dari sebuah rancang.
3. Bentuk mempunyai garis luar (*Outline*) atau pembatas disekitarnya.
4. Bentuk memaksimalkan karakter/kesan yang ingin dicapai.

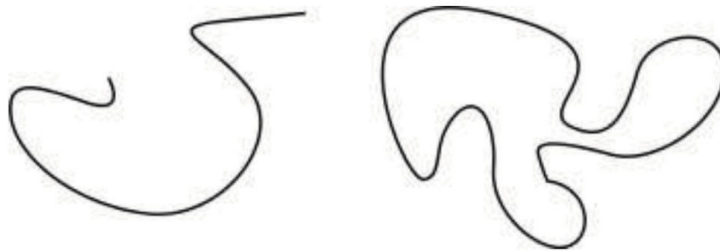
Ada 2 bentuk dasar dalam desain grafis, yaitu: **Geometris** dan **Organis**.

1. **Bentuk Geometris** (segitiga, segiempat, segilima, lingkaran, trapesium, dan seterusnya). Bentuk geometris ini, merupakan sebagian dari bentuk dasar yang dipergunakan sebagai acuan dasar desainer dalam merancang.



Ilustrasi bentuk-bentuk geometris.

2. **Bentuk Organis**, lengkungan bebas dan fleksibel.



Ilustrasi bentuk organis kurva tertutup dan terbuka.



*Contoh desain icon dengan mengacu bentuk Geometris.
(Sumber: all-free-download.com)*



*Contoh desain huruf dengan mengacu bentuk Geometris.
(Sumber: bitebrands.co)*



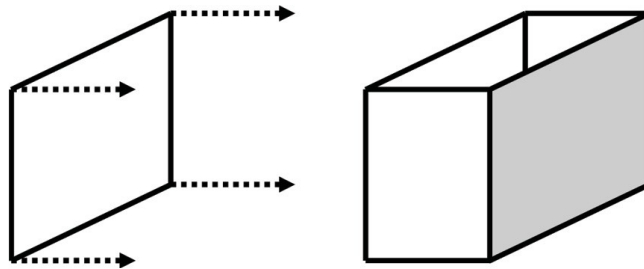
*Contoh desain dengan mengacu bentuk Organis.
(Sumber: all-free-download.com)*

D. Ruang/Space/Massa

Ruang adalah sebuah komponen desain grafis yang merupakan kelanjutan dari bentuk yang dikembangkan dapat membentuk ruang imajiner yang terkait persepsi pengamatnya. Hasil dari pengembangan bidang yang menjadi ruang ini lebih banyak berperan sebagai elemen utama (berdasarkan tingkat kerumitannya), tetapi tidak menutup kemungkinan pula dapat berdiri sebagai bagian dari komunikasi. Ruang sangat berperan dalam memberikan nuansa 3 dimensi dalam unsur komunikasi visual. Potensi ruang, antara lain sebagai berikut.

1. Ruang menjadi pengembangan bidang yang menjadi bidang lain, tetapi tidak hanya sekadar bidang baru. Ruang harus memiliki dimensi sehingga melahirkan berat/massa pada bidang baru yang disebut ruang.

2. Sebuah bentuk 3 dimensi dapat digambarkan pada permukaan papir yang terdiri atas beberapa bentuk 2 dimensi.
3. Selain membentuk nuansa 3 dimensi, ruang juga dapat memperlihatkan penggabungan bentuk dari sisi/cara pandang yang berbeda (*gestalt*).



Komponen desain: ruang. (Sumber: karya penulis).

4. Ruang kosong dimanfaatkan agar rancangan tidak terlalu penuh.
5. Ruang kosong dimanfaatkan sebagai pemisah.



Empty space. (Sumber gambar: www.slideshare.net).

E. Terang-Bayang/Gradasi

Terang-Bayang adalah sebuah komponen desain grafis yang merupakan permainan baru dalam bentuk ranah/lingkup arsir. Dari penambahan elemen arsir tersebut (biasanya adalah efek gradasi), bentuk yang dikembangkan akan memiliki nuansa realistik yang diambil dari prinsip jatuhnya unsur gelap-terang pada sebuah benda

bila terkena sumber cahaya. Hasil dari komponen terang-bayang ini berperan sebagai ilustrasi utama (berdasarkan nilai realistiknya), tetapi tidak menutup kemungkinan pula dapat berdiri sebagai bagian dari komunikasi yang kreatif. Potensi terang-bayang, antara lain sebagai berikut.



Komponen desain: Gradasi. (Sumber: pinterest.com).

1. Terang-bayang dari arsiran adalah upaya menambah nuansa jatuhnya *highlight* dan *shadow* pada sebuah benda.
2. Pendekatan terang-bayang ini menghasilkan nuansa realistik dan/atau fotografik pada sebuah komponen desain.
3. Peranannya bisa kepada ilustrasi yang utama juga bisa sebagai sebuah elemen aksen dekoratif.

