



UNIVERSITAS INDONESIA

**MAKNA KONSTRUKTIVISME DALAM SENI GRAFIS PADA
POSTER IKLAN PRODUK DI RUSIA PERIODE *NEW
ECONOMY POLICY*
1923 - 1929**

SKRIPSI

**PISCESIA DWI RATIH
0806357335**

**FAKULTAS ILMU PENGETAHUAN BUDAYA
PROGRAM STUDI RUSIA
DEPOK
JULI 2012**



UNIVERSITAS INDONESIA

**MAKNA KONSTRUKTIVISME DALAM SENI GRAFIS PADA
POSTER IKLAN PRODUK DI RUSIA PERIODE *NEW
ECONOMY POLICY*
1923 - 1929**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Humaniora**

**PISCESIA DWI RATIH
0806357335**

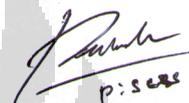
**FAKULTAS ILMU PENGETAHUAN BUDAYA
PROGRAM STUDI RUSIA
DEPOK
JULI 2012**

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sebenarnya menyatakan bahwa skripsi ini saya susun tanpa tindakan plagiarisme sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Indonesia.

Jika di kemudian hari ternyata saya melakukan tindakan Plagiarisme, saya akan bertanggung jawab sepenuhnya dan menerima sanksi yang dijatuhkan oleh Universitas Indonesia kepada saya.

Depok,



Piscesia Dwi Ratih
p: s e e e

Piscesia Dwi Ratih

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Pisceia Dwi Ratih

NPM : 0806357335

Tanda Tangan : 

Tanggal : 22 Juni 2012

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh :
nama : Piscesia Dwi Ratih
NPM : 0806357335
Program Studi : Rusia
judul : Makna Konstruktivisme Dalam Seni Grafis Pada
Poster Iklan Produk di Rusia Periode *New Economy*
Policy 1923 - 1929

ini telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Humaniora pada Program Studi Rusia, Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Universitas Indonesia.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Zeffry Alkatiri

Pembaca : Ahmad Fahrudji, M.A

Ketua Sidang : Mina Elfira, Ph.D

Ditetapkan di : Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Depok
Tanggal : 16 Juli 2012

Oleh

Dekan
Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya
Universitas Indonesia

Dr. Bambang Wibawarta
NIP 196510231990031002

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Humaniora Jurusan Program Studi Rusia pada Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya Universitas Indonesia. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

- (1) Bapak Dr. Zeffry Alkatiri, selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini;
- (2) seluruh dosen program studi Rusia: Ibu Prof. Dr. N. Jenny MT Hardjatno, Bapak Banggas Limbong, M.Hum, Ibu Dr. Thera Widyastuti, Ibu Mina Elfira, Ph.D, Bapak Fadli Zon, M.Sc., Bapak Ahmad Fahrurudji, M.A, Ibu Nia Kurnia Sofiah, M.App.Ling, Bapak Ahmad Sujai, M.A, Ibu Sari Endahwarni, M.A, Ibu Olga Portnyagina, M.A, Ibu Sari Gumilang, M.Hum, Bapak Reynaldo de Archellie, S.Hum, Bapak Hendra Kaprisma, S.Hum, dan Bapak Abuzhar Roushanfikri, S.Hum. Terima kasih atas ilmu, dukungan, nasehat, kritik serta saran yang telah diberikan selama 4 tahun saya menuntut ilmu di Program Studi Rusia Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya Universitas Indonesia. Kemudian kepada Bapak Mohammad Nasier Latief, M.A., pembimbing akademik saya yang telah membimbing saya selama saya menuntut ilmu di program studi Rusia. Terima kasih banyak atas bimbingannya selama ini.
- (3) orang tua saya Bapak Drs. Bambang Dwi Raharjo dan Ibu Dra. Suratini dan kakak saya Arie Fitria Rahayu yang telah memberikan dukungan moriil dan materiil. Kemudian Priya Luhur Setiawan yang telah menemani saya dengan sabar. Terima kasih atas segala pengertiannya selama ini;
- (4) sahabat-sahabat Shahida Ismail Datu Maki, Asep Trisusanto, Anggiyandra Rahmadanti, Andhini Fath, Nur Romdhon Asshidiq, Soraya Begum, Riani

Ayuningtyas, Yulia Kristiningrum, Raisa Resmithasari, Iyus Yusuf, Mutiara Meridhita, Fahna Nursantika, Pelangi, Awalina Zulfah, Faiqoh, yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas keikhlasan dan kesabaran kalian dalam menghadapi saya; dan

- (5) teman-teman BEM FIB 2010, terutama divisi IT & Media 2010, lalu untuk teman-teman di Jurnal UI Untuk Bangsa 2010 dan Majalah Ekspresi FIB 2008. Terima kasih atas setahun kebersamaan kita. Saya belajar banyak dari kalian, khususnya tentang desain grafis. Untuk Muhammad Reza Ramadhani dan Tika Sylvia Utami, terima kasih telah membimbing saya selama di organisasi. Kalian dua orang pertama yang melibatkan saya ke dalam organisasi yang sebenarnya untuk pertama kalinya. Lalu untuk Dimas Muharram, terima kasih untuk telah menjadi orang yang inspiratif bagi saya;
- (6) teman-teman Rusia angkatan 2008, para senior, dan para junior, serta IKASSLAV yang telah bersedia singgah dalam kehidupan saya dengan canda dan tawa mereka. Terima kasih atas tahun-tahun kebersamaan kita selama ini; dan
- (7) kepada Ashe, Dion, Kezi, Yuga, Saka, Kana, Alva, Jicky, Gara, dan Papia. Terima kasih. Kalian adalah awal dari mimpi-mimpi saya. Saya masih hidup tanpa sepi sampai saat ini berkat kalian. Lalu kepada Nut dan Ryby, terima kasih telah menjadi *alter ego* yang baik.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Depok, 22 Juni 2012

Penulis

**HALAMAN PERNYATAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Piscesia Dwi Ratih
NPM : 0806357335
Program Studi : Rusia
Fakultas : Ilmu Pengetahuan Budaya
Jenis karya : Skripsi

demikian demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas skripsi saya yang berjudul :

Makna Konstruktivisme Dalam Seni Grafis Pada Poster Iklan Produk di Rusia Periode *New Economy Policy* 1923 - 1929

.....
beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok

Pada tanggal : 22 Juni 2012

Yang menyatakan



(.....)

ABSTRAK

Nama : Piscecia Dwi Ratih
Program Studi : Rusia
Judul : Makna Konstruktivisme Dalam Seni Grafis Pada Poster Iklan Produk di Rusia Periode New Economy Policy 1923 - 1929

Skripsi ini membahas tentang makna Konstruktivisme dalam ciri dan bentuk yang terdapat dalam poster iklan produk yang beredar pada periode *New Economy Policy* 1923-1929. Penulis menggunakan teori semiotik dan metode penelitian dekriptif analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam poster-poster dengan gerakan seni Konstruktivisme yang beredar pada periode *New Economy Policy* masih terdapat pengaruh Suprematisme dan Futurisme dengan konsentrasi bukan lagi semata-mata untuk seni melainkan suatu karya yang dapat berkontribusi dalam pembangunan kemajuan negara dan dapat digunakan sebagai alat propaganda pemerintah.

Kata kunci:

Konstruktivisme, poster, Rusia, seni, desain grafis, *New Economy Policy*, semiotika

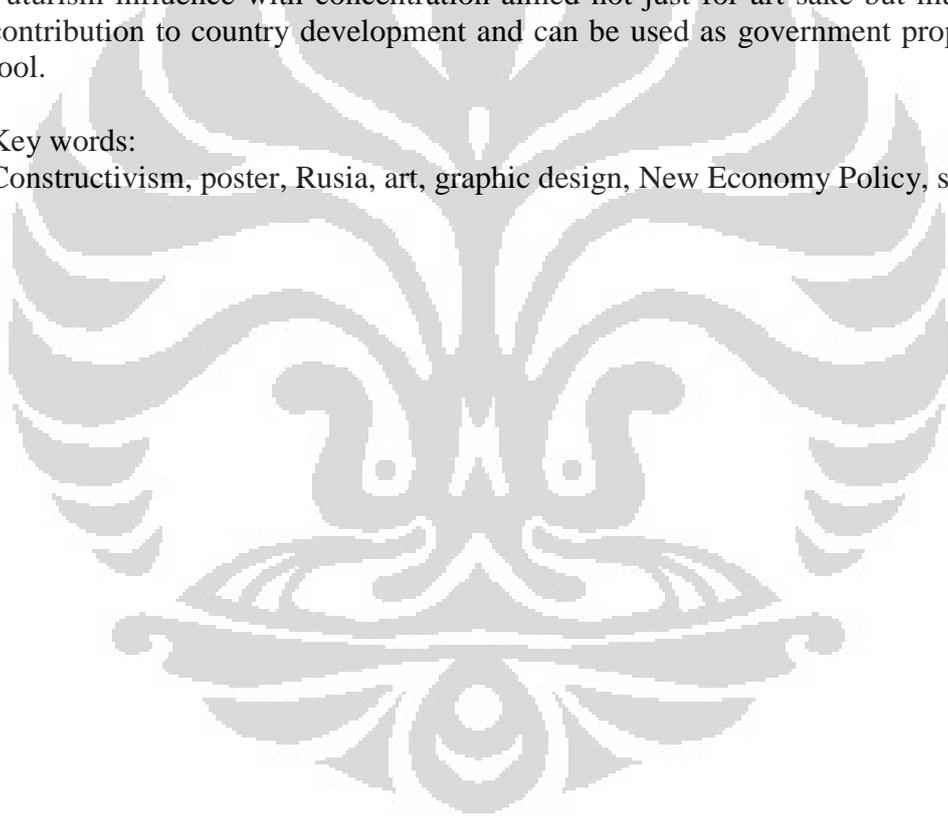
ABSTRACT

Name : Piscesia Dwi Ratih
Study Program : Russia
Title : The Meaning of Constructivism in Graphic Art of Product Advertisement Posters in Russia in New Economy Policy Period 1923-1929.

The focus of this study discusses about the characteristic and form of Constructivism contained in posters of product advertisement that circulated in New Economy Policy period 1923-1929. The author uses semiotic theory and research method analysis descriptive. The results showed that the posters with Constructivism art that circulated in New Economy Policy got Suprematism and Futurism influence with concentration aimed not just for art sake but must have contribution to country development and can be used as government propaganda tool.

Key words:

Constructivism, poster, Rusia, art, graphic design, New Economy Policy, semiotic



DAFTAR ISI

| | |
|---|-----------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME | ii |
| HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS | iii |
| LEMBAR PENGESAHAN | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH | vii |
| ABSTRAK | viii |
| ABSTRACT | ix |
| DAFTAR ISI | x |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| I. PENDAHULUAN | 1 |
| I.1 Latar Belakang | 1 |
| I.2 Permasalahan | 5 |
| I.3 Tujuan Penelitian | 5 |
| I.4 Landasan Teori | 5 |
| I.5 Metode Penelitian | 7 |
| I.6 Sumber Data | 7 |
| I.7 Tinjauan Pustaka | 7 |
| I.8 Sistematika Penulisan | 10 |
| I.9 Sistem Alih Aksara Bahasa Rusia Modern | 11 |
| II. KONSTRUKTIVISME, POSTER IKLAN, DAN NEW ECONOMY POLICY DI RUSIA | 13 |
| II.1 Gerakan Seni Konstruktivisme | 13 |
| II.2 Perkembangan Poster di Rusia | 18 |
| II.3 <i>New Economy Policy sebagai “The Roaring Twenties” di Rusia</i> | 19 |
| II.4 Konstruktivisme, Poster Iklan Produk, dan <i>New Economy Policy</i> di Rusia | 22 |
| III. MEMBACA MAKNA DALAM KARYA SENI VISUAL | 26 |
| III.1 Bidang Semiotik Dasar | 27 |
| III.1.1 Simbol | 29 |
| III.1.2 Warna | 30 |
| III.1.2.1 Teori Warna | 31 |
| III.1.2.1.1 Roda Warna | 31 |
| III.1.2.1.2 Harmoni Dalam Warna | 32 |
| III.1.2.1.3 Konteks Penggunaan Warna | 32 |
| III.2 Bidang Gambar | 35 |
| III.3 Kontekstual | 35 |
| III.4 Evaluasi | 35 |

| | |
|--|-----------|
| IV. ANALISIS MAKNA KONSTRUKTIVISME DALAM SENI GRAFIS PADA POSTER IKLAN PRODUK DI RUSIA PERIODE NEW ECONOMY POLICY 1924-1929 | 37 |
| IV.1. Media yang Digunakan | 37 |
| IV.2. Unsur Visual Dalam Poster Konstruktivisme | 38 |
| IV.2.1. Teknik Fotografi <i>Photo-Montage</i> | 39 |
| IV.2.2. Bentuk-bentuk Geometris | 43 |
| IV.2.3. Unsur Modernisme | 47 |
| IV.3. Analisis Ciri dan Bentuk dalam Poster Konstruktivisme | 51 |
| IV.3.1. Дешевый Хлеб! | 52 |
| IV.3.2. Алли Вад | 56 |
| IV.3.3. Три жизни | 59 |
| IV.3.4. Василина | 61 |
| IV.3.5. Танцовщица Меа Муррей | 64 |
| IV.3.6. КРЫМТАБАКТРЕСТА | 67 |
| IV.3.7. Авиохим | 69 |
| IV.3.8. Красная Нива | 72 |
| IV.3.9. Вестник воздушного флота и Самолет | 75 |
| IV.3.10. НАПОЛЕОН ГАЗ | 77 |
| IV.3.11. КИО | 80 |
| IV.3.12. Ленгиз | 82 |
| IV.3.13. Реклама в трамвае | 85 |
| IV.3.14. Лотерея Автодор | 88 |
| IV.3.15. Молодая гвардия | 90 |
| V. KESIMPULAN | 93 |
| DAFTAR PUSTAKA | 95 |

DAFTAR GAMBAR

| | | |
|------------|---|----|
| Gambar 1. | Monumen <i>Third International</i> | 16 |
| Gambar 2. | <i>Decorative screen</i> | 17 |
| Gambar 3. | <i>The Red Worker</i> | 19 |
| Gambar 4. | Contoh lembaran lubok | 23 |
| Gambar 5. | Contoh iklan konstruktivisme | 25 |
| Gambar 6. | Roda Warna | 32 |
| Gambar 7. | Proses Pembuatan <i>Photo-Montage</i> | 40 |
| Gambar 8. | Hasil proses teknik photo-montage dalam poster | 41 |
| Gambar 9. | Pro Eto karya Mayakovskij | 42 |
| Gambar 10. | Contoh poster dengan bentuk geometris | 44 |
| Gambar 11. | Contoh karya seni Suprematisme | 46 |
| Gambar 12. | Contoh karya seni Konstruktivisme | 46 |
| Gambar 13. | Contoh poster Konstruktivisme dengan unsur modernisme.. | 48 |
| Gambar 14. | Contoh karya seni Futurisme | 49 |
| Gambar 15. | Contoh karya seni Konstruktivisme | 50 |
| Gambar 16. | Дешевый Хлеб! (Deševyj Xleb!), 1923 | 52 |
| Gambar 17. | Алли Вад (Alli Vad), 1927 | 56 |
| Gambar 18. | Три жизни (Tiga Kehidupan), 1925 | 59 |
| Gambar 19. | Василина (Vasilina), 1928 | 61 |
| Gambar 20. | Меа Муррей (Mia Murray), 1925 | 64 |
| Gambar 21. | КРЫМТАБАКТРЕСТ (Krymtabaktrest), 1927 | 67 |
| Gambar 22. | Авиохим (Aviokhim), 1925 | 69 |
| Gambar 23. | Красная Нива (Krasnaya Niva), 1923 | 72 |
| Gambar 24. | Вестник воздушного флота и Самолет (Vestnik vozdushnogo flota I Samolet), 1925 | 75 |
| Gambar 25. | НАПОЛЕОН ГАЗ (Napoleon Gaz), 1925 | 77 |
| Gambar 26. | КИО (КИО), 1927 | 80 |
| Gambar 27. | Ленгиз (Lengiz), 1925 | 82 |
| Gambar 28. | Реклама в трамвае (reklama v tramvae), 1927 | 85 |
| Gambar 29. | Лотерея Автодор (Lotereja Avtodor), 1929 | 88 |
| Gambar 30. | Молодая гвардия (Molodaja gvardija), 1924 | 90 |

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Seni desain grafis dewasa ini banyak ditemukan di sekitar kita. Di sebuah sampul majalah, iklan, poster, bahkan susunan dan tata letak tulisan-tulisan dan gambar-gambar di dalam sebuah artikel koran juga merupakan buah karya dari seni desain grafis. Sebuah karya desain grafis dalam iklan dapat menarik peminat pembeli untuk membeli suatu produk, atau bahkan dapat memicu semangat masyarakat bila seni desain grafis tersebut berada di sebuah poster propaganda.

