

TIPOGRAFI PADA MEDIA 3 DIMENSI SEBAGAI DUTA PESAN YANG EFEKTIF

Inda Ariesta

Jurusan Desain Komunikasi Visual, School of Design, BINUS University
Jln. KH. Syahdan No. 9, Palmerah, Jakarta Barat 11480
indariesta@gmail.com

ABSTRACT

Typography is now no longer considered as a science application on flat dimensions. Beyond the flat dimension, it is now often found not only in the form of dots, colors, lines, textures, Shapes and forms, but also thrived on typography users. Typography was used to deliver the message, through the formation of the language contained writings as title, subtitle, to captions on television media, but is now also used by other disciplines to deliver messages more readable than using other design elements. The purpose of this paper is to see the application of typography on the form, and how it can be delivered in addition to communicating the message letters by letters that can be strung into words, symbols, but in form. Typography was enjoyed so far for only words by words containing in newspapers, magazines, posters, flyers, brochures, etc., but now it can be enjoyed through out the media to the extent shapes, which also maximizes the delivery of messages. The character selecting skill which is adjusted in media and the message is one of new factors, because media controlling and materials are crossing disciplines of Visual Communication Design, which is in contact with the Product Design and Interior Design, which could work together to maximize the the message.

Keywords: *typography, form, communication, application, message*

ABSTRAK

Tipografi kini bukan lagi menjadi suatu ilmu aplikasi pada dimensi datar. Pada dimensi selain dimensi datar, kini sering dijumpai tidak hanya penguasaan pada elemen desain yang berupa titik, warna, garis, tekstur, Shape dan form, tetapi juga berkembang pada pengguna tipografi. Tipografi dulunya digunakan untuk menyampaikan pesan, bahasa melalui bentukan tulisan yang tertuang sebagai judul, subjudul hingga keterangan gambar pada media datar, kini juga digunakan oleh disiplin ilmu lain untuk menyampaikan pesan yang lebih terbaca dibandingkan menggunakan elemen desain lainnya. Tujuan dari penulisan ini adalah untuk dapat melihat aplikasi tipografi pada form, dan bagaimana pesan dapat disampaikan. Selain sudah mengomunikasikan huruf demi huruf yang dapat terangkai menjadi kata, simbol tetapi dalam form. Bila selama ini tipografi hanya dinikmati sebatas kata demi kata yang tertuang dalam struktur koran, majalah, poster, flyer, brosur, dan sebagainya, kini dapat dinikmati melalui di luar media sebatas shape, yang juga turut memaksimalkan penyampaian pesan. Kecakapan pemilihan karakter yang disesuaikan dengan media serta pesan juga menjadi salah satu faktor baru, dikarenakan penguasaan media dan bahan adalah melintas disiplin ilmu Desain Komunikasi Visual, yang bersentuhan dengan Desain produk dan Desain Interior, yang bisa bersinergi untuk pencapaian tersampainya suatu pesan lebih maksimal.

Kata kunci: *tipografi, form, komunikasi, aplikasi, pesan*

PENDAHULUAN

Kata ! dan KATA ! menyampaikan suatu pesan dengan ekspresi yang berbeda. Tipografi memegang peranan penting dalam penyampaian pesan yang maksimal. Sebagaimana kita mampu hanyut dalam sebuah novel yang dibuat dengan tipografi yang tepat sesuai dengan banyaknya halaman sehingga tidak melelahkan mata, juga keterkejutan kita pada sebuah *headline* pada sebuah poster. Semuanya tersusun dari huruf demi huruf, terangkai menjadi kata, menjadi kalimat. Pemilihan tipografi tepat, kini menjadi solusi salah satu kunci jiwa ekspresi kata tersebut.

Tipografi adalah salah satu cabang ilmu dalam desain grafis ditinjau dari fungsinya adalah menyampaikan pesan yang berkarakter. Seiring dengan perkembangannya, tipografi melalui kata makin kaya karakter, sehingga makin banyak pesan yang bisa disampaikan lebih jelas melalui karakter visualnya, dan dipengaruhi perkembangan media yang turut memengaruhi pemakaian tipografi ini.