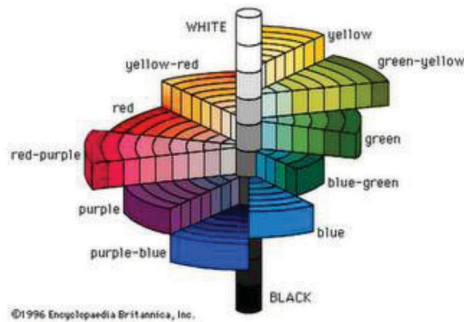


Contoh pada desain kemasan, penggunaan warna gradasi (jingga, kuning, dan kecoklatan) memberikan efek kedalaman dan daya tarik tersendiri. (Sumber: jasadesainonline.com)

F. Warna/Color

Warna adalah sensasi yang ditimbulkan oleh otak sebagai akibat daripada sentuhan gelombang-gelombang cahaya pada retina mata. Kira-kira ada 10 juta warna yang berbeda dapat dilihat dari mata manusia. Warna dapat berupa warna alam maupun buatan. Pada warna alam, warna asli dari bahan yang ditampilkan, sedangkan warna

buatan, warna asli ditutup dengan lapisan cat atau diubah dengan cara lain. Selain itu ada warna yang disebut sebagai warna pigmen (dihasilkan dari percampuran tinta/cat) dan warna cahaya (dihasilkan dari sinar) seperti layar monitor, layar televisi, layar *handphone*.

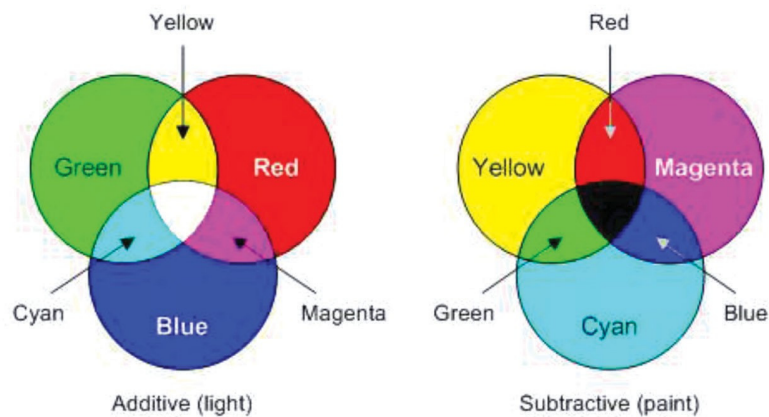


Pohon warna.
(Sumber: *Encyclopedia Britannica*)



Lingkar warna/color wheel.
(Sumber: *The Sydney Art Store*).

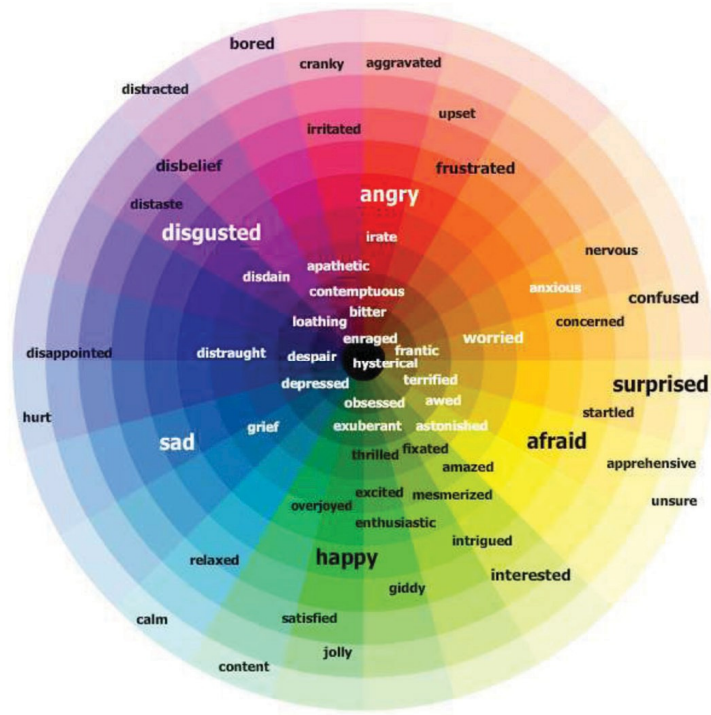
Warna pada dasar keilmuan desain grafis mengacu pada lingkaran warna pigmen (*subtractive*), yang membagi warna dasar/primer menjadi merah, kuning, dan biru, kemudian masuk dalam turunan pertama/sekunder, dan seterusnya. Sementara dalam pekerjaan yang berhubungan dengan layar (animasi, televisi, *web design*) mengacu pada lingkaran warna cahaya (*additive*).



Warna pigmen (*subtractive*) dan warna cahaya (*additive*). (Sumber: *mcad.edu*).

Potensi warna dalam desain grafis antara lain sebagai berikut.