Menurut Jessica Helfand¹ dalam sebuah artikel yang berjudul *What is graphic design?* di sebuah situs asosiasi desain profesional AIGA² mengatakan bahwa desain grafis adalah sebuah seni yang populer dan praktis, sebuah seni tentang penggambaran sebuah ide.³

Seni desain grafis sangat mendunia di kalangan masyarakat yang membuat dan menikmati seni jenis ini, seperti para desainer grafis, orang-orang yang bergerak di dalam dunia penerbitan buku atau periklanan, publikasi, maupun orang-orang yang menikmati adanya desain tersebut seperti para pembeli yang tertarik membeli suatu barang karena mereka tertarik dengan tampilan desain grafis pada sebuah iklan.

Periode yang dapat menunjukkan tentang adanya perkembangan seni desain grafis dapat ditinjau dari masa Revolusi Industri. Revolusi Industri yang terjadi di negara-negara barat membawa pertumbuhan yang sangat pesat bagi seni desain grafis. Periode ini terjadi di Amerika dan negara-negara Eropa pada tahun 1800-an. Pertumbuhan populasi, industri, dan ekonomi membuat masyarakat membutuhkan sebuah media informasi.⁴ Di periode inilah, periklanan dan

¹ Jessica Helfand adalah seorang penulis, kolumnis, dan dosen desain grafis. Dia adalah seorang kritikus desain grafis di Yale University. <http://www.aiga.org> diunduh 26 Maret 2012

² AIGA adalah singkatan dari American Institute of Graphic Art, sebuah organisasi keanggotaan profesional untuk desain yang berdiri pada tahun 1914 dan berpusat di Amerika. Ibid.

³ Jessica Helfand. "What is graphic design?". AIGA. 2009-06-29. <http://www.aiga.org> diunduh 26 Maret 2012

⁴ Amy E. Arntson. 2007. *Graphic Design Basics, Fifth Edition*. USA: Thomas Higher Education. hlm. 19

penerbitan muncul dan membawa perkembangan bagi dunia seni dan media informasi.

Selain di dunia, di negara Rusia sendiri pada khususnya juga telah memberikan banyak kontribusi untuk dunia seni sejak awal di masa lalu, seperti musik klasik, seni rupa, sastra dan tarian balet. Kontribusi yang pesat ini juga ditandai dengan adanya gerakan Konstruktivisme di Rusia.

Konstruktivisme adalah gerakan yang paling berpengaruh pada seni modern di Rusia abad 20. Istilah konstruktivisme dicetuskan oleh para seniman sosial pada masa Uni Soviet di saat akhir perang Bolshevik di awal abad 20. Konstruktivist adalah sebutan untuk para seniman muda yang merasa bahwa seni seharusnya mempunyai tujuan revolusi dan harus berkontribusi pada “konstruksi” masyarakat komunis yang baru, yang berdasarkan pada ilmu teknologi yang modern.

Gerakan konstruktivisme Rusia aktif pada tahun 1913 sampai 1930-an⁵, sebuah gerakan yang diciptakan oleh avant-garde⁶ Rusia, tapi secara cepat menyebar ke seluruh wilayah.⁷ Avant-garde Rusia dikenal sebagai para seniman yang mengembangkan unsur-unsur modern, dan kebanyakan adalah Konstruktivist yang konsisten.⁸ Seni konstruktivist dilakukan untuk melengkapi abstraksi dengan mengacu kepada modernitas, dengan tema yang paling sering adalah geometris, eksperimental, dan jarang terdapat emosi di dalamnya.⁹ Perkembangan dalam gerakan seni konstruktivisme juga semakin pesat pada periode *New Economy Policy (NEP)* tahun 1921.

New Economy Policy (NEP) adalah kebijakan ekonomi baru yang diterapkan oleh Lenin untuk menghadapi keruntuhan ekonomi dan kelaparan yang disebabkan oleh perang. *NEP* mengizinkan para pedagang membuka kembali

⁵ *History of Graphic Design - Russian Constructivism*.

<http://anneserdesign.com/Constructivism.html>. Diunduh tgl 13 Maret 2012.

⁶ Avant-garde adalah sebuah istilah yang berasal dari bahasa Perancis yang berarti *vanguard*. Bentuk kata sifat dari kata ini sering digunakan dalam bahasa Inggris yang merujuk kepada orang atau karya yang eksperimental atau inovatif, khususnya yang berkaitan dengan seni, budaya, dan politik. "*Avant-garde definitions*". Dictionary.com. Lexico Publishing Group, LLC.

⁷ *Russian Constructivism*. <http://www.arthistoryarchive.com/arthistory/constructivism/>. Diunduh tgl 15 Januari 2012.

⁸ Owen Hatherley. *The constructivists and the Russian revolution in art and architecture*. 4 November 2011. <http://www.guardian.co.uk/artanddesign/2011/nov/04/russian-avant-garde-constructivists>. Diunduh tgl 15 Januari 2012.

⁹ *Russian Constructivism*, op. cit.

usaha mereka sementara negara terus mengontrol bank, perdagangan luar negeri, dan industri besar.¹⁰ Dikatakan bahwa periode tahun-tahun *NEP* merupakan “the roaring twenties”¹¹ bagi Rusia, ditandai dengan maraknya periklanan barang dan jasa melalui media poster. Hal ini sehubungan dengan periode bebas untuk menampilkan eksperimen yang menarik di segala bidang. Pada masa itu, gerakan konstruktivisme menjadi dominan di bidang seni. Maraknya periklanan barang dan jasa dalam gerakan seni konstruktivisme dapat dilihat melalui media poster yang beredar saat itu.

Poster adalah media pengumuman dari kertas untuk penyampaian penerangan, pemberitahuan, dan juga iklan untuk menarik minat agar membeli suatu produk barang atau jasa (Britannica – Micropedia Vol 9, 2002: 639). Pada masa itu pemimpin baru Rusia, Lenin, percaya bahwa kebudayaan harus mendukung kebutuhan politik, yang secara efektif berarti bahwa semua kebudayaan dilihat sebagai propaganda.¹² Lenin telah menciptakan alat propaganda pertama yang modern, dan bentuk yang paling asli, dramatis, dan berwarna adalah poster.

Gerakan seni konstruktivisme berkembang pesat dalam seni desain grafis pada poster terutama saat revolusi Rusia periode *New Economy Policy* pada tahun 1921. Gaya konstruktivisme muncul dalam poster-poster yang beredar pada saat itu sebagai media periklanan. Berkat adanya dukungan Lenin, ditambah dengan adanya periode *NEP*, maka poster-poster propaganda, komersial dan film merupakan suatu hal yang luar biasa bagi gaya konstruktivis avant-garde.

Adanya struktur konstruktivisme dalam seni desain grafis poster pada periode *NEP* di Rusia ini menarik minat penulis untuk mengkajinya lebih mendalam. Penulis ingin menjelaskan perkembangan struktur Konstruktivisme pada masa *NEP* di Rusia ini dan juga mengungkap bagaimana Konstruktivisme diterapkan ke dalam seni desain grafis pada poster-poster tersebut.

¹⁰ Elisabeth Gaynor Ellis, Anthony Esler. 2007. *Revolution and Civil War in Russia. World History; The Modern Era*. Boston: Pearson Prentice Hall. hlm. 483.

¹¹ *The Roaring Twenties* adalah sebuah ungkapan yang digunakan untuk menggambarkan tahun 1920 untuk periode kemakmuran ekonomi yang berkelanjutan yang populer di kalangan masyarakat Amerika. *The Roaring Twenties*. <http://www.history.com/topics/roaring-twenties> diunduh tanggal 1 April 2012

¹² MJ Sunderland. *Russian Constructivism: Revolutionary Art and Design*. <http://mj-sunderland.quazen.com/arts/visual-arts/russian-constructivism-revolutionary-art-and-design>. Diunduh tgl 13 Maret 2012.

Alasan pengambilan kajian penelitian tentang desain grafis adalah karena penulis memiliki minat dalam bidang desain grafis, dan karena itulah peneliti merasa akrab dengan bahan kajian yang akan ditelitinya. Penelitian akan jauh terasa lebih mudah bila seorang peneliti merasa akrab dengan objek yang akan ditelitinya. Diambilnya poster sebagai bahan objek yang akan diteliti adalah karena sejak zaman Lenin berkuasa, poster sudah menjadi suatu media komunikasi visual yang penting dan populer sebagai alat propaganda di Rusia.¹³ Penulis ingin memperlihatkan bahwa betapa pentingnya media poster dan sangat berarti dalam sejarah Rusia. Penulis memilih tema utama Konstruktivisme karena gerakan seni ini tanpa disadari banyak mempengaruhi seni desain grafis modern di Rusia pada masa sekarang.¹⁴ Penulis ingin mengulas bagaimana sejarah dan perkembangan gerakan seni Konstruktivisme di masa lampau. Periode *New Economy Policy* diambil dengan alasan bahwa di masa inilah gerakan seni Konstruktivisme marak dan menjadi populer di kalangan masyarakat Rusia dalam media poster. Alasan pengambilan cakupan tahun 1923 sampai 1929 adalah karena pada rentang enam tahun tersebut poster-poster iklan produk lebih marak diproduksi dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya di saat gerakan Konstruktivisme baru dimulai.¹⁵

Hipotesa penulis adalah dengan adanya seni Konstruktivisme ini, seni desain grafis di Rusia dan dunia dapat berkembang dengan mengimplementasikan unsur-unsur visual yang dipelopori oleh para seniman Konstruktivisme. Dengan analisis dalam penulisan skripsi ini, penulis ingin membuktikan bahwa Konstruktivisme adalah cikal bakal lahirnya seni desain grafis yang modern, dan bahwa Rusia memiliki andil yang besar dalam dunia seni desain grafis di masa sekarang, dan dengan begitu penulisan ini dapat menambah wawasan yang bermanfaat dan dapat berkontribusi bagi kajian Rusia.

¹³ *Vintage Soviet Posters & Propaganda*. <http://www.internationalposter.com/country-primers/soviet-posters.aspx> diunduh tanggal 29 Maret 2012.

¹⁴ *Constructivism Posters*. <http://internationalposter.com/style-primer/constructivism.aspx> diunduh tanggal 29 Maret 2012

¹⁵ *History of Photography*. http://www.all-art.org/history658_photography10.html diunduh pada tanggal 21 Mei 2012.

I.2 Permasalahan

Masalah yang ingin dikaji penulis dalam skripsi ini adalah menganalisis poster-poster iklan produk di Rusia pada periode *New Economy Policy (NEP)* yang memiliki gerakan konstruktivisme di dalamnya dan menelusuri perkembangan gerakan konstruktivisme pada masa itu.

I.3 Tujuan

Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah menganalisa pesan dan makna dalam poster-poster iklan produk pada masa *New Economy Policy* yang memiliki bentuk dan ciri Konstruktivisme.

I.4 Landasan Teori

Menurut Jessica Helfand dalam artikel *What is Graphic Design?* bahwa desain grafis adalah kombinasi kompleks kata-kata dan gambar, angka dan, grafik foto dan ilustrasi yang, dalam rangka agar berhasil, menuntut pemikiran yang jernih dari individu yang bijaksana yang dapat mengatur unsur-unsur ini sehingga mereka semua dapat membuat sesuatu yang khas, atau berguna, atau menarik, atau mengejutkan atau subversif atau entah bagaimana berkesan.¹⁶

Di dalam mengkaji masalah dalam penulisan skripsi ini penulis menggunakan teori semiotika, yang berarti adalah studi tentang tanda-tanda, bentuk-bentuk ekspresi, dan isi.¹⁷

Teori semiotik yang digunakan penulis dalam skripsi ini adalah teori semiotik milik Ferdinand de Saussure.¹⁸ Sebuah karya seni tentunya tidak semata-mata diciptakan hanya karena ingin memperlihatkan keindahan. Di dalam sebuah karya seni juga mengandung suatu unsur atau pesan yang ingin disampaikan oleh si pembuat karya seni sebagai pemberi pesan kepada masyarakat penikmat karya seni tersebut sebagai si penerima pesan. Pesan yang ingin disampaikan oleh si

¹⁶ Jessica Helfand. op. cit

¹⁷ Per Aage Brandt. *What is Semiotics? The briefest overview ever seen.*
http://www.hum.au.dk/semiotics/docs2/pdf/brandt_paab/whatissemiotics.pdf. Diunduh tgl 15 Januari 2012

¹⁸ Ferdinand de Saussure adalah seorang ahli linguistik Swiss yang memiliki ide dasar untuk perkembangan yang signifikan dalam bidang linguistik pada abad ke-20. Ia secara luas dianggap sebagai salah satu bapak linguistik abad ke-20. Harris, R. and T.J. Taylor. 1989. *Landmarks in Linguistic Thought: The Western Tradition from Socrates to Saussure*. 2nd Edition. Chapter 16. New York: Butler & Tanner Ltd.

pembuat karya seni di dalam karyanya terkadang tidak berupa kalimat-kalimat teks yang jelas, melainkan dapat berupa sebuah gambar, huruf-huruf, dan semacamnya yang dapat menjadi tanda-tanda yang dapat diterima oleh masyarakat sebagai si penerima pesan. Saussure menggunakan istilah *semiologie* saat mengajar monumentalnya "*Course on General Linguistics*" di Universitas Jenewa 1906-11. Saussure mengatakan bahwa kata tidak secara inheren bermakna. Sebaliknya, kata hanya sebuah "penanda", yaitu representasi dari sesuatu, dan itu harus digabungkan di otak dengan "ditandakan", atau hal itu sendiri, dalam rangka membentuk arti "tanda".¹⁹ Saussure percaya untuk membongkar tanda-tanda kita sampai pada suatu pemahaman empiris tentang bagaimana manusia mensintesis rangsangan fisik ke dalam kata-kata dan konsep-konsep abstrak lainnya.

Desain grafis adalah sebuah karya seni yang merupakan sebuah produk semiotika, karena kata-kata dan gambar-gambar yang terkombinasi dalam sebuah karya seni desain grafis merupakan tanda-tanda yang mengandung sebuah rangkaian pesan yang disusun oleh si pembuat pada si penerima yang dikemas dalam sebuah produk yang telah didesain dan harus ditafsirkan agar si penerima mengerti maksud dari si pembuat desain.²⁰ Contohnya adalah seni desain grafis pada sebuah poster propaganda. Masyarakat sebagai penerima dapat mengerti maksud propaganda yang terdapat dalam poster yang dibuat oleh si desainer, meskipun poster tersebut hanya berisi simbol-simbol dan gambar yang tidak menyampaikan pesannya secara langsung kepada si penerima. Itu berarti, secara tidak sadar masyarakat sebagai penerima telah menggunakan semiotika sebagai pemaknaan tanda dan simbol untuk dapat mengerti maksud si pembuat poster.