Mengapa tipografi kini tidak hanya menjadi milik disiplin ilmu desain komunikasi visual? Mengapa tipografi ketika mengikuti perkembangan media, ternyata cukup mampu menyampaikan pesan lebih maksimal? Sebagaimana diketahui, awal tipografi ini adalah berakar dari ilmu desain grafis, yang awalnya dari *graphos* atau gambar. Tulisan berkembang kemudian mengalami perubahan karakter sesuai pesan yang ingin disampaikan. Kita dapat melihat pada gambar berikut.



Gambar 1 Lemari karya anthropologie (kiri) menggunakan type berkarakter stempel dan Lemari AAKKOSET (kanan) karya Kayiwa

Kolaborasi non-desain komunikasi visual dengan menggunakan tipografi pun ada tingkatannya. Ada yang masih aplikasi pada 2 dimensi, sampai aplikasi *form* berubah 3 dimensi. Tulisan ini membahas terapan tipografi secara 3 dimensi mengubah *form* menjadi media penyampai pesan yang lebih efektif dibanding aplikasi tanpa mengubah *form*.

METODE PENELITIAN

Penulisan artikel ini menggunakan metode analisis formal. Penulis mengumpulkan bahan-bahan mengenai tipografi dan terapannya pada non-disiplin ilmu desain komunikasi visual dan juga dari disiplin ilmu desain komunikasi visual melalui internet. Penulis mengumpulkan referensi *form* tipografi pada buku-buku teks dan *website*. Penulis membuat analisis efektivitas terapan tipografi form sebagai penyampai pesan yang cukup efektif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Aplikasi Tipografi

Dalam tulisan ini, masalah dibatasi dengan mengumpulkan data tipografi dalam disiplin ilmu desain komunikasi visual dan non-desain komunikasi visual. Umumnya penggunaan tipografi adalah berkenan dengan pesan yang ingin disampaikan, waktu, dan media yang dipergunakan. Pada media poster, terkait pesan yang ingin disampaikan harus tepat dengan karakter tipografinya. Lihat gambar berikut.



Gambar 2 Terapan Aplikasi pada Media Poster (kiri) dan Media Buku (kanan)

Pesan di antara kedua media di atas tersampaikan dengan baik, karena faktor kejelasannya baik, tetapi pada media buku (kanan), mampu menyampaikan pesan lebih akurat dibanding media poster (kiri). Ada konten tentang sketsa yang direpresentasikan melalui karakter huruf yang memvisualkan suatu perencanaan sebagai simbolis dari sketsa, dan tentunya akan mengarah pada sketsa yang berpola pada gambar yang berdimensi. Perhatikan gambar berikut.



Gambar 3 Aplikasi Tipografi pada Poster Anti-narkoba

Gambar 3, kembali pemilihan tipografi yang tepat, seolah membawa kita pada kenyataan sesungguhnya. Gambar ini seperti disemprot di tembok. Karakter huruf seolah menguatkan pesan-pesan pemberontakan hidup keras seperti umumnya tulisan-tulisan di pinggir jalan yang menggunakan cat semprot.

Kreativitas Aplikasi Tipografi pada Media Non-datar

Berbeda dengan element visual lainnya, tipografi tanpa karakter pun dapat menyampaikan pesan, karena huruf-huruf yang tertata dalam kata-kata sudah mampu dibaca oleh audiens. Berbeda dengan tekstur, warna, garis, cenderung diperlukan kesamaan paham bersama agar dapat mengerti pesan yang dimaksud.



Gambar 4 Tekstur Pasir

Contoh elemen visual berupa tekstur dapat menyampaikan pesan ganda seperti panas, lemah, tidak stabil dan sebagainya. Sedang tipografi, sudah mampu menyampaikan pesan dengan atau tanpa karakter visualnya.