- Warna serta nilai gelap dan terangnya, dapat dimanfaatkan untuk memberikan kesan berat-ringan benda, volume, kedalaman komposisi, dan sebagainya.
- Warna menciptakan suasana/*mood*//sifat/karakter tertentu pada rancangan.



Suasana/sifat/mood warna secara universal, berdasarkan penelitian/riset psikologi. Secara intonasi nuansa terbagi menjadi dua jenis, dingin (dari ungu, biru, sampai hijau) dan panas (dari merah, jingga, sampai kuning). (Sumber: do2learn.com).

Desainer grafis harus cerdas dalam menentukan warna yang cocok dalam perancangan. Pemilihan warna dapat ditentukan dari konsep analisis dan strategi yang ditentukan sebelumnya. Jika konsep warna sudah didapatkan dari proses analisa dan strategi, tentu pekerjaan akan lebih mudah dan terarah.



Contoh pedoman warna (color guide) yang dikeluarkan salah satu sistem warna dari Pantone yang sangat populer di kalangan desainer grafis (Sumber: pantone.com). Sistem warna perusahaan lain, seperti TC, Toyo, DIC, ANPA, dan banyak lagi.

G. Tekstur

Tekstur adalah sebuah komponen desain grafis yang merupakan tampilan/karakteristik/gambaran/representasi sifat dari suatu permukaan. Tekstur dapat dibiarkan sebagaimana adanya atau diolah secara khusus menurut kehendak perancangannya. Permukaan dapat polos, bersisik, licin, kasar, pudar, kusam, kilap, lembut, halus, berlendir, terasa gatal, berbulu, dan lain-lain. Tekstur merupakan salah satu unsur seni yang unik karena ia dapat mengaktifkan 2 proses penginderaan sekaligus (visual dan raba). Tekstur dapat berukuran kecil, menekankan pada kedua-dimensian permukaan sebagai hiasan, atau berukuran besar yang menekankan pada kesan raba pada 3D. Potensi tekstur, antara lain sebagai berikut:

- a. memperkaya kenikmatan visual;
- b. dipakai dalam memvisualkan objek;
- c. membangkitkan perasaan untuk meraba;
- d. memperjelas kesan adanya ruang;
- e. tekstur dan kesan ruang: tekstur detail/halus (jarak dekat) dan tekstur *blur*/kurang jelas (jarak jauh).



Jenis permukaan kertas. (Sumber: indodesign.org)

Untuk meningkatkan sensasi rabaan lewat tekstur, kita bisa lakukan dengan teknik cetak, misalnya *matte* (dilapisi dengan bahan kimia sehingga hasil cetakan terasa keset/*doff*), *uv gloss* (dilapisi dengan bahan kimia sehingga tampilan lebih mengkilap dan tahan air).

Selain dari teknik cetak, kita juga dapat meningkatkan kekuatan desain lewat material/media cetaknya yaitu kertas. Pada masa sekarang sudah sangat banyak pabrik dan distributor kertas dengan beragam ketebalan, warna, dan tekstur untuk meningkatkan tampilan fisik desain grafis. Dengan berbagai pilihan tekstur kertas, kita dapat menyesuaikan karakter desain yang ingin dicapai.



*Contoh sampel kertas dari salah satu distributor kertas.
(Sumber: indonesian.alibaba.com)*



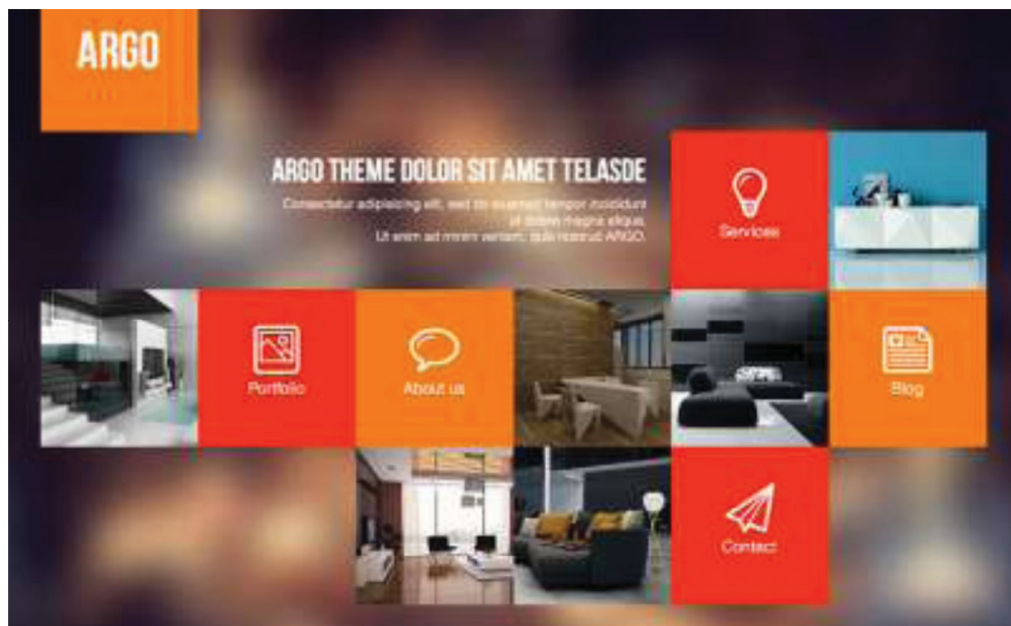
*Packaging dengan tekstur buah.
(Sumber: wedesignpackaging.com).*