Di dalam skripsi ini, penulis menggunakan teori semiotika. Dalam menjelaskan sebuah poster yang nantinya akan dijabarkan di dalam bab analisis, penulis akan menggunakan teori tersebut untuk menangkap pesan dan makna yang terdapat dalam teks-teks maupun unsur-unsur visual dari poster-poster tersebut.

¹⁹ Paul Greenberg. *The Semio-Grads*. 16 May 2004.
http://www.boston.com/news/education/higher/articles/2004/05/16/the_semio_grads/
par. 5

²⁰ Troels Degn Johanson. 2007. *Failure, Product Semiotics, and the Modern Construction of Design*. Helsinki. hlm 5

I.5 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif analisis, dimana peneliti mengumpulkan fakta-fakta dan deskripsi yang ada, baru kemudian peneliti menguraikan analisis terhadap topik yang bersangkutan. Menurut Mely G. Tan, penelitian yang bersifat deskriptif bertujuan menggambarkan secara tepat sifat-sifat suatu individu, keadaan, gejala, atau kelompok tertentu, atau untuk menentukan frekuensi adanya hubungan tertentu antara suatu gejala dengan gejala lainnya dalam masyarakat.²¹ Peneliti juga menggunakan metode pustaka, yaitu metode yang mencari data dari sumber buku dan internet. Terakhir adalah metode fenomenografi, sebuah metodologi penelitian kualitatif, dalam paradigma interpretivist, yang menyelidiki secara kualitatif dengan cara yang berbeda tentang seseorang mengalami sesuatu atau berpikir tentang sesuatu²².

I.6 Sumber Data

Data-data yang diperoleh penulis dalam melakukan penulisan skripsi ini bersumber dari contoh-contoh produk desain grafis poster yang penulis kumpulkan dari berbagai laman situs di internet, terutama dari laman-laman situs yang memuat khusus galeri poster-poster khususnya poster-poster yang berasal dari Rusia yaitu <http://www.internationalposter.com> dan <http://www.pandia.ru>. Dari poster-poster yang telah dikumpulkan, lima belas poster akan dianalisis, yang berkaitan dengan ciri dan bentuk yang terdapat dalam poster Konstruktivisme.

I.7 Tinjauan Pustaka

- **Bowlt, John. E. 1957. *Russian Art of the Avant Garde*. USA: Lund Humphries**

Di dalam buku ini dibahas mengenai tokoh-tokoh ternama yang berasal dari gerakan seni konstruktivisme. Di dalam buku ini dimuat sejumlah teks-teks yang ditulis dari seniman-seniman Rusia mengenai Konstruktivisme, mengenai pendapat mereka tentang Konstruktivisme dan alasan-alasan apa yang membuat

²¹ Ulber Silalahi. 2009. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Puspa Swara.

²² Ference Marton. 1986. *Journal of Thought*. Swedia.

mereka berpindah dari gerakan-gerakan seni sebelumnya dan lebih memilih Konstruktivisme. Teks-teks tersebut dalam buku inilah yang membuat penulis ingin menganalisis ciri dan bentuk yang terdapat dalam poster-poster Konstruktivisme, dan sekaligus membuktikan alasan yang dikatakan para Konstruktivis tentang gerakan Konstruktivisme itu sendiri.

Penulis juga mengambil acuan dari sebuah teks artikel oleh Viktor Perstov yang diterbitkan dalam *Vestnik iskusstv [Art Herald]* (Moscow), no. 5, May 1922. Merupakan salah satu dari beberapa artikel Pertsov yang membahas tentang seni. Di dalam subbab *Constructivism* ia menulis tentang Konstruktivisme sebagai salah satu formula yang dibuat untuk menjawab masalah keefisienan dan kehalusan dalam seni. Cakupan para pekerja produksi seni telah meluas. Para seniman Konstruktivis dapat disiapkan untuk membantu produksi artikel kecil dan dapat menjadi konselor atau penasihat bagi pemerintah terhadap segala pertanyaan yang berhubungan dengan penerapan bahan-bahan mentah untuk membuat suatu karya. Artikel ini secara tidak langsung menyatakan bahwa karya seni yang mengikuti alur gerakan atau paham Konstruktivisme memiliki keefisienan dalam penggunaan bahan-bahannya dan tidak memakai bahan yang tidak berguna atau hanya sebagai dekorasi semata. Dari bahasan dalam artikel ini, penulis ingin membuktikan apa yang dinyatakan oleh Pertsov dengan menganalisis ciri dan bentuk poster-poster iklan produk Konstruktivisme apakah poster iklan tersebut menyampaikan pesan iklannya dengan tepat sasaran dan efisien tanpa menggunakan dekorasi yang tidak tepat guna.

Penelitian-penelitian terdahulu yang penulis gunakan sebagai acuan penulisan skripsi ini adalah skripsi milik Sem Sahala Purba pada tahun 2003 dengan judul *Makna dalam poster propaganda Uni Soviet 1980-1990 sebuah kajian semiotik* dan skripsi milik Adyartika Indrazvari pada tahun 2010 dengan judul *Billboard (Naruznaja Reklama) sebagai media propaganda dalam upaya hegemoni barat di Rusia tahun 1997-2010*.

Dalam penelitiannya, Sem Sahala Purba menganalisa tentang poster-poster propaganda yang beredar pada periode Uni Soviet pada tahun 1980 – 1990. Sem melakukan penelitian terhadap tanda-tanda pada media visual poster dan mengungkap informasi apa saja yang dapat ditarik dari poster-poster tersebut

menggunakan teori semiotik. Dari hasil penelitiannya, Sem menemukan tanda verbal berupa teks, tanda non-verbal berupa gambar, dan fungsi bahasa yang membentuk satu kesatuan wacan informasi dalam bentuk propaganda pemerintah dalam poster propaganda.

Penelitian yang penulis lakukan di dalam skripsi ini dengan penelitian yang Sem Sahala Purba lakukan memiliki persamaan yaitu meneliti sebuah media komunikasi visual poster. Apa yang membedakan dari kedua penelitian tersebut adalah dari cara bagaimana kami memandang sebuah poster sebagai suatu media informasi. Sem Sahala Purba melihat suatu poster sebagai media propaganda berdasarkan pesan yang terkandung dalam poster tersebut. Sedangkan penulis melihat suatu poster sebagai media seni, yang mengandung suatu gerakan seni yang terkenal di Rusia dibawakan avant-garde bernama Konstruktivisme, disamping mengungkap makna yang disampaikan poster itu sendiri sebagai media komunikasi.

Acuan kedua penulis adalah penelitian yang Adyartika Indrazvari lakukan yaitu bagaimana pengaruh barat direpresentasikan lewat *billboard* iklan di Rusia sebagai media propaganda. Adyartika Indrazvari menggunakan teori hegemoni dari Antonio Gramsci untuk menganalisa pengaruh-pengaruh barat tersebut. Hasil penelitian Adyartika menunjukkan bahwa terdapat upaya hegemoni Barat di Rusia yang direpresentasikan melalui *billboard* produk Barat di Rusia yang dapat dilihat melalui konsumerisme dan *lifestyle* ala Barat di Rusia pada periode tersebut.

Persamaan penelitian yang penulis dan Adyartika lakukan adalah sumber penelitian yang berperan sebagai media informasi yaitu iklan. Sedangkan yang membedakan penelitian yang penulis lakukan dalam skripsi ini dari penelitian yang Adyartika Indrazvari lakukan adalah objek yang diteliti dan bagaimana kedua penulis melihat kedua objek tersebut sebagai suatu media komunikasi yang menjembatani pengaruh barat dan Rusia. Adyartika Indrazvari menggunakan objek media komunikasi visual billboard untuk melihat adanya pengaruh barat berupa produk-produk yang diiklankan pada billboard tersebut dan berusaha membuktikan bahwa pengaruh barat berusaha masuk dengan *lifestyle* ala baratnya lewat iklan pada billboard-billboard tersebut. Sedangkan penulis menggunakan media komunikasi visual poster untuk melihat bahwa meski jenis poster-poster

iklan produk tersebut muncul pada saat *New Economy Policy (NEP)* sedang populer, poster-poster tersebut tetap menggunakan gaya seni Konstruktivisme yang berasal dari Rusia. Hal itu memperlihatkan bahwa para desainer Rusia tetap menggunakan gerakan seni yang asli berasal dari Rusia dalam menyampaikan pesan iklannya.

I.8 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan diajukan agar penelitian ini dapat tersusun secara teratur dan sistematis. Dalam penyusunan penelitian, penulis membagi ke dalam beberapa bab.

Bab pertama adalah bab pendahuluan. Di dalam bab pertama, penulis akan mengulas terlebih dahulu alasan mengapa penulis mengambil topik ini. Juga akan dijelaskan pengertian tentang apa itu desain grafis, poster, dan konstruktivisme secara singkat. Kemudian juga akan dijabarkan mengenai apa saja yang membedakan penelitian ini dari penelitian terdahulu dan teori yang dipakai serta tahap penelitian yang dilakukan.

Bab kedua berisi tinjauan pustaka. Di dalam bab kedua ini, penulis akan memaparkan secara lengkap tentang desain grafis, poster, konstruktivisme, dan *New Economy Policy* yang telah lebih dahulu dijelaskan secara singkat di bab pendahuluan. Disini akan ditampilkan informasi menanggapi data-data valid yang telah dikumpulkan oleh si peneliti.

Kemudian bab ketiga berisi teknik membaca gambar, yang mana penulis akan menjabarkan bagaimana cara membaca sebuah gambar melalui unsur visual yang terdapat di dalam suatu karya dan bagaimana teori penelitian yang telah dijabarkan di atas akan dikaitkan dengan teknik pembacaan makna dalam gambar tersebut.

Kemudian bab keempat berisi analisis, yang mana penulis memulai analisisnya terhadap masalah yang dikaji. Disini penulis menunjukkan kepada pembaca fakta-fakta yang didapat dari hasil penelitian, beserta analisisnya. Di dalam bab tiga penulis menjabarkan secara analisis gerakan konstruktivisme di Rusia yang diterapkan pada media komunikasi visual poster pada masa *New Economy Policy*.

Bab kelima berisi penutup dan kesimpulan. Di dalam bab ini penulis akan menjabarkan kesimpulan yang penulis tarik dari penelitian ini mengenai bagaimana para desainer Rusia tetap menggunakan Konstruktivisme sebagai gaya seni mereka di tengah-tengah *New Economy Policy* di Rusia. Kemudian disusul oleh daftar pustaka. Disini dipaparkan sumber-sumber yang telah diambil penulis sebagai bahan referensi atau acuan, baik dari buku-buku pustaka, maupun internet.

I.9 Sistem Alih Aksara Bahasa Rusia Modern

Penulis dalam tulisan ini menggunakan sistem alih aksara atau transliterasi yang digunakan dalam menotasikan tulisan-tulisan atau teks-teks yang terdapat dalam sumber primer penulis yaitu poster-poster Konstruktivisme. Sistem alih aksara berikut adalah transliterasi yang dibuat oleh Barentsent (Barentsent, 1976).

Tabel Sistem Transliterasi Bahasa Rusia Modern

| No. | Bahasa Rusia | Transliterasi | Realisasi |
|-----|--------------|---------------|-----------|
| 1 | А а | A | [a] |
| 2 | Б б | B | [b] |
| 3 | В в | V | [v] |
| 4 | Г г | G | [g] |
| 5 | Д д | D | [d] |
| 6 | Е е | E | [ɛ, e] |
| 7 | Ё ё | E | [o] |
| 8 | Ж ж | Ž | [ž] |
| 9 | З з | Z | [z] |
| 10 | И и | I | [i] |
| 11 | Й й | J | [j] |
| 12 | К к | K | [k] |
| 13 | Л л | L | [l] |
| 14 | М м | M | [m] |
| 15 | Н н | N | [n] |
| 16 | О о | O | [o, α] |

| | | | |
|----|-----|----|--------|
| 17 | П п | P | [p] |
| 18 | Р р | R | [r, R] |
| 19 | С с | S | [s] |
| 20 | Т т | T | [t] |
| 21 | У у | U | [u, v] |
| 22 | Ф ф | F | [f] |
| 23 | Х х | X | [x] |
| 24 | Ц ц | C | [ts] |
| 25 | Ч ч | Č | [tš] |
| 26 | Ш ш | Š | [š] |
| 27 | Щ щ | ŠČ | [ščš] |
| 28 | Ъ ъ | ” | - |
| 29 | Ы ы | Y | [ɔ] |
| 30 | Ь ь | ’ | - |
| 31 | Э э | È | [ɪ] |
| 32 | Ю ю | Ju | [iu] |
| 33 | Я я | Ja | [ia] |

BAB II

KONSTRUKTIVISME, POSTER IKLAN PRODUK DAN *NEW ECONOMY* *POLICY* DI RUSIA

II.1 Gerakan Seni Konstruktivisme

Revolusi Rusia terjadi pada tahun 1917, yang pada saat itu para pekerja dan petani merampas kekuasaan dari Tsar Nicholas II. Saat itu dikenal sebagai revolusi komunis. Masyarakat berpendapat bahwa kekayaan harus sama rata. Di era awal abad dua puluh, Rusia menjadi terindustrialisasi karena tertransformasi oleh teknologi-teknologi baru. Rusia menjadi tempat modernisme dapat berkembang. Sebuah gerakan yang disebut Konstruktivisme muncul, yang pada dasarnya merupakan modernisme versi Rusia.

Konstruktivisme adalah gerakan yang paling berpengaruh pada seni modern di Rusia abad 20. Istilah konstruktivisme dicetuskan oleh para seniman sosial pada masa Uni Soviet di saat akhir perang Bolshevik di awal abad 20. Konstruktivist adalah sebutan untuk para seniman muda yang merasa bahwa seni seharusnya mempunyai tujuan revolusi dan harus berkontribusi pada “konstruksi” masyarakat komunis yang baru, yang berdasarkan pada ilmu teknologi yang modern.²³

Pemicu Konstruktivisme adalah keinginan untuk mengekspresikan pengalaman kehidupan modern yang dinamis dan baru, serta untuk membangun sebuah bentuk seni baru yang lebih sesuai dengan tujuan modernisasi Revolusi Rusia. Konstruktivis adalah konstruktor dari masyarakat baru, yang dalam konsepnya adalah pekerja budaya atau seniman setara dengan para ilmuwan dalam pencarian mereka untuk solusi masalah modern.²⁴

Seniman Rusia tidak mulai menyebut pekerjaan mereka sebagai “konstruksi” dan menyebut diri mereka sendiri sebagai “Konstruktivis” sampai setelah Revolusi 1917. Istilah “Konstruktivis” mengacu kepada Kelompok Kerja Pertama Konstruktivis, atau yang juga dikenal sebagai Kelompok Kerja

²³ Tracee NG. *Constructivism Movement, Artists, and Major Works*
<http://www.theartstory.org/movement-constructivism.htm>. diunduh 13 April 2012 par. 1

²⁴ Ibid par. 4

Konstruktivis, didirikan pada bulan Maret 1921 di Inkhuk (Institut Kebudayaan Artistik) Moskow. Kelompok ini terdiri dari Aleksey Gan (1893-1942), Aleksandr Rodchenko, Varvara Stepanova, Konstantin Medunetsky, Karl Ioganson (Karel Johansen; C 1890-1929) dan Georgy dan Vladimir Stenberg bersaudara. Para seniman ini berkumpul bersama saat diskusi teoretis menyangkut masalah perbedaan antara komposisi dan konstruksi sebagai prinsip-prinsip dari organisasi artistik, yang diarahkan dari dalam Grup Kerja Analisis Objektif di Inkhuk antara Januari dan April 1921. “Konstruksi” dipandang sebagai sesuatu yang memiliki konotasi dari teknologi dan mesin, dan maka dari itu dikarakteristikan oleh ketepatan, kejelasan susunan dan ketiadaan dekorasi atau unsur-unsur yang tidak berguna.²⁵

“The investigation of material volume and construction made it possible for us in 1918, in an artistic form, to begin to combine materials like iron and glass, the materials of modern Classicism, comparable in their severity with the marble of antiquity. In this way, an opportunity emerges of uniting purely artistic forms with utilitarian intentions.... The results of this are models which stimulate us to inventions in our work of creating a new world, and which call upon the producers to exercise controls over the forms encountered in our everyday life.” -Vladimir Tatlin (Bowlt, 1957:206)

(Penyelidikan volume material dan konstruksi memungkinkan bagi kami pada tahun 1918, dalam bentuk yang artistik, untuk mulai menggabungkan bahan-bahan seperti besi dan kaca, bahan modern Klaskikisme, sebanding dalam tingkat keparahan mereka dengan marmer kuno. Dengan cara ini, kesempatan muncul untuk menyatukan bentuk-bentuk artistik murni dengan niat utilitarian... Hasil ini adalah model yang merangsang kita untuk penemuan dalam pekerjaan kami untuk menciptakan sebuah dunia baru, dan yang memanggil produsen untuk melaksanakan kontrol atas bentuk yang dihadapi dalam kehidupan sehari-hari kita.)