Halo ! dan **HALO !** dan *Halo !* semuanya menyampaikan dasar pesan yang sama yaitu halo, sebuah sapaan. Akan tetapi, sentuhan karakter visual yang berbeda membuat ketiganya seolah-olah dari 3 orang yang berbeda. Berangkat dari situlah, tipografi ini dilirik oleh non-desain komunikasi visual. Kita sebut saja seperti Desain Interior, Desain Produk, *Fashion Design*, Pertamanan, disiplin ilmu ini berkolaborasi dengan karakter tipografi tepat, media tepat, material tepat, didukung desain yang tepat, membuahakan keunikan, di luar kebiasaan seperti pada gambar 1, bahkan mampu menyampaikan pesan lebih indah.

Dalam tulisan ini penulis akan memperlihatkan beberapa pesan maksimal melalui kolaborasi yang dimaksud.



Gambar 5 Gelas Alfabet untuk Anak-anak



Gambar 6 Cups ABC Karya Papermash

Begitu mudahnya pesan disampaikan, melalui karakter ABCD Cups ini. Wadah gelas kertas umum digunakan untuk keriaan atau kebersamaan bersama teman atau keluarga jauh menjadi hangat dengan kehadiran huruf-huruf ini (Gambar 6).

Karya dari Mixusstudio berikut ini cukup apik, begitu terasa personal. Wade Rimbach mengatakan bahwa cangkir ini mampu mengekspresikan individu seseorang melalui huruf yang dipilih, sesuai nama seseorang misalnya.



Gambar 7 Tattle Tale Cups karya Mixusstudio

Rak huruf (*letter stools*) (Gambar 8) begitu membuat orang-orang jatuh cinta akan huruf yang berfungsi sebagai rak maupun kursi. Warna yang memikat, bentuk yang *fun* sungguh sangat diminati oleh generasi muda energik penggemar buku. Benda ini jauh lebih mampu menyampaikan pesan ganda, yaitu *fun with your books*, menghilangkan kesan kakunya menjadi kutu buku.



Gambar 8 Rak Huruf/*letters stools* Karya artcanbreakyourheart (2009-2011)

Berbeda dengan rak buku indah dirancang oleh Eva Alessandrini dan Roberto Saporiti bertuliskan ‘READ YOUR BOOK CASE’ (Gambar 9) ini mampu menunjukkan kelas buku sang pemilik, yang elegan, *high class* dan *smart* melalui pemilihan huruf yang *slim*, *monochrome color*, serta *form* yang statis dan mapan, sangat cukup mengatakan pesan tersampaikan secara efektif.



Gambar 9 Book-Case karya Eva Alessandrini dan Roberto Saporiti

Sebuah karya juga bertugas menyampaikan sebuah pemilahan. *Industrial Designer*, Mebrure Oral dalam karyanya yang kontemporer, apik memilah, mengorganisasi benda-benda di atas rak itu untuk selanjutnya dikerjakan oleh sang pemilik. Cerdas memilah, merangsang untuk tetap rapi dan terorganisasi dan bijaksana menggunakan rak buku. Tanpa pesan “SUDAH TERBACA” dan “AKAN DIBACA” yang muncul dalam tipografi form penyekat rak.



Gambar 10 TarGetBooks Karya Mebrure Oral



Gambar 11 *Typography lamp* karya Calagary dari Palette Industry



Gambar 12 *The Dharma Loungeis* karya Palette Industry

Loungechair yang didesain oleh Palette Industry (Gambar 12) juga adalah salah satu contoh efektivitas penyampaian pesan akan yang terjadi bila menggunakan kursi ini. Secara jelas dan langsung, kursi bertuliskan “*Stand, Forget, Breathe, Acknowledge & Observe*” dengan teknik pemotongan oleh laser dengan pemilihan karakter huruf yang *simple*, sanserif, mampu mengesankan modern dan ringan. Sedangkan pada Camus floor lamp (Gambar 11), menurut penulisnya, Alber Camus, lampu adalah manifestasi dualisme sebuah kehidupan. Seperti halnya mercusuar, sinar dari lama menerobos keluar. Teks pada permukaan menjadi penjaga pada permukaannya agar sinar yang keluar terjaga dan mampu menyorot pesan pada permukaan, di samping tiporafi sebagai sarana dekorasi dan struktur. Lampu Camus mulai diperlihatkan di Colonge pada tahun 2009 pada Designpotter di IMM Jerman. Menarik sekali bagaimana, seorang Albert Camus membuat pesan yang lebih dalam, tentang hubungan internal dan eksternal (cahaya dan permukaan) sebagai suatu hubungan denotatif dan konotatif yang saling terkait. Pesannya bukan lagi kita melihat sekadar lampu.