Prinsip Desain Grafis

A. Komposisi (Composition)

Merancang/mendesain pada dasarnya adalah hasil penyusunan pengalaman visual dan emosional dengan memperhatikan elemen-elemen dan prinsip-prinsip desain yang dituangkan dalam satu kesatuan **komposisi** yang mantap.

Komposisi = *Composition* = *Componere* (asal kata dari bahasa Latin), yang artinya penggabungan. Pada dasarnya, suatu komposisi merupakan penggabungan dari banyak bagian menjadi suatu bentuk yang serasi.



Prinsip desain: komposisi. (Sumber: wedesignpackaging.com).

Definisi umum: Suatu susunan unsur desain yang digunakan dalam perencanaan komposisi, yang ditata/di-*layout* secara serasi/*harmony* dengan berlandaskan prinsip-prinsip desain sehingga tercapai kesatuan antara unsur-unsur desain (*total organization*). Komposisi sebagai pedoman dasar/arahan umum/wacana berpikir awal ini mampu mencapai rancangan bentuk abstrak, alamiah, nonobjektif, ornamental, ataupun struktural.

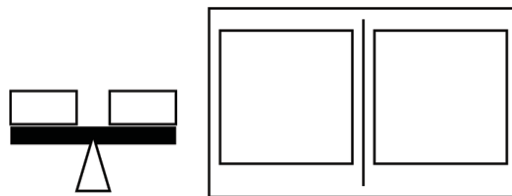
Dalam menyusun unsur-unsur untuk membuat suatu karya rancang harus mengetahui/memperhatikan 4 dasar pokok prinsip seni dan desain berikut ini. Prinsip-prinsip ini patut dipahami, untuk mendapatkan satu pandangan yang efektif (tepat guna) terhadap suatu karya seni/desain.

B. Keseimbangan (Balance)

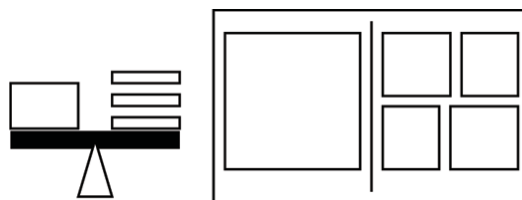
Keseimbangan dapat dicapai dengan menampilkan unsur-unsur desain, seperti bentuk dan ukuran, warna, tekstur, dan sebagainya agar unsur-unsur yang ada dikomposisikan dengan serasi, sepadan, dan memberi kesan mantap serta tepat pada tempatnya. Secara garis besar, sifat keseimbangan dibagi 2 macam, yaitu:

1. Keseimbangan Nyata (*Formal Balance*)
2. Keseimbangan Tak Nyata (*Informal Balance*)

Dalam ilmu dasar desain, bentuk keseimbangan terbagi 2 macam,



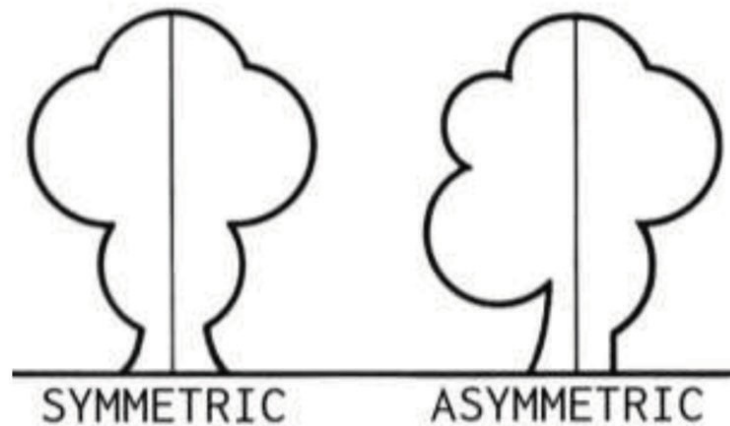
yaitu Simetris (*symmetric*) dan Asimetris (*asymmetric*).



Prinsip Dasar: Bilamana pada dua sisi terdapat benda dengan **berat** dan **jarak** yang sama terhadap sumbu khayal/maya, pada kedua belah sisi dari sumbu khayal tersebut tampak seolah-olah berbobot sama.