Konstruktivisme diusulkan untuk menggantikan gerakan seni tradisional dengan komposisi yang terfokus pada konstruksi. Suatu objek diciptakan bukan untuk mengekspresikan keindahan atau representasi dunia, tapi untuk menampilkan analisis fundamental dari bahan-bahan dan bentuk-bentuk seni. Bagi banyak Konstruktivis, hal ini mensyaratkan etika “kebenaran material”, yang

²⁵ Constructivism. Oxford University Press.
http://www.moma.org/collection/details.php?theme_id=10955§ion_id=T019195 par. 2

menyatakan bahwa bahan-bahan harus digunakan sesuai dengan kapasitas mereka dan dengan cara sedemikian rupa yang juga sesuai dengan kegunaan mereka.

Seni Konstruktivisme sering mengacu kepada bagaimana bahan tersebut akan berperan di dalam sebuah karya seni. Bentuk sebuah karya seni akan ditentukan oleh bahannya, bukan sebaliknya seperti yang terjadi dalam bentuk seni tradisional yang mana seniman mentransformasi bahan dasar menjadi sesuatu yang sangat berbeda dan indah. Bagi sebagian orang, pernyataan tadi adalah sarana untuk mencapai tujuan, yang menjadi penerjemahan dari ide dan desain ke dalam produksi massal; bagi orang lain, pernyataan tadi merupakan tujuan itu sendiri, sebuah gaya pola dasar modern yang baru untuk mengekspresikan dinamisme dari kehidupan modern.²⁶

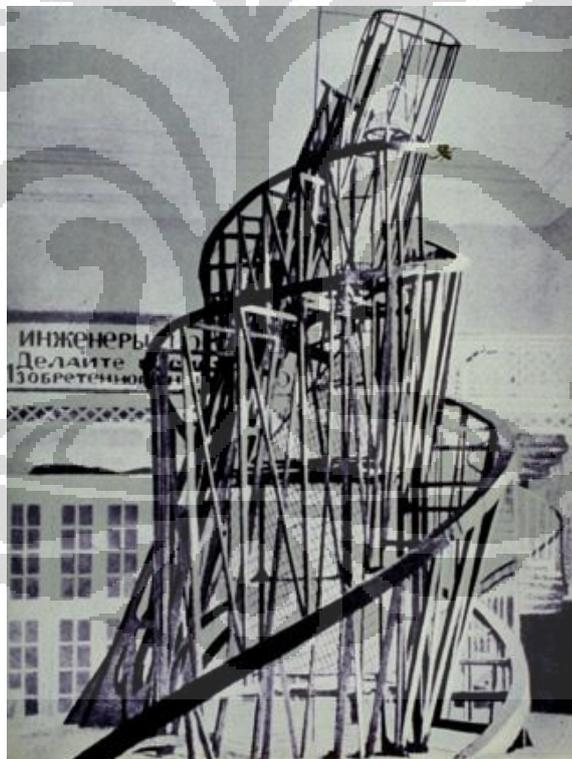
Para Konstruktivis memiliki komitmen untuk mengabdikan kepada modernitas dalam karya-karyanya. Dalam usaha untuk memberi kembali arti peran seniman dan sebagai kontribusi terhadap pembentukan atau konstruksi negara komunis baru, sekelompok seniman menolak konsep “seni hanya untuk kepentingan seni” yang menjadi dasar pemikiran paham gerakan seni Suprematisme yang saat itu sedang berlaku. Konstruktivisme sering bertemakan geometris eksperimental dengan tidak atau jarang memiliki emosi di dalamnya. Bentuk sebuah karya akan membawa makna yang secara umum jauh lebih cocok untuk gerakan Konstruktivisme daripada bentuk-bentuk yang subjektif, personal, atau individualistic. Tema Konstruktivisme juga cukup sedikit, yang di dalamnya karya seni dipecah sampai ke unsur yang paling dasar. Seni yang seperti itulah yang dibutuhkan pada masa ketika Perang Dunia I baru saja berakhir dan Konstruktivisme hadir dengan membawakan pesan persatuan dan perdamaian.²⁷

Para Konstruktivis menolak konsep bahwa seni adalah milik golongan borjuis. Dengan menggunakan pemikiran lukisan abstrak, mereka menghancurkan pembedaan antara seni dengan pekerja. Pembuatan gambar secara mekanis yaitu fotografi, dan percetakan membantu mewujudkan ideologi serta membantu tujuan mereka dalam mendirikan komunisme. (Livingstone, 1996:46)

²⁶ Tracee NG. op cit par 3

²⁷ Didit Widiatmoko Suwardikun. *Poster Rusia*. September 29, 2009. <http://dgi-indonesia.com/poster-rusia/> diunduh 11 April 2012

Vladimir Tatlin (1885-1953) dikenal sebagai bapak konstruktivisme Rusia. Setelah Revolusi Rusia 1917, Tatlin bekerja untuk Komisaris Pendidikan Soviet baru yang digunakan seniman-seniman dan karya-karya mereka untuk mendidik masyarakat. Pada masa ini, ia membangun sebuah bentuk seni resmi yang memanfaatkan ‘material sesungguhnya dalam ruang yang sesungguhnya’. Tatlin membangun sebuah monument pada tahun 1919 dan selesai pada tahun 1920 di Moskow, dengan tinggi sekitar 6,7 meter yang terbuat dari rangka besi yang bersandar pada silinder melengkung, kubus, dan kerucut, semua terbuat dari kaca yang pada awalnya dirancang untuk skala besar.²⁸ Monumen ini dikenal dengan nama Monumen *Third International*, atau yang disebut masyarakat sebagai Tatlin’s Tower. Monumen *Third International* karya Vladimir Tatlin ini menjadi simbol arsitektur avant-garde Rusia dan modernisme internasional.



Gambar 1. Monumen *Third International* karya Vladimir Tatlin 1920

Sumber: Constructivism (ArtHistoryArchive.com)

Pada tahun 1920 pemerintah Soviet menjadi semakin menaruh perhatian pada pergerakan Konstruktivis ini karena kebutuhan akan seni visual

²⁸ *History of graphic design: Russian Constructivism*. Op. Cit

(propaganda) untuk kepentingan negara. Hal ini juga diimbangi dengan keinginan seniman dan desainer Soviet yang berusaha menempatkan diri dan bakat mereka agar dapat digunakan untuk kepentingan negara komunis yang baru. Kebanyakan dari mereka telah meninggalkan lukisan kuda-kuda, bahkan dalam bentuknya yang paling radikal, sebagai borjuis yang berlebihan, dan membelok ke arah desain. Slogan umum “Konstruktivis” adalah “Seni dalam Kehidupan” ini dan tujuan mereka adalah, seperti yang Tatlin katakan, “untuk menyatukan bentuk-bentuk artistik murni dengan tekad utilitarian.” Dalam formulasi yang paling ekstrim, Konstruktivis mengumumkan “Seni telah selesai! Seni tidak memiliki tempat dalam aparatus tenaga kerja buruh. Buruh, teknologi, organisasi... itulah ideologi zaman kita.” (Bowlt, 1957: 205)



Gambar 2. *Decorative screen*

Sumber: *Russian Constructivism Revolutionary Art and Design* (mj-sunderland.quazen.com)

Gambar di atas adalah layar dekoratif dari tahun 1930. Gambar ini menggambarkan pentingnya pertanian dalam perekonomian Rusia. Tapi mereka menggunakan traktor; mesin dan mekanik telah menyatu dengan pertanian. Ada juga kereta api dengan bintang merah komunisme. Gambar di bawah menunjukkan bahwa Rusia sedang berubah dari sebuah negara petani pedesaan

menjadi kekuatan industri. Antusiasme untuk mesin adalah esensi dari modernisme. Seluruh komposisi diberikan dalam sudut, grafis yang dinamis yang penuh dengan energi. Inilah yang disebut sebagai gaya konstruktivisme.

II.2 Perkembangan Poster di Rusia

Revolusi Rusia mengikuti ide-ide Karl Marx, yang mengembangkan teori dan ideologi ekonomi komunis. Dia percaya bahwa kebudayaan masyarakat ditentukan oleh sistem ekonomi itu sendiri. Lenin, yang saat itu menjadi pemimpin baru Rusia, juga percaya bahwa kebudayaan harus mendukung kebutuhan politik, yang secara efektif berarti bahwa semua kebudayaan dipandang sebagai propaganda.

Meskipun poster telah diproduksi sebelum masa revolusi di Rusia, mereka terhalang oleh bayang-bayang poster propaganda Soviet yang luar biasa. Lenin mengambil tanggung jawab untuk menciptakan mesin propaganda modern yang pertama, dari perangko pos dan parade *Mayday* sampai patung monument. Dan bentuk propaganda yang tercipta yang paling berwarna, dramatis, dan asli adalah poster. Seniman-seniman terbesar saat itu meminta dukungan pemerintah dan meninggalkan usaha-usaha yang lebih besar. Semua dengan tujuan untuk membangun kekuatan Soviet.

Lenin mendirikan sejumlah lembaga untuk mengatur seni dan budaya Soviet. Yang paling penting disebut *Proletkult*, atau Organisasi Budaya Proletar. Organisasi tersebut dijalankan oleh Komisaris Pendidikan Rakyat, Anatoliy Lunacharsky. Banyak desainer terkemuka yang ditugaskan untuk membuat karya yang secara mitos menggambarkan revolusi. Sebagai contoh, desainer grafis Kotscherguin membuat sebuah poster komunis untuk isu *The Red Worker* (gambar 3) pada tahun 1920.



Gambar 3. *The Red Worker*

Sumber: *Russian Constructivism Revolutionary Art and Design* (mj-sunderland.quazen.com)

Poster di atas menggambarkan seorang figur heroik yang diilustrasikan sebagai siluet. Komunisme bukanlah masalah individual tapi menyangkut masyarakat banyak. Poster di atas menggambarkan derap langkah kemajuan ke depan. Ada parade pekerja dengan spanduk komunis merah di bawahnya. Di bagian langit digambarkan siluet-siluet yang menggambarkan pabrik-pabrik yang menghasilkan kekayaan bagi negara dan mengubah masyarakat. Matahari digambarkan sebagai roda penggerak yang berputar.

II.3 *New Economy Policy* sebagai “*The Roaring Twenties*” di Rusia

Новая экономическая политика /*Novaja Ekonomičeskaja Politika*/ atau yang biasa disebut sebagai *New Economy Policy* (NEP) adalah kebijakan ekonomi yang diterapkan oleh Lenin untuk mencegah keruntuhan ekonomi Rusia. NEP memperbolehkan dibukanya bisnis kecil untuk mendapatkan keuntungan pribadi,

sementara pemerintah tetap yang memegang wewenang atas perdagangan luar negeri, industri besar, dan bank.²⁹

NEP menggantikan kebijakan Komunisme Perang yang berlaku secara berhasil tetapi dengan korban yang luar biasa dalam Perang Saudara. Komunisme Perang menyebabkan penurunan besar dalam hasil pertanian. Para petani menolak untuk menanam gandum ekstra selama itu diberikan kepada Tentara Merah, mereka hanya ingin menanam gandum secukupnya untuk memberi makan diri mereka sendiri. Hal ini ditambah dengan kekeringan yang menyebabkan kelaparan besar. NEP diciptakan untuk mendorong para petani untuk menanam lebih banyak makanan dan bekerja sama dengan pemerintah. Meskipun beberapa pemimpin Bolshevik menentang, tampaknya hal tersebut penting karena keadaan yang memungkinkan untuk komersialisme swasta terbatas dalam bentuk NEP.

Dari semua barang yang diproduksi, pemerintah Soviet mengambil hanya sebagian kecil persentase barang. Hal ini menyebabkan para petani mengalami surplus yang bisa dijual secara pribadi. Setelah mulai menggunakan NEP, negara membuang jauh-jauh idealisme komunis dan mulai memodernisasi ekonomi, tapi kali ini, dengan cara berpikir yang lebih bebas dalam melakukan sesuatu. Uni Soviet berhenti menegakkan gagasan nasionalisasi di bagian tertentu dalam industri. Beberapa jenis investasi asing diharapkan oleh Uni Soviet di bawah NEP, untuk mendanai proyek-proyek industri dan pembangunan dengan devisa atau keperluan teknologi. (Sheila Fitzpatrick, 1984:95)

Produksi pertanian sangat meningkat. Alih-alih pemerintah mengambil semua surplus pertanian dengan kompensasi, para petani sekarang memiliki pilihan untuk menjual hasil surplus mereka, dan karena itu memiliki insentif untuk menghasilkan gabah yang lebih. Insentif ini ditambah dengan pecahnya kuasi-feodal perkebunan *estate* yang tidak hanya membawa produksi pertanian untuk tingkat pra-revolusi tapi melampaui mereka. Sementara sektor pertanian menjadi semakin bergantung pada pertanian keluarga kecil, industri berat, bank dan lembaga keuangan tetap dimiliki dan dijalankan oleh negara.

²⁹ *The New Economy Policy*. http://www.historylearningsite.co.uk/new_economic_policy1.htm.
diunduh 27 Maret 2012

Sejak pemerintah Soviet belum mengejar kebijakan industrialisasi apapun, dan tidak mengijinkannya untuk difasilitasi oleh insentif swasta yang sama yang meningkatkan produksi pertanian, hal ini menciptakan ketidakseimbangan dalam perekonomian dimana sektor pertanian tumbuh lebih cepat daripada industri berat. Untuk menjaga pendapatan mereka tinggi, pabrik-pabrik mulai menjual produknya dengan harga lebih tinggi. Karena meningkatnya biaya barang-barang manufaktur, petani harus menghasilkan gandum yang lebih banyak untuk membeli barang-barang konsumen.

Penurunan dalam harga barang pertanian dan kenaikan harga produk industri ini dikenal sebagai krisis *Scissors*³⁰ (dari bentuk grafik harga relatif ke tanggal referensi). Petani mulai menahan surplus mereka menunggu harga lebih tinggi, atau menjualnya untuk “*NEPmen*” (pedagang dan masyarakat menengah) yang kemudian menjualnya dengan harga tinggi, yang ditentang oleh banyak anggota Partai Komunis yang menganggapnya sebagai eksploitasi konsumen perkotaan.³¹ Untuk memerangi harga barang konsumen negara mengambil langkah-langkah untuk menurunkan inflasi dan melaksanakan reformasi pada praktek internal pabrik. Pemerintah juga menetapkan harga untuk menghentikan krisis *Scissors*. NEP berhasil menciptakan pemulihan ekonomi setelah dampak penghancuran dari Perang Dunia I, Revolusi Rusia dan perang saudara Rusia.

