

Membaca Tanda dan Makna dalam Desain Komunikasi Visual

Dr. Sumbo Tinarbuko, M.Sn

Pemerhati Budaya Visual dan Dosen Desain Komunikasi Visual FSR ISI Yogyakarta

BAB I PENDAHULUAN

Karena desain komunikasi visual mengemban tugas menyampaikan pesan verbal dan pesan visual, maka keberadaannya senantiasa dikemas seartistik mungkin. Hal itu dilakukan agar membangkitkan rasa tertarik pada pribadi target sasaran. Dampaknya, dapat menimbulkan stimulus untuk memberikan keputusan akhir. Untuk itu, pesan verbal dan pesan visual yang ditampilkan desain komunikasi visual dinyatakan dalam bahasa sederhana dan komunikatif. Semuanya penting agar pesan tersebut mudah dimengerti oleh komunikan tanpa ada kesalahan interpretasi makna atas pesan tersebut.

Oleh karena itu, agar pesan verbal dan pesan visual desain komunikasi visual mampu menarik perhatian calon konsumen atau pun pembeli loyal, maka desain komunikasi visual harus menawarkan eksklusivisme dan keistimewaan. Semuanya itu dilakukan untuk memberikan perujukan pada suatu merek demi menemukan jatidiri produk barang atau jasa yang akan dikomunikasikan.

Ketika desain komunikasi visual menjadi bagian dari produk kebudayaan massa, maka ia mengemban tugas khusus. Tugasnya, bagaimana upaya desain komunikasi visual agar berfungsi sebagai penanda visual atas eksistensi kebudayaan bangsa Indonesia dalam konteks peradaban modern.

Ciri karya desain komunikasi visual yang mampu menjadi penanda visual atas eksistensi kebudayaan bagi bangsa Indonesia: *pertama*, desain komunikasi visual mampu tampil secara atraktif, komunikatif, efektif, persuasif, dan kontekstual. *Kedua*, desain komunikasi visual harus dapat mencerdaskan masyarakat terkait dengan pesan disampaikannya. *Ketiga*, keberadaannya dapat diterima masyarakat luas. *Keempat*, mengikuti perilaku adat istiadat yang berlaku, menjunjung tinggi moralitas dan spiritualitas, serta mengedepankan kearifan budaya lokal.

1# Tentang Semiotika dan Desain Komunikasi Visual

Membincangkan tanda dan makna bagi prosuden pencipta tanda dan pengkaji tanda desain komunikasi visual, tentu membutuhkan ilmu tanda sebagai salah satu sandarannya. Ilmu tanda tersebut adalah semiotika. Menurut Winfried Nort (1995:13) dalam bukunya berjudul *Handbook of Semiotics*, "... para filsuf dan ahli linguistik menggunakan istilah semiotik untuk menandai teori umum tentang tanda."

Semiotika berasal dari kata Yunani: *semeion*. Diartikan sebagai tanda. Semiotika menurut Kamus Linguistik adalah ilmu yang mempelajari lambang-lambang dan tanda-tanda (Kridalaksana, 1993:195). Dengan demikian, semiotika adalah studi tentang tanda dan cara tanda-tanda itu bekerja. Dalam konteks ini, pokok perhatiannya adalah membahas masalah tanda.

Singkat cerita, semiotika adalah ilmu yang mempelajari tentang tanda. Berfungsinya tanda, dan produksi makna. Tanda adalah sesuatu yang bagi seseorang berarti sesuatu yang lain. Hal itu selaras dengan pandangan Aart van Zoest, yang dituliskan dalam bukunya berjudul: *Semiotika Tentang Tanda, Cara Kerjanya dan Apa yang Kita Lakukan Dengannya*. "Segala sesuatu yang dapat diamati atau dibuat