1. Simetris/symmetric (Berkesan Statis)

Pada umumnya, yang terjadi bersifat *formal balance*, tetapi bisa

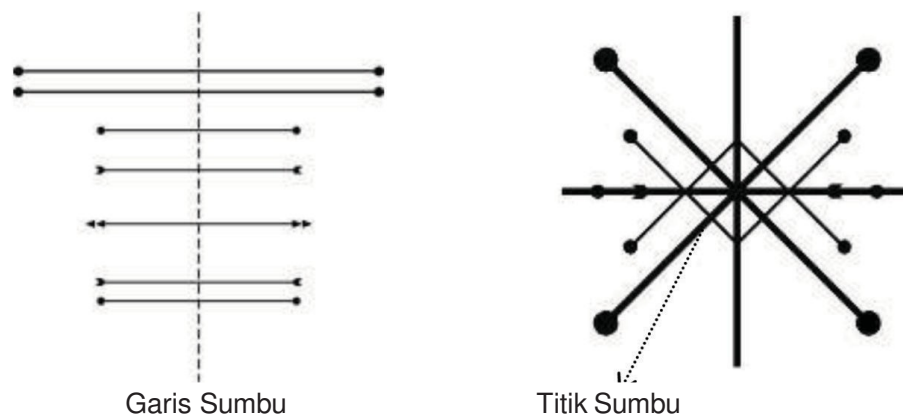


Simetri dan Asimetri. (Sumber: blog.sribu.com)

juga *informal balance*. Keseimbangan simetris terbagi dalam 2 macam, yaitu *axial balance* (berdasar garis sumbu), bentuk yang sama (posisi, letak, ukuran, warna, dan lain-lain) dalam 2 ruang (kiri-kanan, atas bawah sebagai garis sumbu), dan *radial balance* (berdasarkan titik sumbu). Keseimbangan bisa terjadi, baik secara fisik maupun secara optis. Untuk menghayatinya hanya diperlukan satu titik atau sumbu khayal, guna menentukan letak objek yang akan disusun menurut prinsip keseimbangan.

2. Asimetris/asymmetric (Berkesan Dinamis)

Memiliki sifat *informal balance*, karena bagian-bagiannya (entah itu



Ilustrasi untuk keseimbangan Axial dan Radial.



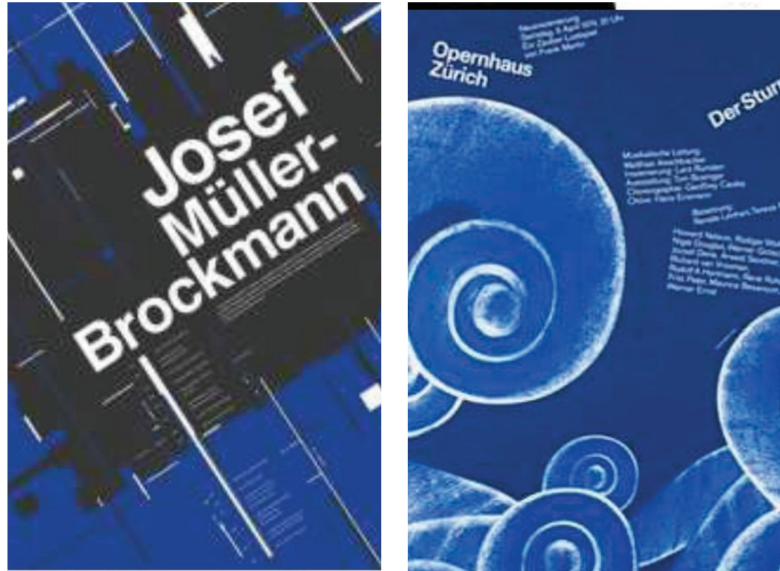
Desain dengan keseimbangan Simetri. Poster karya: Josef Müller-Brockmann

posisinya, letaknya, ukurannya, warnanya, atau lainnya) dirancang variatif untuk pencapaian kedinamisan,. namun, memiliki kesan sama berat/seimbang. Hal ini merupakan upaya menciptakan penekanan dalam sebuah tampilan visual. Penekanan ini dilakukan untuk mengurangi unsur kejenuhan visual yang tampil dari sudut visual yang simetris. Pola asimetris ini pada hakikatnya juga menyentuh upaya aplikasi *golden ratio* dalam meningkatkan unsur estetika.