Pada Gambar 13, diusung sebuah konsep segar dalam dunia desain interior. Modul meja yang terangkai dari huruf A-Z, huruf kecil dan huruf besar serta angka 0-9. Modul meja ini memungkinkan kita mengeksplorasi pesan, dengan menyusun katanya. Disusun secara tegas atau meliuk tergantung pesan yang ingin disampaikan, dan hal ini membuat suasana yang tumbuh dan berkembang serta hidup secara menggembirakan.



Gambar 13 *Font Table* karya Alessandro Canepa & Andrea Paulicelli

Pada perkembangan desain busana atau Fashion Design, penggunaan tipografi pun mulai kerap digunakan. Bagaimana karakter tipografi pada huruf-hurufnya mampu mengilhami bentuk-bentuk busana maupun aksesorisnya secara segar. Siapa sangka, jika baju kita bisa disusupkan pesan berdimensi, anting yang digunakan juga meyentilkan pesan langsung, syal dan lain sebagainya. Bisa kita lihat dari koleksi busana-busana di bawah ini yang turut mengusung pesan melalui kolaborasi dengan tipografi ini.



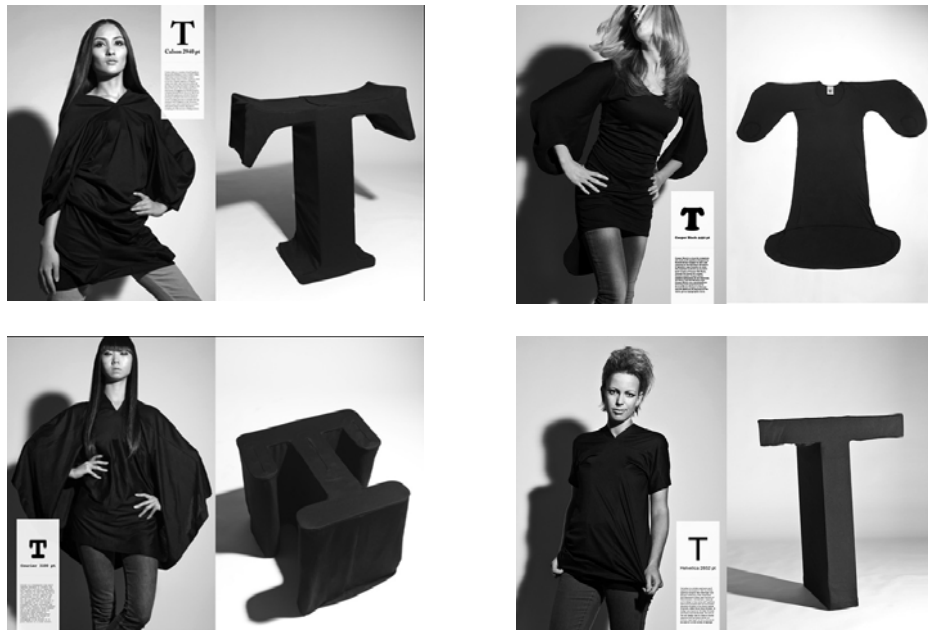
Gambar 14 *Font Fashion* karya Viktor dan Rolf

Musim gugur 2008, Viktor dan Rolf membuat suatu tren yang menyuarakan pesan katakan “TIDAK” di semua tingkatan. Dengan fashion yang sepenuhnya hitam, dan tampak secara harafiah menyampaikan pesan TIDAK, atau MIMPI.