teramati dapat disebut tanda.” Karena itu, lanjutnya, tanda tidaklah terbatas pada benda. Adanya peristiwa, tidak adanya peristiwa, struktur yang ditemukan dalam sesuatu, suatu kebiasaan, semua ini dapat disebut tanda. Zoest memberi contoh. Di antaranya: sebuah bendera kecil, sebuah isyarat tangan, sebuah kata, suatu keheningan, suatu kebiasaan makan, sebuah gejala mode, suatu gerak syaraf, peristiwa memerahnya wajah, suatu kesukaan tertentu, letak bintang tertentu, suatu sikap, setangkai bunga, rambut uban, sikap diam membisu, gagap, berbicara cepat, berjalan sempoyongan, menatap, api, putih, bentuk, bersudut tajam, kecepatan, kesabaran, kegilaan, kekhawatiran, kelengahan, semuanya itu dianggap sebagai tanda (Zoest, 1993:18).

Sementara itu menurut Yasraf Amir Piliang (2009), seperti ditulis dalam artikelnya berjudul “Membaca Tanda, Memahami Komunikasi” semiotika mengajarkan tentang ‘makna jamak’ (*polysemy*) sebagai prinsip dasar dari semiotika. Bagi Guru Besar Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Teknologi Bandung, semiotika tidak dibangun oleh ‘kebenaran tunggal’. Prinsip dasar ini juga berlaku untuk definisi ilmu semiotika itu sendiri. “Berkaitan dengan doktrin tanda (*doctrine of sign*), misalnya, di dalam semiotika tidak hanya berkembang satu doktrin tanda yang tunggal, melainkan berbagai doktrin tanda, yang satu sama lainnya bisa sangat berbeda bahkan bertentangan, akan tetapi, tetap diakui sebagai doktrin tanda di dalam komunitas semiotika. Doktrin tanda dari deSaussure, Peirce dan Hjemslev adalah doktrin yang tidak sama, dan pembacaan terhadap doktrin tanda mereka juga beragam.”

Yasraf selanjutnya memberikan contoh kasus. Tidak hanya ada beragam ‘pembacaan’ terhadap semiotika struktural deSaussure, tetapi pembacaan-pembacaan itu malah saling bertentangan satu sama lainnya. Misalnya, beberapa pemikir, seperti Jacques Derrida, melihat semiotika struktural deSaussure sebagai semiotika yang statis, logosentris dan tertutup. Ia kemudian membandingkan dengan beberapa pemikir lain, seperti Paul J. Thibault melalui ‘pembacaan ulang’ yang dilakukannya terhadap doktrin tanda deSaussure.

Dari kacamata Yasraf Amir Piliang, Thibault melihat semiotika deSaussure sebagai semiotika yang dinamis, kontekstual dan terbuka. Pembacaan Thibault ini jelas bertentangan dengan pembacaan Derrida. Tetapi bagi Thibault maupun para pemikir semiotika lainnya, tidak pernah ada yang ‘mengharamkan’ untuk membaca buku Derrida. Karena mereka sangat menyadari pentingnya pluralitas interpretasi dalam semiotika. “Seperti inilah cermin dari kedewasaan intelektual,” ujar Yasraf.

Ditegaskan Yasraf Amir Piliang, semiotika adalah sebuah ranah keilmuan yang jauh lebih ‘dinamis’. Ia ‘lentur’ dan ‘terbuka’ bagi berbagai bentuk pembacaan dan interpretasi, bukan sebuah ‘benteng kebenaran’, yang di luar benteng itu semuanya adalah ‘musuh kebenaran’. Semiotika pada kenyataannya adalah ilmu yang terbuka bagi berbagai interpretasi. “Kita tahu bahwa logika ‘interpretasi’ bukanlah logika matematika, yang hanya mengenal kategori ‘benar’ atau ‘salah’. Logika semiotika adalah logika di mana interpretasi tidak diukur berdasarkan salah atau benarnya, melainkan derajat kelogisannya: interpretasi yang satu lebih masuk akal dari yang lainnya,” tandasnya.