C. Irama (Rhythm)/Gerakan

Merupakan upaya memvisualisasikan unsur gerak pada media



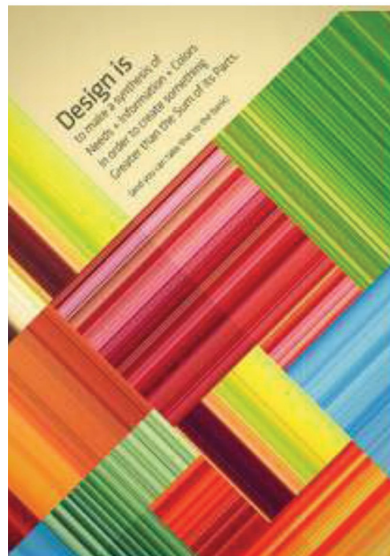


Desain dengan keseimbangan Asimetri. Poster karya: Josef Müller-Brockmann

grafis yang statis. Penampikan gerak ini dilakukan untuk mendapatkan unsur dinamis dalam menambah nuansa penekanan yang informatif. Untuk itu, unsur gerak tidak selalu ditampilkan dalam visual yang ikonik, tetapi juga permainan psikologi visual yang dapat mengarahkan mata pengamat. Secara psikologi, mata manusia akan mengarah dari unsur warna yang gelap ke terang, dan/atau dari area yang kompleks ke area yang sederhana (*simple*).

D. Perbandingan/Proporsi (Proportional)

Suatu perbandingan antara suatu unsur/materi yang satu dengan



Layout dengan irama visual. (Sumber: behance.net).

yang lain, berhubungan dengan ukuran dan bentuk bidang yang akan disusun untuk menunjukkan ukuran perbandingan bagian-bagian atau keseluruhan antara serangkaian unsur yang dikomposisikan. Perbandingan merupakan salah satu prinsip yang menentukan baik-tidaknya suatu komposisi/struktur/susunan, dan seterusnya dalam mewujudkan bentuk, bisa merupakan perbandingan ukuran, perbandingan posisi, ataupun perbandingan ruang (*space*) yang berelasi dengan satuan ukuran: panjang, lebar, dan tinggi.

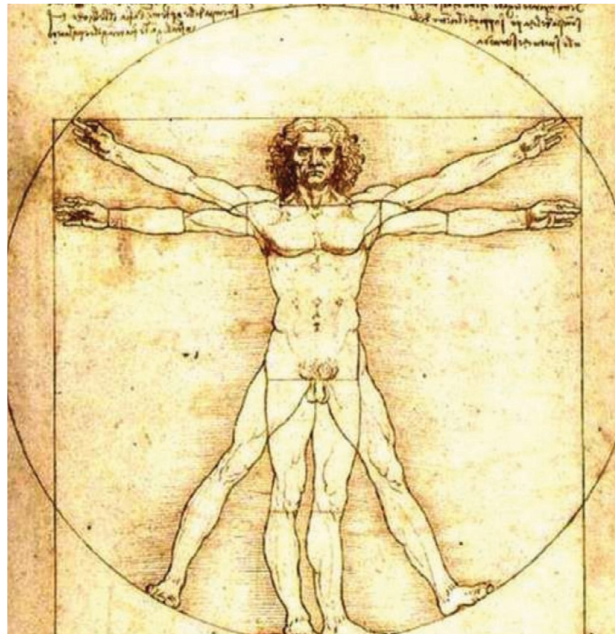
Golden ratio adalah sebuah perbandingan satuan ukuran yang banyak dipakai dalam membuat sebuah karya seni dan grafis.



*Proporsi golden ratio dalam pengambilan fotografi.
(Sumber: creativephotographer.weebly.com).*

Perbandingan ukuran ini dapat ditemukan dengan mengukur pembagian lingkaran sebuah kerang, sehingga dipakai sebagai patokan ukuran proporsi yang sempurna. Seperti halnya ilustrasi *Vitruvian Man* milik Leonardo da Vinci, didalamnya terdapat perbandingan *golden ratio* yang memperkuat asumsi kesempurnaan sebuah proporsi tubuh manusia. Saat ini perbandingan satuan ukuran yang proposional ini banyak dipakai oleh para pencipta seni, terutama yang terkait dengan pendekatan estetika manusia.

E. Kesatuan (Unity)/Total Organization/Harmony



Vitruvian Man karya Leonardo da Vinci.

Keserasian adalah prinsip desain yang diartikan sebagai keteraturan di antara unsur-unsur desain lainnya. Penggabungan elemen-elemen/ unsur-unsur desain dengan memperhatikan keseimbangan, irama, perbandingan, dan semuanya dalam suatu komposisi yang utuh agar nikmat untuk dipandang. Semua hal yang membentuk suatu rancangan harus ada hubungannya satu sama lain dengan seluruh rancangan sehingga memberi kesan menjadi satu (hubungan/ikatan antara unsur-unsur yang satu dengan yang lainnya sebagai suatu bentuk yang tak dapat dipisahkan).