Periode NEP menjadi periode “*roaring twenties*” bagi Rusia. Periode ini adalah periode yang relatif bebas untuk melakukan percobaan yang menyenangkan di segala bidang. Di bidang seni, gerakan Konstruktivisme menjadi dominan. Dengan menolak seni untuk kepentingan seni, para konstruktivist ingin berkontribusi pada “konstruksi” masyarakat komunis baru. Seni dalam produksi dipimpin oleh El Lissitsky dan Aleksander Rodchenko.

³⁰ Krisis *Scissors* adalah nama dari insiden di Soviet awal saat periode *New Economy Policy*, ketika terjadi jurang besar antara harga industri dan pertanian - semakin lebar antara harga industri dan pertanian. Harga barang industri dan pertanian menyimpang, mencapai puncak pada bulan Oktober 1923 ketika harga industri adalah 290 persen, sementara harga pertanian hanya 89 persen (nama ini diciptakan oleh Trotsky mengacu kepada grafik harga / waktu yang berbentuk gunting). Robert Service. *Trotsky: A Biography*. Belknap Press. 2009 hlm. 304.

³¹ *История развития рекламы*. <http://www.nrtm.ru/index.php/istorija-razvitija-reklamy.html> diunduh 9 April 2012

Karya mereka dengan *photo-montage*, fotografi, dan desain grafis telah memberikan dampak yang besar terhadap *Bauhaus*³² dan arah seni grafis barat.

Sebagai tambahan, beberapa seniman mencoba untuk bekerja dengan desain-desain pakaian dengan keberhasilan yang bervariasi: Varvara Stepanova telah membuat desain untuk pakaian dengan motif-motif yang geometris dan terang, yang saat itu diproduksi secara massal. Lyubov Popova seorang pelukis dan desainer telah membuat desain Konstruktivis dengan jenis pakaian *flapper* sebelum kematiannya pada tahun 1924, dan rencananya akan diterbitkan di jurnal LEF³³.

II.4. Konstruktivisme, Poster Iklan Produk, dan *New Economy Policy* di Rusia

Sejarah periklanan di Rusia dimulai dari abad ke sepuluh. Saat itu para pedagang memikirkan suatu metode agar barang dagangan mereka habis terjual. Mereka mulai membayar orang untuk berteriak-teriak di depan toko mereka tentang apa manfaat produk yang dijual. Terkadang orang yang berteriak melebih-lebihkan manfaat produk tersebut, tapi hal itu tidak dipertimbangkan sebagai sesuatu yang menipu pembeli pada masa itu.

Iklan bergambar di Rusia mulai ada sejak abad ke tujuh belas. Pada saat itu muncul lembaran populer yang bernama *lubok*. *Lubok* (jamak: *lubki*) adalah cetakan lembar bergambar yang diwarnai dengan tangan dan sering disebut sebagai lembar populer, lembar rakyat, goresan rakyat, atau ukiran rakyat, dan merupakan lembaran yang nyata dan menarik dalam sejarah budaya Rusia. Saat itu rumah-rumah bangsawan telah memiliki sejumlah daftar yang menghibur. Tsar Aleksey Mikhailovich sangat suka dihibur oleh gambar-gambar pada kertas *lubok*. Secara bertahap *lubok* mulai diperkaya dengan prasasti, yang lambat laun menjadi semakin digunakan.³⁴ *Lubok* saat itu ada di setiap rumah, mulai dari rumah bangsawan sampai gubuk petani. Mereka menampilkan informasi dan ide-ide

³² Bauhaus adalah akademi desain pertama di Jerman. Di tempat ini beberapa seniman Rusia belajar menempa ilmu seni. *Bauhaus Online*. <http://bauhaus-online.de/en> diunduh 7 Juni 2012

³³ LEF ("ЛЕФ") adalah jurnal Left Front of the Arts ("Левый фронт искусств" – "Levy Front Iskusstv"), sebuah asosiasi untuk para penulis, fotografer, kritikus, dan desainer avant-garde di Uni Soviet. *History of Photography*. http://www.all-art.org/history658_photography10.html diunduh pada tanggal 21 Mei 2012.

³⁴ Alexander Boguslawski. *Russian Lubok*. <http://myweb.rollins.edu/aboguslawski/Lubok/lubok.html> diunduh 8 April 2012

dalam warna-warni gambar yang menarik dan dapat diakses oleh khalayak yang lebih luas.

Kepopuleran *lubok* telah mendapatkan tempat dalam dunia informasi dan periklanan. Dengan berkembangnya ekonomi pasar Rusia, *lubok* telah dengan berhasil digunakan untuk iklan komersial, beberapa *lubok* yang “menghibur” telah menggambar-gemborkan produk asing di dalamnya.



Gambar 4. Contoh lembaran lubok.

Sumber: матрИксъ (Hiero.ru)

Penggunaan *lubok* sebagai iklan bergambar di Rusia menunjukkan adanya suatu kaitan antara seni dan iklan. Seni gambar pada iklan menunjukkan adanya proses semiotika antara manusia dan simbol. William L. Rivers dalam bukunya yang berjudul *Mass Media and Modern Society* mengatakan bahwa manusia adalah makhluk yang tahu bagaimana harus bereaksi tidak hanya terhadap lingkungan fisiknya, namun juga pada simbol-simbol yang dibuatnya sendiri. Masyarakat menjadi tertarik membeli barang yang diiklankan karena gambarnya menarik.

Dari dalam buku yang sama, dikutip kata-kata dari William Bernbach, pemilik dan pendiri biro iklan *Doyle Dane Bernbach*³⁵ berpendapat bahwa iklan bukanlah ilmu, melainkan seni. Ia pernah mengatakan kepada seorang spesialis iklan lainnya:

“Mengapa orang mau melirik iklanmu. Pembaca tidak membeli majalah, memutar radio, dan menyetel televisi untuk menyimak iklan anda. Lalu untuk apa kita susah-payah membuat iklan kalau tidak ada yang memperhatikan? Pecayalah, mereka akan mengabaikan iklanmu, kecuali jika kau bisa menyajikan kesegaran, orisinalitas, dan imajinasi.” (William L. Rivers, 2005:47)

Pesatnya perkembangan periklanan di Rusia, khususnya iklan bergambar, dimulai saat periode NEP. Pada tahun 1921, *New Economy Policy* diberlakukan di Uni Soviet, yang kembali memperkenalkan negara kapitalisme terbatas dalam ekonomi Soviet. Rodchenko, Stepanova, dan yang lainnya tadinya membuat periklanan untuk co-operative dan berubah menjadi kompetisi dengan bisnis komersial. Seniman penyair Vladimir Mayakovsky dan Rodchenko telah bekerja bersama dan menyebut diri mereka “konstruktor periklanan”. Bersama mereka mendesain sebuah gambar yang sedap dipandang mata dengan fitur warna yang terang, bentuk yang geometris, dan huruf-huruf yang tebal. Kebanyakan huruf-huruf dari desain-desain ini diperuntukkan menciptakan reaksi dan fungsi emosional, karena kebanyakan desain-desain ini dibuat untuk para pemilik *department store* Mosselprom di Moskow; minyak untuk memasak, bir, dan produk lainnya, dengan klaim Mayakovsky bahwa karya terbaik yang pernah dia buat tidak ada di tempat lain kecuali Mosselprom.

Poster para Konstruktivis adalah yang pertama yang menggabungkan fotografi sebagai elemen desain grafis, bersamaan dengan slogan-slogan yang melengking, tipografi yang kuat dan komposisi dinamis yang terdiri dari diagonal yang kuat. Perintis dari gaya ini adalah tim dari Rodchenko dan Mayakovsky dalam periklanan dan Stenberg Brothers dalam poster-poster film.

³⁵ Doyle Dane Bernbach yang merupakan kepanjangan dari *DDB Worldwide Communications Group Inc*, yang dikenal secara internasional sebagai DDB, adalah pemasaran jaringan komunikasi di seluruh dunia. Dimiliki oleh Omnicom Group Inc, salah satu perusahaan terbesar yang di bidang dunia periklanan. *Advertising Age's AGENCY FAMILY TREES 2008*. <http://adage.com/images/random/datacenter/2008/agencyfamilytrees08.pdf>



Gambar 5. Contoh iklan konstruktivisme tentang buku oleh Rodchenko.

Sumber: *Creative Review* (creativereview.co.uk)

Masa-masa NEP juga membawa perkembangan bagi industri perfilman Soviet. Ribuan bioskop dibangun dan ratusan film diproduksi. Sovkino, institut film nasional, mendanai karya masterpiece Eisenstein (*Battleship Potemkin and October*), Dovzhenko (*Zvenigora*); dan Vertov. Penggunaan mereka dalam teknik baru seperti *photomontage* memiliki dampak yang besar terhadap perfilman barat.

Poster-poster film dalam periode ini menandai film-film yang mereka iklankan. Poster-poster tersebut dianggap sebagai poster film yang paling imajinatif yang pernah dibuat. Tidak hanya mereka tidak bekerja sama dengan teknik eksperimental yang digunakan dalam film, tapi karena film-film tersebut adalah film bisu dan garis ceritanya sering diubah agar sesuai dengan sensor. Hal itu membuat para seniman dapat mengembangkan kreativitas yang sangat besar.

Produksi poster negara saat itu dikepalai oleh Yakov Ruklevsky, yang merekrut para lulusan sekelompok sekolah desain. Yang paling terkenal adalah Stenberg bersaudara, Georgii dan Vladimir, yang memiliki tangkapan gambar-gambar yang dinamis tentang semangat pada masa itu. Yang lainnya adalah Nikolai Prusakov, Iosif Gerasimovich, dan Mikhail Dlugach yang telah membuat lebih dari 500 poster.

BAB III

MEMBACA MAKNA DALAM KARYA SENI VISUAL

Sebelum melangkah ke dalam bab analisis, penulis akan menjelaskan terlebih dahulu tentang karya seni visual dan bagaimana membaca makna dalam karya seni visual tersebut.

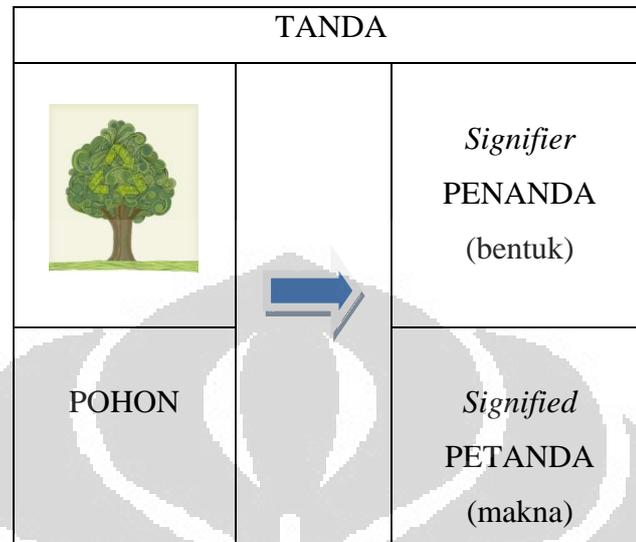
Pada suatu karya seni visual, unsur visual yang tersusun dengan baik dapat menarik minat pembeli yang melihat poster iklan tersebut. Sebagai contoh, dalam iklan, si pembuat iklan akan berperan sebagai penyampai pesan, dan masyarakat akan menjadi si penerima pesan. Apa yang termuat dalam sebuah iklan menjadi satu patokan yang paling penting apakah si pembuat poster, dalam hal ini yang berperan sebagai penyampai pesan, dapat menyampaikan pesannya dengan baik dan tepat guna sehingga masyarakat yang berperan sebagai si penerima pesan dapat menangkap maksudnya dengan baik. Berkenaan dengan ini, si pembuat poster harus membuat masyarakat mengerti makna dari ciri dan bentuk dalam karya yang dibuatnya.

Mengerti makna ciri dan bentuk dalam suatu karya seni visual berarti membaca gambar. Hal pertama yang harus dimengerti adalah seni memiliki spesifikasi tersendiri, yaitu teknik pembuatan dan elemen visual dari seni itu sendiri yang terdapat di dalamnya sebagai suatu area yang nyata dari bagian pengetahuan manusia. Membaca gambar berarti harus dapat melihat seni sebagai suatu bagian aktivitas dari manusia yang nyata dan berbeda dari yang lain. Aspek lain yang harus dimengerti selain spesifikasi adalah situasi dan bentuk sejarah yang terbentuk pada saat pembuatan karya seni tersebut, baik itu secara ekonomi, sosial, maupun politik. Kedua aspek ini harus dimengerti secara mendalam bila ingin benar-benar mengerti dan menghargai suatu karya seni.³⁶

Semiotik adalah pembelajaran dan pemahaman mengenai tanda, yang dalam hal ini adalah suatu gambar atau ikon. Ferdinand de Saussure (1916) melihat tanda adalah sebagai pertemuan antara bentuk (yang tercitra dalam kognisi seseorang) dan makna (atau isi, yakni dipahami oleh manusia pemakai tanda). Menurut Saussure, sebuah tanda dapat memiliki *signifier* (penanda), yaitu

³⁶ Alice G. Guillermo. *Reading The Image*.
http://asymptotik.net/artweb/reading_the_image_3.html diunduh pada tanggal 28 Mei 2012

bentuk dari tanda itu sendiri, dan *signified* (petanda), yaitu makna atau konsep dari bentuk tanda tersebut.³⁷ Seperti pada contoh di bawah ini.



Seperti yang terlihat pada contoh di atas, kata ‘pohon’ merupakan sebuah tanda yang terdiri dari dua segi yakni /pohon/ dan konsep pohon itu sendiri. De Saussure menyebut penanda /pohon/ sebagai bentuk citra akustik yang mempunyai relasi dengan konsep ‘pohon’ yakni petanda.³⁸

Suatu karya seni visual dapat terdiri dari berbagai tanda yang dalam segala bentuk dan elemennya terdapat suatu semantik atau potensi penyampaian makna dan bagaimana hubungannya terhadap satu sama lain mengandung sebuah konsep dan nilai yang berarti adalah petanda karya seni tersebut. Alice G. Guillermo dalam artikelnya yang berjudul “*Reading The Image*” menyatakan bahwa dalam membaca makna suatu gambar, terdapat empat bidang yang harus diperhatikan. Berikut penulis akan menjelaskan keempat bidang tersebut.

III.1. Bidang semiotik dasar

Bidang semiotik dasar dalam suatu karya seni visual mencakup unsur visual, teknik pembuatan dan media yang dipilih, bentuk karya, dan unsur fisik lainnya.

³⁷ Benny H. Hoed. 2007. *Semiotik dan Dinamika Sosial Budaya*. Depok: Komunitas Bambu hlm 29

³⁸ Ibid. 30.

Hal pertama yang harus diperhatikan dalam membaca suatu karya seni visual adalah unsur visual dan bagaimana unsur tersebut diterapkan. Unsur visual yang dimaksud disini mencakup garis, warna, bentuk, komposisi dalam ruang, dan gerakan unsur tersebut. Setiap elemen memiliki potensi penyampaian makna yang tersadari, terkonfirmasi, dan terakui dalam hubungannya dengan unsur lain. Sementara unsur-unsur tersebut bersatu, ada kemungkinan hubungan yang justru bertentangan satu sama lain, yang mungkin merupakan bagian dari suatu pemaknaan.