2# Tentang Semiotika Komunikasi Visual

Semiotika dan Desain Komunikasi Visual sejatinya bagaikan dua sisi mata uang yang tidak bisa dipisahkan antara yang satu dengan lainnya. Mengapa demikian? Karena menurut fitrahnya, semiotika adalah ilmu tanda yang berfungsi menjangkau makna atas segala sesuatu yang berkaitan dengan aktivitas kehidupan manusia sehari-hari. Sedangkan desain komunikasi visual adalah produsen pencipta tanda yang menghasilkan jutaan makna yang di dalam kesehariannya diabdikan untuk memecahkan masalah komunikasi visual atas segala aktivitas kehidupan manusia di jagad raya ini.

Perkawinan silang antara semiotika dengan desain komunikasi visual melahirkan anak biologis bernama semiotika komunikasi visual. Dipopulerkan dengan sebutan semiotika komunikasi visual. Lahirnya semiotika komunikasi visual merupakan sudut pandang baru atas keberadaan ilmu semiotika. Semiotika komunikasi visual dihadirkan untuk menginterpretasikan serta memahami makna pesan verbal dan pesan visual yang terkandung dalam karya desain komunikasi visual.

Artinya, semiotika komunikasi visual secara khusus menyediakan diri bagi siapa pun yang tergerak dan bergerak dalam ranah pengkajian maupun penciptaan karya desain komunikasi visual. Semiotika komunikasi visual membaktikan dirinya sebagai salah satu metode pengkajian desain komunikasi visual dan metode penciptaan desain komunikasi visual. Ia sesungguhnya memiliki peran sebagai pengkaji karya desain komunikasi visual dan tugas mulia sebagai produsen pencipta karya desain komunikasi visual. Sang kreator yang piawai mengkreasikan berjuta tanda penuh warna. Sementara itu, dalam konteks pengkaji desain komunikasi visual, jutaan tanda penuh warna tersebut dianalisis sedemikian rupa, hingga muncul makna pesan yang mampu membawa berkah, kabar gembira, serta warta damai bagi kemaslahatan dan kebaikan seluruh umat manusia.

Bagi produsen pencipta tanda akan lebih kreatif dalam menciptakan tanda verbal dan tanda visual serta pesan verbal dan pesan visual. Hal itu perlu dilakukan karena semiotika komunikasi visual dapat digunakan sebagai tongkat pengungkit saat berjalannya proses penciptaan tanda verbal dan tanda visual serta pesan visual dan pesan verbal. Dengan demikian, desainer komunikasi visual yang dalam kerja profesionalnya adalah seorang produsen pencipta tanda perlu memperluas wawasan dan menambah pengetahuan mengenai pentingnya semiotika komunikasi visual dalam proses perancangan dan penciptaan karya desain komunikasi visual.

Semiotika komunikasi visual dapat juga dijadikan bahan bacaan untuk memperluas imajinasi kreatif. Keberadaannya mampu memperkuat, wawasan, dan pengetahuan proses penciptaan tanda verbal dan tanda visual. Terpenting, dengan mempelajari dan menerapkan semiotika komunikasi visual, maka para produsen pencipta tanda, saat menciptakan karya desain komunikasi visual tidak akan menjadi sampah visual yang hasil karyanya ditebarkan di ruang publik.

Sedangkan bagi pengkaji desain komunikasi visual, dengan bantuan semiotika komunikasi visual, diharapkan dapat mengidentifikasi secara detail tanda visual dan tanda verbal yang ada di dalam karya desain komunikasi visual. Pengkaji desain komunikasi visual mampu melihat serta mendeskripsikan interaksi tanda verbal dan tanda visual yang menjadi elemen dasar pembentukan pesan verbal dan pesan visual. Terpenting, pengkaji desain komunikasi visual lewat semiotika komunikasi visual dapat menemukan dan memahami makna konotasi yang tersimpan di dalam karya desain komunikasi visual tersebut.