F. Rangkuman



*Iklan yang mengandung unsur kesatuan.
(Sumber: Bango Indonesia).*

Proses Rancangan Desain Grafis

Proses perancangan grafis secara umum:

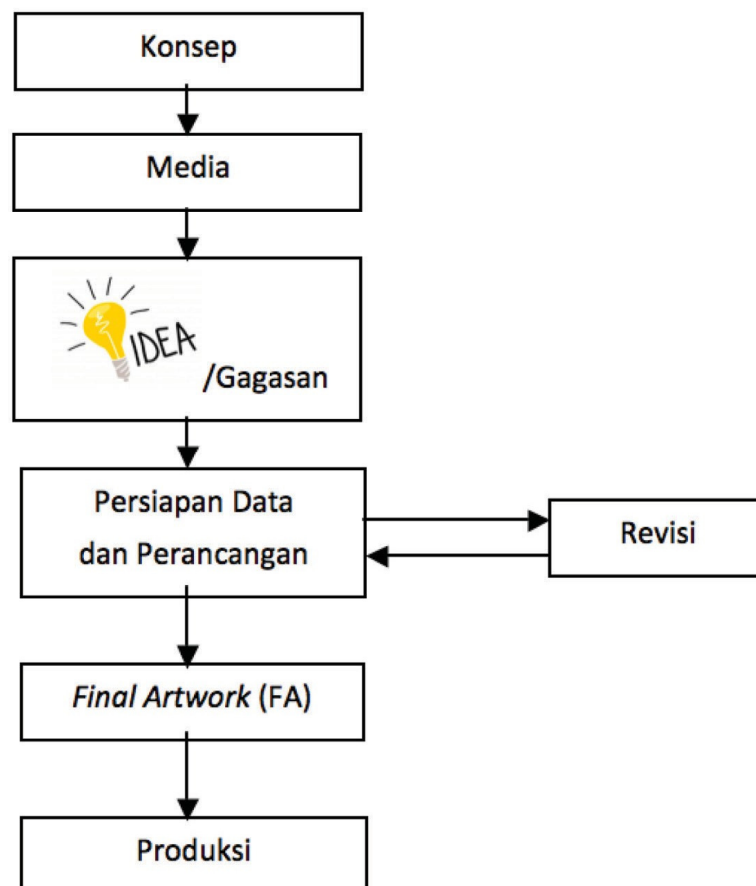


Diagram tersebut merupakan rentetan pekerjaan desainer grafis secara umum. Secara lebih detail, dijelaskan sebagai berikut.

A. Konsep

Konsep adalah hasil kerja berupa pemikiran yang menentukan tujuan, kelayakan, dan sasaran yang dituju. Konsep bisa didapatkan dari pihak nongrafis, antara lain ekonomi, politik, hukum, budaya, dan sebagainya, yang kemudian diterjemahkan ke dalam visual (bentuk, warna, tipografi, dan seterusnya).

Contoh kasus: Sebuah partai politik 'X' ingin menampilkan logonya sesuai dengan karakter partai dan anggotanya. Dengan mempelajari



Ilustrasi sebuah konsep. (Sumber: freepik.com).

kehidupan/karakter partai tersebut, seorang desainer dapat membuat konsep, seperti bersemangat, kokoh, keanekaragaman, dan berlandaskan agama.

B. Media

Untuk mencapai kriteria ke sasaran yang dituju, diperlukan studi kelayakan media yang cocok dan efektif untuk mencapai tujuannya. Media bisa berupa cetak, elektronik, luar ruangan, dan lain-lain.



Pilihan media. (Sumber: rctelevision.com).

Contoh kasus: Setelah partai 'X' dapat menentukan sasaran pasar dan kriteria yang ingin dicapai, langkah selanjutnya adalah menyampaikannya melalui media. Sangat tidak efisien apabila semua media dipakai karena selain mubazir juga menghabiskan biaya. Misalnya, sasaran partai 'X' adalah rakyat dengan ekonomi menengah ke bawah, maka media yang dipakai adalah media elektronik (televisi dan radio). Pilihan media cetak juga dipertimbangkan, misalnya surat kabar yang disukai masyarakat menengah ke bawah.

C. Ide/Gagasan

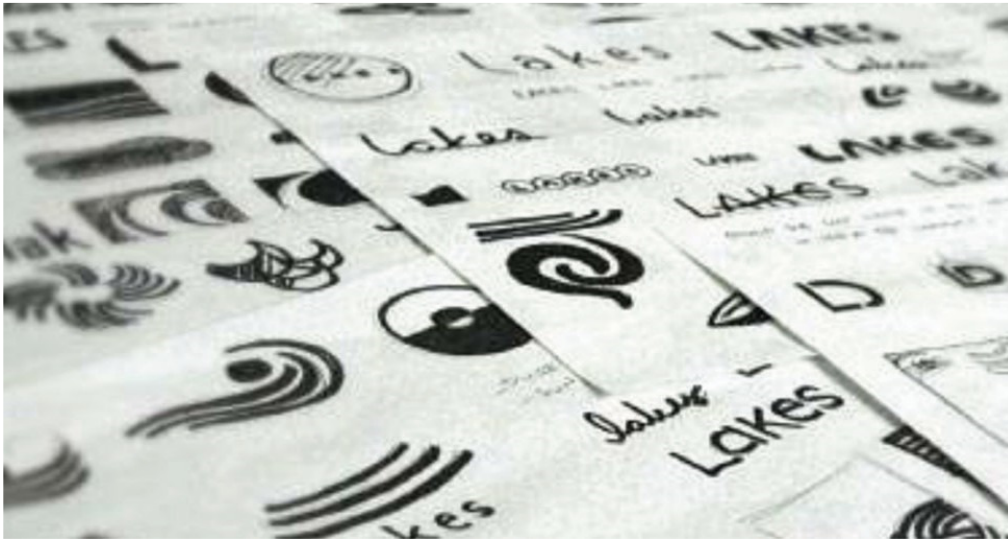
Untuk mencari ide yang kreatif diperlukan studi banding, literatur wawasan yang luas, diskusi, wawancara, dan lain-lain agar desain bisa efektif diterima sasaran dan membangkitkan kesan tertentu yang sulit dilupakan.