Selanjutnya adalah melihat media yang digunakan dalam pembuatan karya seni visual tersebut dan teknik pembuatannya. Dalam seni kontemporer, media memiliki pengaruh dalam pemaknaan suatu karya. Seperti misalnya, kertas buatan tangan akan menandakan kepribadian yang unik dan personal. Dengan kertas buatan tangan seniman dapat mengeluarkan kreativitas sebebas-bebasnya di atas media yang ia kehendaki dan sesuai dengan apa yang dia inginkan dan dapat mengekspresikan kreativitas itu sendiri dimulai dari media dasarnya. Hal ini berlawanan dengan kertas standar yang diproduksi secara massal, yang mana seniman akan mengikuti aturan baku dalam kebebasan mengekspresikan kreativitasnya di atas media yang sudah ditentukan jarak lebar dan panjangnya. Seniman hanya akan harus menuangkan kreativitasnya di media yang terbatas. Teknik pembuatan tentunya adalah cara pembuatan dan metode yang dilakukan si seniman dalam membuat karya seninya, apakah itu dengan cara tradisional ataukah memerlukan suatu teknologi dalam proses pembuatan karya seni itu sendiri.

Bentuk sebuah karya seni visual juga dapat mempengaruhi pemaknaan karya tersebut. Dalam seni kontemporer, bentuk tidak lagi kaku dan mengikuti aturan, tapi para seniman akan memiliki kebebasan dalam pengekspresian kreativitas menciptakan makna lain melalui sebuah bentuk. Seperti misalnya, pilihan kanvas yang berbentuk persegi akan memiliki makna unsur simbolis yang melambangkan adanya ketepatan penggunaan di dalamnya.

Unsur fisik lain seperti notasi, fitur, tanda, baik yang disengaja ataupun tidak disengaja, adalah merupakan bagian dari petandaan suatu karya. Unsur karya seni visual memperoleh semantik atau potensi penyampaian maknanya dari

dua sumber: a) pengalaman psikofisikal (psikologis dan fisik) manusia; dan b) ketentuan sosio-budaya dari masyarakat dan periode tertentu (Matejka dan Titunik: 1976). Sebagai manusia, saraf sensor dan pengalaman fisik individu secara umum terlebur bersamaan dengan kondisi dan proses psikologis. Pengalaman psikofisikal adalah asosiasi kompleks yang terjadi antara pikiran dan emosi yang terjadi dan terbentuk bersamaan dengan pengalaman manusia dalam merasakan adanya siang dan malam, kesenangan dan kesakitan, panas dan dingin, hubungan jarak, dan sebagainya yang merupakan semua pengalaman manusia yang terjadi secara alamiah.³⁹ Karena semua pengalaman milik manusia inilah manusia dapat berbagi tentang apa yang mereka rasakan mengenai pengalaman tersebut, dan hal itulah yang memungkinkan adanya persetujuan secara umum mengenai apa arti unsur-unsur tersebut dan pemaknaan gunanya dalam suatu karya seni.

III.1.1. Simbol

Potensi penyampaian makna dalam simbol akan mempengaruhi makna gambar secara keseluruhan. Apakah simbol tersebut disusun secara vertikal, horizontal, atau apakah simbol itu berbentuk segitiga, kotak, dan sebagainya. Simbol gambar yang mengandung idea tau konsep disebut ideogram. Simbol yang baik akan menghubungkan antara koneksi dengan konsep atau nilai yang diharapkan masyarakat dapat merepresentasikan apa yang dimaksud.⁴⁰ Setiap simbol memiliki makna dan konsep tersendiri. Berikut penulis jabarkan makna dan konsep dari simbol-simbol yang sering muncul dalam sebuah karya seni visual, terutama dalam penulisan skripsi ini. Semua makna dari simbol yang akan dijabarkan di bawah adalah berdasarkan apa yang tertulis dalam buku *Symbols* karya Carl. G. Liungman⁴¹.

³⁹ Alice G. Guilermo. Op.Cit.

⁴⁰ *Logos*. <http://courseweb.stthomas.edu/mjodonnell/cojo256/pdf/logos.pdf> diunduh 4 Juni 2012

⁴¹ Liungman adalah seorang psikolog yang berasal dari Universitas Lund di Afrika. Pada tahun 1970 ia menulis buku tentang sejarah dan konsep tes IQ. Pada tahun 1972 ia memiliki ketertarikan pada semiotik, ilmu komunikasi dengan tanda, dan ideogram barat, dan akhirnya menulis buku tentang ensiklopedia ideogram barat. *Symbols - Encyclopedia of Western Signs and Ideograms*. <http://www.symbols.com/cgl/> diunduh 15 Juni 2012.

a. Segitiga 

Segitiga melambangkan suatu peringatan, tetapi juga lambang sesuatu yang aman. Di sisi lain, segitiga dapat melambangkan kesucian atau kekuatan yang tak terbatas. (Liungman, 2004:28)

b. Segitiga terbalik. 

Dengan ujung yang mengarah ke bawah, segitiga terbalik dapat melambangkan sebagai suatu elemen yang mengalir atau muncul keluar dari suatu sumber. (Liungman, 2004:28)

c. Matahari terbit. 

Simbol matahari terbit adalah salah satu ideogram kuno yang berarti sesuatu yang baru atau sesuatu yang diawali dengan hal yang baru, seperti hari yang baru. (Liungman, 2004:42)

d. Lingkaran. 

Lingkaran dalam ilmu astrologi berarti kepribadian manusia yang muncul dari dalam. Dalam ideografi barat, lingkaran dapat melambangkan sebagai sesuatu yang abadi dan tanpa akhir, sesuatu yang tanpa awal dan tanpa akhir, juga berarti sesuatu yang memiliki segala kemungkinan yang ada. Di Rusia, lingkaran dapat memiliki arti sesuatu yang berotasi atau berputar. (Liungman, 2004:26)

e. Panah. 

Simbol panah mengindikasikan suatu gerakan dalam arah yang telah ditentukan. Jaman dahulu simbol panah sering digunakan sebagai dekorasi pada pedang. (Liungman, 2004:4)

III.1.2 Warna

Warna sangat berpengaruh dalam sebuah karya seni. Warna dapat mempengaruhi perasaan dan emosi seseorang yang melihatnya. Seseorang menjadi tiba-tiba memiliki perasaan awas atau waspada apabila ia melihat warna

merah, yang secara universal memiliki arti waspada. Warna yang sama dapat memiliki arti yang berbeda dilihat dari dimana warna tersebut ditempatkan. Merah dapat memiliki arti berhenti apabila ditempatkan di jalan raya di sebuah rambu lalu lintas, dan merah yang sama pula dapat berarti panas apabila dilihat di sebuah temperatur suhu. Perbedaan asal negara juga mempengaruhi makna dari sebuah warna. Di Indonesia, warna merah berarti adalah lambang keberanian, dapat dilihat dari simbol warna merah dalam bendera Merah Putih, sedangkan di Rusia warna merah berarti melambangkan komunisme dapat dilihat dalam simbol komunisme Palu Arit sebagai warna latar belakang.

Warna bukanlah hanya sekedar warna. Warna memainkan peranan penting sebagai sebuah simbol. Manusia yang melihat atau memikirkan sebuah warna dapat memproduksi suatu reaksi tertentu dalam pikirannya.⁴² Menurut Olga Dmitrieva dalam penelitiannya di Tomsk State University yang berjudul *Color Association* mengatakan bahwa bila sebuah asosiasi antara warna dan reaksi pikiran manusia cukup stabil dan terjadi terus-menerus, maka hal itu akan menjadi suatu bagian dari struktur semantik warna-kata.

III.1.2.1 Teori Warna

Teori warna digunakan untuk membaca makna yang timbul dari sebuah warna. Ada tiga kategori dasar dari teori warna yang berguna: Roda warna, harmoni warna, dan konteks bagaimana warna tersebut digunakan.⁴³

III.1.2.1.1. Roda Warna

Roda warna berdasarkan dari tiga warna primer, yaitu warna merah, biru, dan kuning. Sir Isaac Newton mengembangkan diagram lingkaran warna pertama pada tahun 1666. Sejak saat itu para ilmuwan dan seniman mempelajari dan mendesain berbagai variasi dari konsep tiga warna tersebut. Dimulai dari warna dasar merah, biru, dan kuning. Kemudian muncul warna sekunder yaitu ungu,

⁴² Olga Dmitrieva. *Color Associations*.

http://www.colormatters.com/media/pdf/Color_Associations.pdf diunduh 2 Mei 2012

⁴³ *Basic Color Theory*. <http://www.colormatters.com/color-and-design/basic-color-theory> diunduh 1 Juni 2012

jingga, dan hijau. Lalu muncul warna tersier yaitu ungu biru, biru hijau, hijau kuning, kuning jingga, jingga merah, merah ungu.



Gambar 6. Roda Warna
Sumber: Color Theory (colormatters.com)

III.1.2.1.2. Harmoni dalam warna

Dalam seni visual, harmoni adalah sesuatu yang menyenangkan mata. Ini melibatkan orang lain yang melihat dan menciptakan suatu keseimbangan yang baik dalam seni visual. Suatu ketidakharmonisan akan membuat orang yang melihat satu karya seni visual tidak tahan untuk melihatnya berlama-lama.

Harmoni dalam warna akan tercipta apabila penerapan warna tersebut mengikuti roda warna. Warna yang bertentangan atau berlawanan letaknya dalam roda warna akan menciptakan suatu ketidakharmonisan. Seperti misalnya warna ungu tidak akan harmoni apabila diletakkan berdekatan dengan warna hijau, sebaliknya akan menjadi sangat baik apabila disejajarkan dengan warna merah atau biru.

III.1.2.1.3. Konteks penggunaan warna

Penggunaan warna harus dilakukan dengan tepat sesuai dengan konteks yang maknanya ingin disampaikan, karena warna dapat melambangkan suatu simbol. Di Rusia sendiri, makna dari simbol warna mendapatkan pengaruh dari Kesenian Byzantium sejak masa kepopuleran ikon di Rusia.⁴⁴ Berikut akan dijabarkan arti untuk setiap warna yang akan paling sering muncul dalam analisis penulisan skripsi ini.

a. Hitam

⁴⁴ Gagan Diesh. 2006. *Icons, Their History, and Construction*. Canada.

Hitam dalam warna ikon di Rusia melambangkan adanya kemisteriusan dan kegelapan. Di masa kini, warna hitam dapat melambangkan sesuatu yang elegan. (Diesh, 2006:7) Dalam ikonografi, gua dicat dengan warna hitam sebagai simbol makam manusia dan jurang neraka yang menganga. Hitam juga berarti warna yang misterius. Misalnya, dengan latar belakang hitam, yang menunjukkan kedalaman tidak bisa dimengerti dari alam semesta, ikon pelukis digambarkan Cosmos - seorang pria tua dengan mahkota - dalam ikon Pentakosta atau Turunnya Roh Kudus. Jubah hitam para bhikkhu, yang telah meninggalkan jalan hidup duniawi, adalah simbol mereka dengan menghindari kesenangan dan mengalami sekarat kematian dalam menjalani hidup.⁴⁵

b. Merah

Merah melambangkan darah, gairah, dan kekuatan. Warna merah dapat membuat seseorang menjadi awas atau menyadari akan suatu hal. Pada masa pemerintahan Bolshevik, masyarakat sering mengasosiasikan warna merah sebagai Komunisme. (Diesh, 2006:7) Merah adalah salah satu warna yang paling sering digunakan dalam ikon. Merah adalah warna panas, gairah, kehidupan cinta, dan energi yang memberi kehidupan, dan karena alasan ini merah menjadi simbol dari kebangkitan - kemenangan kehidupan atas kematian. Tetapi pada saat yang sama adalah warna darah dan siksaan, dan warna dari pengorbanan Kristus. Martir digambarkan dalam pakaian merah pada ikon. Dalam kobaran api merah langit sayap Serafim - malaikat ditempatkan berdekatan dengan takhta Allah. Kadang-kadang ikon dicat dengan latar belakang merah sebagai simbol perayaan hidup yang kekal.⁴⁶

c. Emas

Emas dalam warna Rusia melambangkan adanya suatu tenaga atau energy yang muncul dari dalam jiwa. (Diesh, 2006:7) Dalam ikonografi, kecemerlangan emas dalam mosaik dan ikon memungkinkan untuk merasakan cahaya terang Tuhan dan kemegahan kerajaan surgawi yang mana tidak pernah ada pada setiap malam. Emas melambangkan sifat ilahi Tuhan sendiri.⁴⁷

⁴⁵ *Symbolism of Colors in Icon*. <http://www.orthodoxworld.ru/en/icona/11/index.htm> diunduh 13 Juli 2012 par 9

⁴⁶ *Ibid.* par 4

⁴⁷ *Ibid.* par 2

d. Putih

Warna putih melambangkan kesucian, sesuatu yang bersifat bersih. Putih juga merupakan warna yang bersifat ketuhanan. (Diesh, 2006:7) Dalam ikonografi, putih adalah simbol surgawi dan cahaya Tuhan. Putih adalah lambang kebersihan, kesucian, dan kesederhanaan. Dalam ikon, paus dan orang-orang yang pantas biasanya diberi pakaian berwarna putih sebagai orang yang layak - orang-orang yang baik, jujur, dan hidup di dalam kebenaran. Dalam perlakuan yang sama, putih digunakan sebagai kain yang membungkus bayi, dan jubah-jubah malaikat. Hanya orang-orang yang berjiwa layak yang pantas memakai warna putih.⁴⁸

e. Biru

Warna biru dalam sejarah ikon di Rusia melambangkan sesuatu yang tidak terbatas, seperti biru pada langit. Surga dalam mitos di Rusia juga dilambangkan dengan warna biru. Warna biru juga melambangkan simbol perenungan atau pemikiran. (Diesh, 2006:7) Dalam ikonografi, biru gelap dan biru melambangkan ketidakterbatasan langit dan merupakan simbol lain dari dunia yang abadi. Warna latar dari lukisan mural di banyak gereja Byzantium didedikasikan kepada Bunda Maria dalam warna biru gelap.⁴⁹

f. Hijau

Warna hijau melambangkan simbol kehidupan dan masa muda dalam sejarah ikon di Rusia. (Diesh, 2006:7) Dalam ikonografi, hijau adalah warna yang natural, warna dari makhluk hidup. Hijau juga merupakan warna rumput dan daun, masa muda, bunga-bunga, harapan, dan perubahan abadi. Ikonografer kuno sering melukiskan tanah hijau untuk mendenotasikan tempat dimana kehidupan dimulai.⁵⁰

g. Kuning

Warna kuning di belahan dunia Eropa Timur dalam roda warna dari sumber www.informationisbeautiful.net melambangkan adanya sesuatu yang sakral. dapat juga berarti sebagai kehilangan, kesakitan, atau kematian.

⁴⁸ Ibid. par 5

⁴⁹ Ibid. par 6

⁵⁰ Ibid. par 7

III.2. Bidang gambar

Bidang gambar yang dimaksud disini adalah membaca suatu gambar yang mungkin dapat bermakna banyak dan unik. Jika subjek itu manusia, apakah ekspresi wajahnya menyiratkan kesenangan atau kesedihan? Bagaimana cara tubuhnya menghadap, bagaimana cara kepalanya menoleh, bagaimana cara si tokoh tersebut memegang suatu benda, bagaimana kelopak mata menutupi matanya, ke arah mana si subjek memandang, dan sebagainya. Pakaian, aksesoris, dan segala macam yang dipakai si tokoh juga memiliki andil dalam pemaknaan tersendiri. Semua itu akan memberikan makna tersendiri yang nantinya akan bergabung dengan makna-makna unsur lain untuk menjadi satu kesatuan yang utuh dalam penyampaian pesan.