Gambar 15 *Font Scarf* karya core 77

Siapa sangka, tipografi melanda *fashion* hingga pada syal atau scarf, terbuat dari serat mikro suede dengan teknik laser sangat pas saat musim panas. Perhatikan Gambar 16.



Gambar 16 “T” beauty dress untuk casual fashion Caslon 2940 pt, Cooperblack 2300pt, Courier 3100 pt, dan helvetica2652 pt karya Masahi Kawamura

Musim Gugur, Masahi Kawamura merancang 5 potong busana dengan konsep 5 tipografi klasik (Caslon, helvetica, courier, Cooperblack dan Baskerville). Awalnya dibuat hanya dari T-Shirt sederhana yang dikembangkan sesuai kepribadian masing-masing tipografi klasik terpilih. Di sini dijelaskan oleh Kawamura bahwa karakter pengalaman manusia, bentuk tubuh, dan lain-lain adalah saling terkait. Koleksi ini sangat mengedepankan konsep karakter huruf. Serif yang tergantung pada Baskerville, Helvetiva pada *V-neck*-nya, Caslon mengantung kurir, Cooper Bold yang melekat ditubuh dengan serif *loopy* yaitu gelembung membesar. Apakah anda termasuk tipe klasik yang dibuat oleh Kawamura ini? Tentulah koleksi kali ini juga melengokkan pesan karakter kepribadian anda.

Kelemahan dan Kelebihan

Tipografi, sekali lagi layak diperhitungkan sebagai salah satu element dalam mendesain, selain langsung merepresentasikan pesan yang dimaksud, juga memiliki ribuan karakter yang dapat disesuaikan dengan konsep, material untuk memaksimalkan suatu pesan. Kreatifitas disini kembali selalu menjadi tantangan untuk terus digarap dan dikembangkan, dikarenakan huruf demi huruf memiliki rupa dan struktur yang tertentu, semisal huruf A akan selalu memiliki ruang di sisi atas puncak huruf, seperti kebalikannya huruf V. Di atas kertas, hal tersebut dapat disiasati dengan pengaturan *kerning* (jarak antara huruf) dan *leading* (jarang antara spasi baris atas dan baris bawah kata).

Dalam 3 dimensi, tentunya menjadi tantangan yang dapat menimbulkan hasil yang menyulitkan atau bahkan menjadi unik sama sekali. Beberapa karya dekade ini sudah mampu menulari para desainer produk, desainer interior, desainer *fashion* yang membuat nilai baru pada karya-karyanya.



Gambar 17 Beberapa Contoh Karya Tipografi 3 Dimensi

SIMPULAN

Tipografi adalah duta pesan yang sangat terbaca. Apapun kondisi yang ditambahkan kepadanya makin memperjelas pesan yang ingin disampaikan melalui kata-kata. Pada Desain komunikasi visual, tipografi adalah bagian elemen dalam pembentuk visualnya sebagai salah satu penyuar komunikasi secara visual.

Merambah pada disiplin ilmu lainnya, tipografi menjadi pemaksimalan penyampaian pesan pengetahuan akan material pada desain produk industri, maupun secara ruang pada desain interior. Kolaborasi ini sangat cantik. Suatu saat kita akan bertemu sebuah kursi ruang tunggu yang begitu menyapa hangat, atau ruangan penuh pesan optimis dengan volume di segala sudut pada rumah sakit, misalnya.

**TYPOGRAPHY
IS THE
AGENT
OF THE
WRITTEN
LANGUAGE**

Gambar 18 Tipografi: Pemaksimalan Penyampaian Pesan

DAFTAR PUSTAKA

<http://artcanbreakyourheart.de/>

<http://www.1300k.com>

<http://www.anthropologie.com>

http://www.core77.com/blog/object_culture/laser_cut_scarfs_for_creative_types_10217

<http://www.getaddictedto.com/read-your-book-case/>

http://www.outdoorzgallery.com/aa_font

<http://www.papermash.co.uk/collections/bake/products/abc-paper-cups>

<http://www.sensationalcolor.com/liveinfullcolor/the-art-of-victor-rolf/>

<http://www.sodapopgirl.net/letters/typograhifurniture/>