Ilustrasi sebuah ide. (Sumber: International Ideas Week).

D. Persiapan Data dan Perancangan

Data berupa teks atau gambar terlebih dahulu harus kita pilah dan seleksi. Apakah data itu sangat penting sehingga harus tampil atau kurang penting sehingga harus dapat ditampilkan lebih kecil, samar, atau dibuang sama sekali. Data dapat berupa data informatif atau data estetis. Data informatif bisa berupa foto atau teks dan judul. Data estetis dapat berupa bingkai *background*, efek garis-garis atau bidang. Untuk desain menggunakan komputer, data harus dalam format digital/*softcopy*. Oleh karena itu, peralatan yang diperlukan untuk mengubah data analog ke digital seperti *scanner*, dan kamera digital akan sangat membantu.



Contoh eksplorasi ide lewat sketsa. (Sumber: 1stwebdesigner.com).

Tugas desainer adalah menggabungkan data informatif dan data estetis menjadi satu kesatuan yang utuh. Tujuan desain grafis adalah untuk mengkomunikasikan karya secara visual. Oleh karena itu, jangan sampai estetika mengorbankan pesan/informasi.

E. Revisi

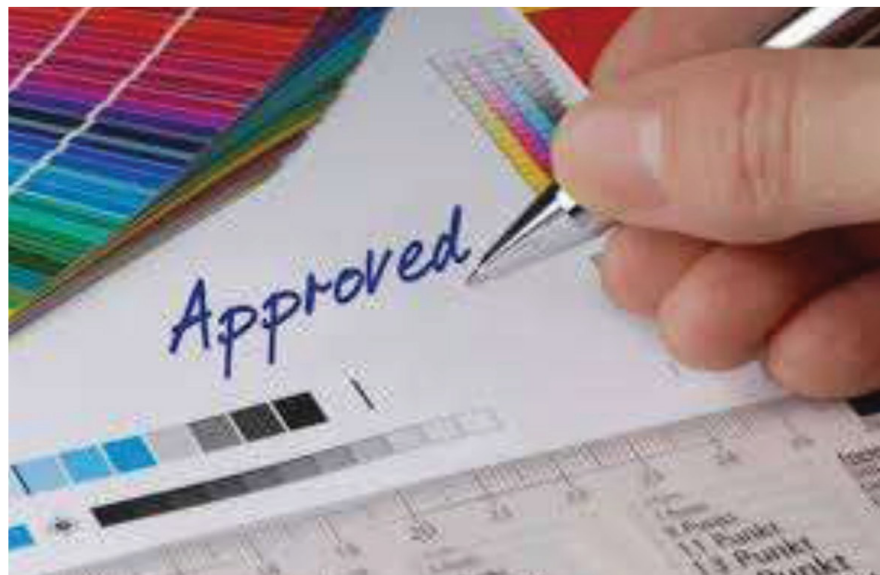
Revisi dilakukan apabila tidak adanya kesesuaian dari apa yang sudah direncanakan dan atau ada perubahan lainnya. Dalam melalui proses revisi ini, sikap dan mentalitas seorang desainer grafis sangat menentukan keberhasilan proses. Hal ini tentunya terkait dengan sejauh mana desainer dapat melihat dari sudut pandang klien terhadap permintaan solusi visual mereka.



Proses revisi sebuah logo dan penyempurnaannya. (Sumber: Logo Airwalk).

F. Final Artwork (FA)

Final Artwork (FA) adalah materi *final design* yang sudah **approved** (disetujui) oleh klien untuk dilanjutkan ke bagian produksi cetak. Beberapa hal yang harus diperhatikan, antara lain ukuran *artwork*, *bleed* dan *crop marks*, *font* (TTF), resolusi /dpi, mode warna, *image link*, format file (Pdf, Tiff, Jpg).



Sebuah FA yang disetujui. (Sumber: printing.org).

G. Produksi

Setelah desain selesai, sebaiknya lebih dahulu di-*proofing* (*print preview* hasil cetak mesin sebelum diperbanyak), untuk memastikan kesesuaian warna dan hasil cetak. Jika tidak ditemukan kesalahan apa pun, desain siap untuk diperbanyak/cetak.