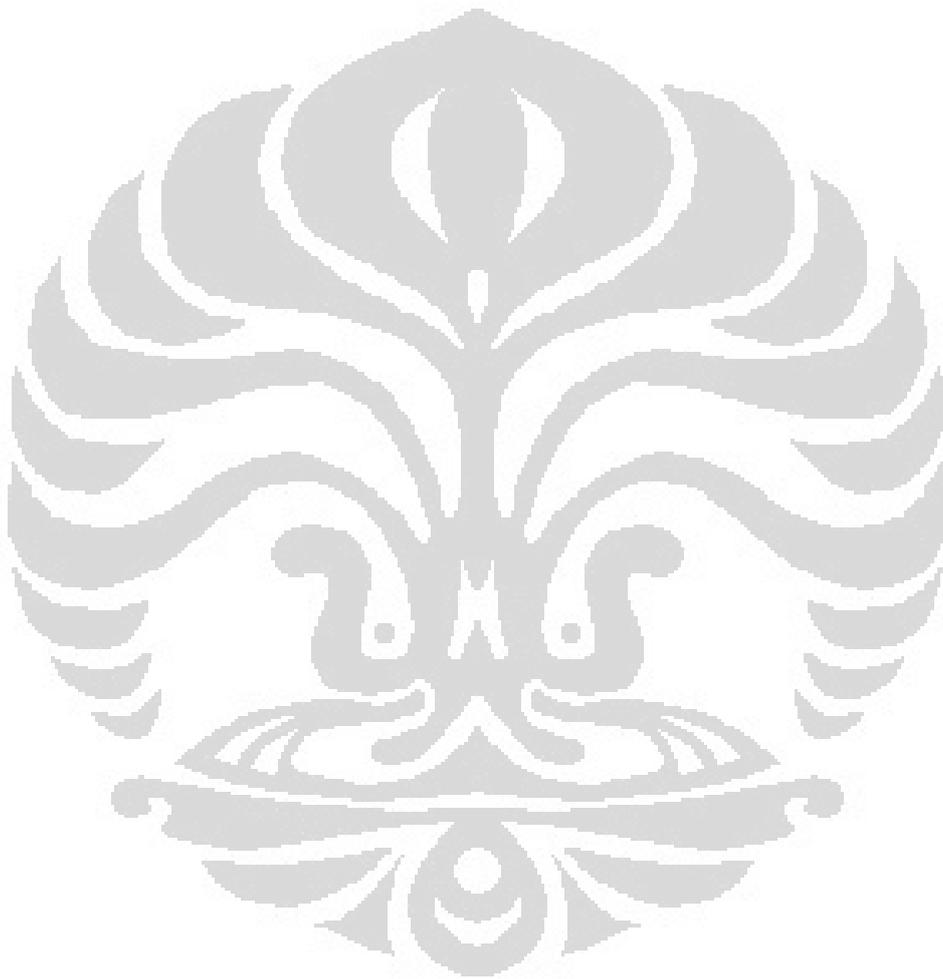
III.3. Kontekstual

Tahap ini merupakan hasil dari proses pembacaan makna mulai dari bidang semiotik dasar dan bidang gambar. Di tahap ini akan dilihat bagaimana konteks sejarah, politik, sosial, serta latar belakang lainnya yang terkait pada kehidupan masyarakat saat itu akan mempengaruhi suatu karya seni visual. Seperti contoh apabila karya yang dibuat adalah suatu iklan produk, seniman akan mencari bagaimana latar belakang produk yang akan diiklankan agar ia dapat menciptakan iklan yang sesuai dan dapat merepresentasikan produk yang diiklankan melalui seni visual yang ia ciptakan. Apabila karya seni visual yang ia ciptakan adalah suatu karya yang bertujuan untuk propaganda, si seniman harus memperhatikan latar sosial dan politik yang terjadi di masyarakat saat itu agar maksud propagandanya tersampaikan.

III.4. Evaluasi

Tahap terakhir ialah evaluasi, yaitu penilaian suatu karya seni dilihat dari berbagai aspek. Setelah dilihat dan dimengerti tentang tiga bidang sebelumnya, suatu karya visual di tahap ini akan dilihat apakah seni yang dibuat sesuai dan tepat guna, dan apakah maksud yang ingin disampaikan si seniman sebagai penyampai pesan akan sampai kepada masyarakat sebagai si penerima pesan. Akan dilihat pula apakah karya seni tersebut sesuai dengan konteks yang terkait

pada masyarakat di masa itu. Bila karya yang dibuat adalah sebuah iklan produk bergambar, di tahap evaluasi ini akan dilihat apakah seni visual yang diciptakan untuk mengiklankan produk tersebut sudah sesuai dan dapat merepresentasikan produk tersebut dengan baik. Pengevaluasian terhadap pandangan masyarakat mengenai penciptaan suatu karya seni visual juga termasuk hal yang paling penting agar proses penyampaian makna dari seni tersebut dapat mencapai satu proses yang utuh.



BAB IV
ANALISIS MAKNA KONSTRUKTIVISME DALAM SENI GRAFIS PADA
POSTER IKLAN PRODUK DI RUSIA PERIODE *NEW ECONOMY*
POLICY 1923-1929

Di dalam bab analisis ini, akan dijabarkan ciri dan bentuk Konstruktivisme dalam poster iklan produk di Rusia sebagai aspek fisik unsur visual dari poster-poster itu sendiri, seraya mengungkap makna di dalamnya melalui bidang kontekstual yang terjadi di balik produk-produk yang diiklankan. Disini penulis akan menerapkan teori de Saussure tentang petanda dan penanda dan bagaimana membaca sebuah gambar dari unsur dan tanda-tandanya. Berikut ciri dan bentuk yang terdapat dalam gambar poster-poster iklan produk dengan seni Konstruktivisme yang akan diulas satu persatu, dimulai dari media yang digunakan, teknik pembuatan yang diterapkan, unsur-unsur visual yang terdapat di dalamnya, hingga tujuan dan maksud yang ingin disampaikan.

IV.1. Media yang Digunakan

Dalam mengabdikan pada seni Konstruktivisme yang tidak begitu menghiraukan keharmonisan dan keindahan dalam dekorasi yang tidak berguna, para seniman Konstruktivis memakai kertas dengan ukuran standar yang diproduksi secara massal untuk mempercepat proses pembuatan. Bentuk kertas yang digunakan dalam proses pembuatan adalah persegi panjang dengan orientasi kertas *portrait* atau *landscape*. *Portrait* adalah orientasi kertas dengan panjang ke atas dan *landscape* adalah orientasi kertas dengan panjang ke samping. Bentuk persegi panjang melambangkan adanya ketepatan dalam penerapan unsur visual yang akan dimasukkan ke dalam poster. Seniman dapat memanfaatkan ruang yang luas dalam persegi panjang dengan batasan media yang cukup. Penggunaan bentuk persegi panjang dalam poster dan jenis kertas yang standar membuat para Konstruktivis dapat menciptakan seni dengan cepat dan tepat guna ke dalam setiap poster yang dibuatnya.

IV.2. Unsur Visual Dalam Poster Konstruktivisme

Unsur visual dalam suatu karya seni adalah aspek fisik yang paling mempengaruhi dalam potensi penyampaian makna seni itu sendiri. Unsur visual dapat menentukan apakah suatu karya seni memiliki makna dan keharmonian dalam penyampaian pesan yang dimaksud oleh si seniman.

Dalam sebuah iklan bergambar, unsur visual merupakan elemen utama dalam penyampaian isi pesan iklan. Unsur visual seperti gambar, warna, simbol dan sebagainya dapat menyampaikan pesan lebih banyak daripada sekedar kata-kata. Unsur visual dapat menarik masyarakat untuk memperhatikan sebuah iklan karena keindahannya, dan membuat orang-orang yang melihat merasa penasaran dengan apa yang iklan tersebut berusaha sampaikan, dan ketika mereka mengerti arti atau makna dari unsur visual tersebut, ada kemungkinan mereka akan membeli produk yang diiklankan. Iklan juga dapat merupakan sebuah kesan pertama yang didapat masyarakat dari produk yang diiklankan. Iklan yang tidak jelas maknanya atau iklan yang cara penyampaian pesannya tidak menarik akan membuat masyarakat berpikir bahwa produk yang diiklankan juga tidak menarik, dan pada akhirnya mereka juga tidak akan tertarik untuk membeli produk tersebut.

Poster iklan Konstruktivisme pada periode *New Economy Policy* di Rusia juga mengandung unsur-unsur visual yang digunakan untuk menampilkan produk yang diiklankan ke dalam media cetak kertas. Tekad para Konstruktivis yang menyatakan bahwa seni harus berkontribusi dalam pembangunan kemajuan negeri dan tidak menggunakan bahan yang nantinya hanya akan menjadi dekorasi tidak berguna⁵¹ juga mempengaruhi gaya mereka dalam menciptakan unsur visual terhadap poster iklan yang akan mereka buat. Hal itu membuat poster-poster iklan produk yang beredar pada periode *New Economy Policy* di Rusia memiliki ciri dan bentuk khas tersendiri yang membedakannya dari seni dalam gerakan-gerakan seni yang lainnya. Berikut penulis akan menganalisis unsur visual yang terdapat dalam poster Konstruktivisme.

⁵¹ Didit Widiatmoko. Op.Cit.

IV.2.1. Teknik Fotografi *Photo-Montage*

Periode *New Economy Policy* menjadi suatu awal mula bagi Rusia untuk merasakan dan mengalami kehidupan dan pembangunan dari negara yang dinamis dan modern. Kebebasan yang diberikan kepada masyarakat untuk membuka bisnis kecil untuk mendapatkan keuntungan pribadi membuat masyarakat berlomba-lomba untuk membuat iklan agar barang dagangannya laku di pasaran.

Para seniman dibayar untuk melakukan pekerjaan tersebut. Permintaan yang massal dari masyarakat membuat mereka harus bekerja cepat dalam memproduksi iklan-iklan tersebut. Teknik pembuatannya pun harus dilakukan sesederhana mungkin agar mereka dapat memenuhi semua permintaan pesanan.

Mereka pun memilih kertas yang standar yang diproduksi secara massal. Mereka tidak menghiraukan keunikan dan keindahan dengan memilih pembuatan dengan kertas standar. Produksi harus dilakukan dengan cepat dan materi yang tidak berguna seperti bentuk kertas yang tidak standar yang mana hanya akan menjadi dekorasi semata harus ditiadakan.

Salah satu ciri penting yang dapat ditemukan dalam poster iklan dalam gerakan seni konstruktivisme adalah fotografi. Elemen fotografi seringkali muncul di dalam poster-poster konstruktivisme, khususnya poster iklan produk, dimulai dari teknik pembuatan poster itu sendiri. Fotografi muncul dalam poster iklan produk tersebut digunakan untuk menggambarkan suatu barang yang akan diiklankan atau yang akan ditunjukkan, misalnya foto produk itu sendiri atau foto seorang tokoh cerita dalam film ataupun tokoh figur masyarakat. Salah satu contoh penerapan unsur visual fotografi dapat dilihat sebagai berikut.



Gambar 7. Proses pembuatan teknik *photo-montage*.
 Sumber: *History of Photography* (all-art.org)

Foto di atas merupakan foto asli model sebelum dibentuk menjadi sebuah poster. Kemudian foto tersebut diputar dan dipotong hanya pada bagian hanya kepala dan leher tanpa latar belakang, yang kemudian lagi dipotong menjadi bulat. Lalu, hasil potongan foto ditempel pada kertas dan selanjutnya diberi unsur visual lain seperti garis lingkaran yang membingkai foto dan teks-teks produk yang ingin diiklankan seperti berikut.



174. Родченко А.
Ленгиз. Книги по всем отраслям знания. 1925

Gambar 8. Hasil proses teknik *photo-montage* dalam poster
Sumber: *Конструктивизм в советском плакате* (Pandia.ru)

Teknik penyusunan komposisi foto di atas merupakan satu teknik dalam desain yang disebut dengan *photo-montage*. *Photo-montage* adalah suatu teknik proses pembuatan satu komposisi media cetak dengan cara memotong dan menggabungkan beberapa foto. Setelah dibentuk, media cetak tersebut terkadang dicetak kembali sehingga hasil susunan berbagai macam foto tersebut tidak terlihat dan menjadi mulus.⁵² Salah satu contoh hasil karya media cetak yang menggunakan teknik *photo-montage* adalah poster-poster Konstruktivisme Rusia.

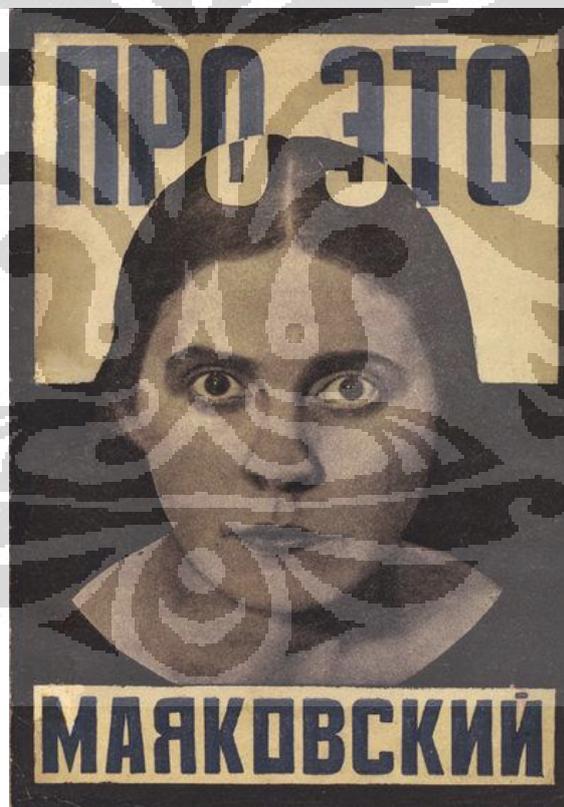
Fotografi di Rusia telah responsif terhadap perubahan ideologis yang telah mengatur peran semua seni visual, namun penekanannya selalu telah dalam gambar kamera sebagai utilitarian, bukan pernyataan pribadi swasta. Dari periode awal sekitar 1917 hingga saat ini, pandangan para pemimpin Revolusi telah meyakinkan pemerintah Soviet bahwa media berpotensi dalam komunikasi massa.⁵³ Kamera telah diyakini sebagai alat untuk memproyeksikan aspek konstruktif kehidupan nasional ke dalam buku-buku, majalah, dan poster. Konsep berorientasi sosial ini telah memberikan ide kepada Alexander Rodchenko menggunakan teknik *photo-montage*, *close-up*, dan sudut pengambilan gambar

⁵² David Geelan. 2006. *Undead Theories: Constructivism, Eclecticism and Research in Education*. Rotterdam: Sense Publishers

⁵³ Тарабукин Н. *Фото-механика* - В кн.: *Альманах Пролеткульта*. М.,1925. С. 114) /Tarabukin N. *Foto-mexanika* - V kn.: *Al'manah Proletkul'ta*. М.,1925. S. 114 / Tarabukin N. *Foto-mekanis* - Dalam: *Almanak Proletkult*. 1925. hlm 114.

yang tidak biasa ke dalam karya seninya untuk membuat fotografi diterima oleh masyarakat. Teknik yang digunakan oleh Rodchenko ini dianggap sebagai sarana yang dapat menciptakan visi baru tentang masyarakat yang sedang mengalami pembangunan menuju masyarakat modern.