Semiotika komunikasi visual dihadirkan untuk menginterpretasikan makna pesan verbal dan pesan visual yang terkandung dalam karya desain komunikasi visual. Atas tawaran semiotika komunikasi visual sebagai sudut pandang baru atas ilmu semiotika, Prof. Dr. Yasraf Amir Piliang mendukung sepenuh hati.

Dikatakan Guru Besar Fakultas Seni Rupa dan Desain ITB ini, Semiotika Komunikasi Visual yang ditawarkan Sumbo Tinarbuko adalah upaya memberikan sebuah interpretasi terhadap keilmuan semiotika itu sendiri. "Semiotika sebagai sebuah metoda pembacaan karya komunikasi visual. Sebagai sebuah upaya interpretasi, Sumbo Tinarbuko sedang menawarkan sebuah 'kebenaran' tentang semiotika komunikasi visual, di samping 'kebenaran-kebenaran lain' (*the other of truth*), yang

ditawarkan oleh para penulis lain, dengan argumen, nalar dan sistematika yang dikembangkannya masing-masing,” ujar Yasraf Amir Piliang.

Apa yang ditawarkan penggagas semiotika komunikasi visual ini, bagi Yasraf adalah sebuah ‘kebenaran relatif’ di hadapan kebenaran lainnya. Bukan kebenaran tunggal. Interpretasi dan kebenaran itu diharapkan dapat memperkaya khasanah pengetahuan tentang semiotika itu sendiri, dengan menyediakan sebuah ruang pemahaman tanda yang lebih terbuka dan dinamis.

Dijelaskan Yasraf, dilihat dari sudut pandang semiotika, desain komunikasi visual adalah sebuah ‘sistem semiotika’ khusus, dengan perbendaharaan tanda (*vocabulary*) dan sintaks (*syntagm*) yang khas, yang berbeda misalnya dari sistem semiotika seni. Di dalam sistem semiotika komunikasi visual melekat fungsi ‘komunikasi’, yaitu fungsi tanda dalam menyampaikan pesan (*message*) dari sebuah pengirim pesan (*sender*) kepada para penerima (*receiver*) tanda berdasarkan aturan atau kode-kode tertentu. Fungsi komunikasi mengharuskan ada relasi (satu atau dua arah) antara pengirim dan penerima pesan, yang dimediasi oleh media tertentu.

Diakui Yasraf, meskipun fungsi utamanya adalah fungsi komunikasi, tetapi bentuk-bentuk komunikasi visual juga mempunyai fungsi signifikasi (*signification*), yaitu fungsi dalam menyampaikan sebuah konsep, isi atau makna. “Ini berbeda dengan bidang lain, seperti seni rupa (khususnya seni rupa modern) yang tidak mempunyai fungsi khusus komunikasi seperti itu, akan tetapi ia memiliki fungsi signifikasi. Fungsi signifikasi adalah fungsi di mana penanda (*signifier*) yang bersifat konkrit dimuati dengan konsep-konsep abstrak, atau makna, yang secara umum disebut petanda (*signified*). Dapat dikatakan di sini, bahwa meskipun semua muatan komunikasi dari bentuk-bentuk komunikasi visual ditiadakan, ia sebenarnya masih mempunyai muatan signifikasi, yaitu muatan makna,” kata Yasraf Amir Piliang.

Lebih lanjut, Yasraf Amir Piliang menulis testimoni terkait dengan semiotika komunikasi visual sebagai salah satu metode analisis tanda dan makna karya desain komunikasi visual.

Ditulisannya, meskipun obyek utama dari komunikasi visual adalah elemen-elemen komunikasi yang bersifat ‘visual’, yaitu garis, bidang, ruang, warna, bentuk dan tekstur, akan tetapi pada perkembangannya, desain komunikasi visual juga melibatkan elemen-elemen non-visual, seperti tulisan, bunyi atau bahasa verbal. Elemen-elemen yang berperan di dalam berbagai bentuk komunikasi visual mutakhir, khususnya dalam media komunikasi elektronik, adalah kombinasi antara elemen-elemen visual, suara, bunyi dan tulisan (*text*).