Adaptasi dari *photo-montage* secara khusus dipimpin oleh seniman Soviet dalam mempertimbangkan “cara yang langsung dan berhasil dalam mencapai tugas besar dalam kembali mendidik, menginformasikan, dan membujuk orang.” Teknik Rodchenko ini diaplikasikan ke dalam desain untuk sampul buku, ilustrasi, termasuk seri untuk Vladimir Mayakovsky di puisi *Pro Eto* (Tentang ini) dan terutama untuk majalah dari seni LEF (*Left Front of the Arts* dan *Novyi LEF* (NewLeft) (pi. no. 598) yang mana dia terlibat selama pertengahan 1920-an dalam menyegarkan seni grafis Soviet.⁵⁴



Gambar 9. Pro Eto karya Mayakovskij
Sumber: *History of Photography* (all-art.org)

Photo-montage dipandang sebagai obat mujarab untuk poster propaganda yang tidak memerlukan pelatihan profesional yang wajib. Hal ini sangat

⁵⁴ *History of Photography*. op cit

membantu para Konstruktivis, pernyataan tersebut diterbitkan pada tahun 1925 dalam “Альманахе Пролеткульта” (Almanak Proletkult) dalam artikel khusus berjudul - Aleksei Gan “Конструктивизм в типографском производстве” (Konstruktivisme dalam pembuatan kertas) dan Tarabukin “Фото-механика” (Foto-mekanis). Mereka secara terbuka menyatakan bahwa *photo-montage* adalah sebuah cara “sumber daya visual yang paling mudah dan cepat yang tidak memerlukan kemampuan di sekolah yang kompleks dan akademis”.⁵⁵

Sebelum teknik *photo-montage* muncul, para seniman akan diharuskan untuk memiliki pengetahuan seni di bidang menggambar atau melukis objek visual yang akan dicetak. Dengan adanya teknik *photo-montage*, mereka tidak diharuskan memiliki semua pengetahuan tersebut. Mereka hanya perlu memotret objek yang akan ditampilkan, memotongnya dan menggabungkannya dengan foto-foto lain, dan kemudian hasil dari semua itu difoto kembali agar hasil penggabungannya terlihat lebih mulus. Dengan adanya teknik *photo-montage*, para seniman dapat membuat pesanan poster dengan cepat.

IV.2.2. Bentuk-Bentuk Geometris

Bentuk-bentuk geometris seringkali ditemukan di dalam poster-poster dengan gerakan Konstruktivisme. Bentuk-bentuk geometris yang dimaksud ialah seperti lingkaran, kotak, persegi, panah, dan segitiga. Satu bentuk geometris dapat menyiratkan arti yang bermacam-macam, seperti contoh, gambar lingkaran dapat memiliki arti tanpa batas, dan dapat juga memiliki arti kepribadian seseorang, tergantung bagaimana lingkaran tersebut diterapkan dalam suatu seni visual.

Poster-poster yang beredar pada masa *New Economy Policy* tentunya membawa pengaruh terhadap pembangunan bangsa, khususnya untuk kepentingan berkomunikasi. Meskipun para seniman, penulis, dan para intelektual Rusia disanjung dalam produksi pencapaian karya budaya mereka yang terhebat selama abad ke-19, pada awal abad 20 mayoritas warga negara masih banyak yang tidak berpendidikan.⁵⁶ Di masa-masa seperti itu, seni visual memainkan peranan

⁵⁵ Тарабукин. Оп.Сит. 114.

⁵⁶ *Dictatorship of The Air - Poster Gallery*. <http://dictatorshipoftheair.com/poster-gallery/> diunduh 16 Juni 2012

penting dalam berkomunikasi kepada masyarakat disamping mengungkapkan ide-ide yang kompleks dan sulit secara langsung.



Gambar 10. Contoh poster dengan bentuk geometris
Sumber: *Constructivism* (internationalposters.com)

Poster di atas adalah salah satu contoh poster Konstruktivisme yang memakai bentuk geometris sebagai unsur visualnya, yaitu bentuk panah. Meskipun poster di atas hanya menggunakan bentuk geometris yang sederhana, poster tersebut tetap dapat menyampaikan isi pesan iklannya secara jelas, yaitu jasa pelatihan kepada para petani di Aviokhim agar dapat menggunakan senjata gas kimia dalam memerangi hama belalang.

Bentuk-bentuk geometris telah mewarnai bidang seni di dunia sejak munculnya gerakan Kubisme pada awal abad 20 yang dipelopori oleh Pablo Picasso. Dalam seni Kubisme, gambar subjek menjadi terpecah dan ditata ulang dalam bentuk abstrak dan digambarkan dari banyak sudut pandang. Di Rusia sendiri gerakan Cubo-Futuris⁵⁷ muncul, yang kemudian tergantikan oleh

⁵⁷ *Cubo-Futurism* adalah gerakan seni yang mengkombinasikan *Cubism* (Kubisme) dengan representasi gerakan yang merupakan ciri dari *Futurism* (Futurisme) (Bowlt: 1957)

Suprematis. Ide Suprematis muncul pada tahun 1913 yang dipelopori oleh Kazimir Malevich setelah mengadakan pameran karya Cubo-Futurisnya pada tahun 1912 di Ослиный хвост (Oslinyj hvost) atau yang lebih dikenal sebagai *Donkey's Tail*⁵⁸. Dalam teks yang berjudul *From Cubism and Futurism to Suprematism: The New Realism in Painting* Malevich menyatakan bahwa ia ingin membentuk tipe seni non-objektif yang mengijinkannya untuk tidak menghiraukan semua referensi kepada dunia dan hanya fokus kepada bentuk dan warna yang murni.⁵⁹

Kemudian Malevich mulai memproduksi sejumlah lukisan yang mengedepankan bentuk-bentuk geometris sebagai elemen utamanya, seperti kotak, persegi, lingkaran, salib, dan segitiga dalam warna yang terbatas. Dia menandai perkembangan Suprematisme dalam tiga tahap: pertama hitam, kemudian berwarna, dan terakhir putih, mematahkan hubungan relevansi dalam warna.

Penerapan Suprematisme dalam Konstruktivisme kentara terlihat dari penerapan sistem bentuk geometris yang sederhana dan pemilihan warna yang terbatas dalam tiap bentuk tersebut. Kesederhanaan bentuk geometris dari Suprematisme mendorong para Konstruktivis untuk menerapkannya ke dalam karya Konstruktivisme mereka dalam hal ketepatan guna dalam pemakaian unsur visual tanpa menambah-nambahkan sesuatu yang tidak berguna ke dalamnya. Dengan bentuk geometris, apa yang ingin disampaikan si seniman dalam posternya dapat tersampaikan hanya dengan bentuk-bentuk tertentu ke dalam media yang terbatas dan dengan waktu yang terbatas pula, dan hal tersebut dapat membantu Konstruktivis untuk dapat memproduksi dengan cepat poster-poster yang diperlukan untuk periklanan saat itu.

⁵⁸ Ослиный хвост (*Donkey's Tail*) adalah sebuah grup pelukis Rusia yang aktif pada tahun 1911-1915 yang dipimpin oleh Mikhail Larionov dan Natal'ya Goncharova. Nama tersebut dipilih oleh Larionov mengacu kepada teknik melukis dengan mengikatkan kuas ke ekor keledai dan lukisan tersebut dipamerkan di Salin des Independants pada tahun 1905. Grup *Donkey's Tail* adalah hasil dari perbedaan ideologi estetika di dalam kelompok artis Jack of Diamond (sebuah kelompok pelukis avant-garde aktif Moskow 1910-1917) *History of Art: Art of the 20th Century - A Revolution in the Arts*. <http://www.all-art.org/history580-1.html>. diunduh 15 Juni 2012

⁵⁹ John E. Bowl. 1957. *Russian Art of The Avant Garde*. New York: Harvard University Press. hlm 116.



Gambar 11. Contoh karya seni Suprematisme
 Sumber: *Suprematism* (allposters.com)



Gambar 12. Contoh karya seni Konstruktivisme
 Sumber: *Russian Art and Books* (russianartandbooks.com)

Kedua poster di atas berasal dari dua gerakan seni yang berbeda, yaitu Suprematisme dan Konstruktivisme. Meskipun masing-masing memiliki bentuk geometris lingkaran yang sama, tujuan dari adanya kedua poster tersebut berbeda.

Poster Konstruktivisme di atas ada untuk sebuah iklan pesawat, dan bukan sekedar hiasan seni belaka seperti pada poster Suprematisme.

Suprematisme mencoba untuk menyingkirkan lukisan dengan semua asosiasinya dari dunia nyata. Menurut Malevich, hanya dengan cara inilah seni dapat membebaskan diri dari moral masyarakat yang bangkrut dan mencapai kesucian.⁶⁰ Hal ini juga merupakan faktor pembeda antara Suprematisme dan Konstruktivisme. Para Suprematis berpikir bahwa seni hanyalah untuk seni dan dunia nyata tidak ada sangkut pautnya maupun tidak ada andil dalam pembuatan karya seni tersebut. Berbeda dengan Konstruktivisme yang menyatakan bahwa seni harus dapat berkontribusi pada kehidupan dan pembangunan negara.

IV.2.3. Unsur Modernisme

Salah satu ciri dalam poster Konstruktivisme adalah adanya gambaran teknologi atau industri di dalamnya sebagai salah satu unsur visual. Para seniman Konstruktivist terlihat berusaha menampilkan pandangan kepada masyarakat tentang sebuah gambaran negeri yang mengalami kemajuan dan memiliki acuan ke masa depan dengan gambaran teknologi dan industri tersebut.

Ciri modernisme dalam poster iklan produk dengan acuan gerakan Konstruktivisme salah satunya dapat diidentifikasi dengan keberadaan gambaran teknologi di dalamnya. Kepopuleran mesin dan teknologi sangat menonjol di era gerakan konstruktivisme. Hal ini disebabkan oleh para seniman Konstruktivis yang beranggapan bahwa seni bukanlah lagi hanya sebagai seni, tetapi harus berkontribusi terhadap pembangunan Soviet yang baru, yang dinamis dan modern.

Adanya unsur modernisasi dalam poster-poster iklan produk tersebut menunjukkan bahwa futurisme masih mempengaruhi karya-karya seni konstruktivisme. Futurisme adalah gerakan seni Avant-Garde dari Italia yang menjadikan kecepatan, teknologi, dan modernitas sebagai inspirasi. Futurisme mengambil potret karakter yang dinamis dari abad 20. Bentuk-bentuk yang merepresentasikan gerakan Futurisme mempengaruhi banyak gerakan seni lain setelahnya, salah satunya adalah Konstruktivisme.⁶¹

⁶⁰ Kazimir Malevich. 1915. *From Cubism and Futurism to Suprematism: The New Painterly Realism*. Moscow.

⁶¹ *Futurism*. <http://www.artmovements.co.uk/futurism.htm> diunduh 27 May 2012

Dalam poster-poster iklan produk yang beredar pada periode New Economy Policy ini para Konstruktivist mengambil elemen modernisasi yaitu gambaran industri, gedung-gedung, dan teknologi dari gerakan seni Futurisme dan menerapkannya. Adanya gambaran industri dan teknologi dalam poster-poster iklan produk ini mencerminkan bahwa Rusia telah mengalami kemajuan dalam berkehidupan yang modern pada masa itu, termasuk mengkonsumsi atau menggunakan barang-barang yang modern seperti apa yang digambarkan dan ditawarkan dalam iklan tersebut.



Gambar 13. Contoh poster Konstruktivisme dengan unsur modernisme
Sumber: *Constructivism posters* (internationalposters.com)

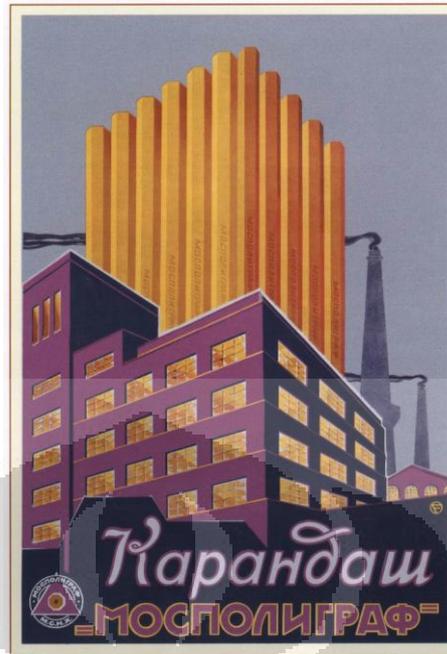
Poster di atas memiliki gambaran teknologi pesawat di dalamnya. Penggunaan pesawat tersebut sebagai alat untuk menyebarkan koran Krasnaja Niva dapat menunjukkan bahwa Krasnaja Niva dapat menyebarkan informasi ke seluruh belahan Uni Soviet.

Meskipun mempengaruhi gerakan seni Konstruktivisme, di antara Futurisme dan Konstruktivisme terdapat karakteristik yang dapat membedakan keduanya. Semua bentuk imitasi, kritik seni, subjek tradisional, konsep harmoni dan selera yang baik adalah titik fokus dari Futurist. Sedangkan konstruktivist mengabdikan kepada abstraksi dan modernitas.⁶² Tema yang sering digunakan adalah geometris dan jarang terdapat emosi di dalamnya dan lebih mengacu kepada seni artistik yang arsitektural, jadi para Konstruktivis tidak menghiraukan keindahan yang dapat menimbulkan harmonisme dalam seni, tidak sama halnya dengan Futuris.



Gambar 14. Contoh karya seni Futurisme
Sumber: *Futurism* (allposters.com)

⁶² *Italian Futurism And Russian Constructivism: A Co. Anti Essays.*
<http://www.antiessays.com/free-essays/180108.html> diunduh May 20, 2012



190. Неизвестный художник
Карандаш «Мосполиграф», 1928

Gambar 15. Contoh karya seni Konstruktivisme
Sumber: *Конструктивизм в советском плакате* (Pandia.ru)

Kedua poster di atas berasal dari dua gerakan seni yang berbeda, yaitu Futurisme dan Konstruktivisme. Dari kedua poster tersebut dapat terlihat bagaimana gambaran modernisme sebuah gedung diterapkan dengan cara yang berbeda. Pada poster Futurisme, gedung digambarkan dengan segala macam warna, bentuk, dan hiasan, dan dapat terlihat bahwa seni sangat dikedepankan dalam poster ini. Berbeda dengan poster Konstruktivisme di bawahnya yang menggambarkan gedung secara nyata bentuknya yakni layaknya gedung di dunia nyata. Dalam poster Konstruktivisme, gedung tersebut digambarkan secara sederhana, dan dengan ini kentara terlihat bahwa seni tidak begitu dikedepankan di sini.

Gambaran teknologi ada untuk menunjukkan sisi kehidupan yang modern yang sesuai dengan barang yang ingin diiklankan, dan bukan hanya sebagai dekorasi semata. Para Konstruktivis berpikir bahwa mereka harus ikut berkontribusi dalam kemajuan bangsa dalam bidang mengembangkan kehidupan yang dinamis dan maju, dan masyarakat harus merasakan kehidupan yang modern tersebut dari berbagai aspek, termasuk dari aspek seni. Seni bukanlah hanya menjadi sekedar seni semata yang harmonis dan indah dan hanya ditampilkan

sebagai hiasan, tapi menurut Konstruktivis bahwa seni harus sesuai dengan maksud dan tujuan atas apa dibuatnya seni itu sendiri, tanpa membuang-buang dan memakai bahan atau dekorasi yang berlebihan yang nantinya tidak berkontribusi apa-apa terhadap maksud dan tujuan dari dibuatnya seni tersebut. Para Konstruktivis tidak begitu menghiraukan keharmonisan dan keindahan dalam dekorasi seni yang menurut mereka tidak berguna, yang penting adalah karya seni mereka dapat memiliki kontribusi terhadap pembangunan kemajuan negara dengan menampilkan sesuatu yang pas dan berguna sesuai dengan bahannya.

IV.3. Analisis Ciri dan Bentuk dalam Poster Konstruktivisme

Berikut akan dijabarkan analisis makna dalam ciri dan bentuk yang terdapat dalam kelimabelas poster yang telah dipilih sebagai bahan analisis. Analisis yang akan dijabarkan akan mengikuti teori Saussure yaitu mengungkap penanda dan petandanya, dan kemudian pembacaan makna dalam poster akan mengikuti langkah-langkah yang telah dijabarkan sebelumnya yaitu dimulai dari unsur visual sebagai bidang semiotik, kemudian bidang gambar dan kontekstualnya dalam Konstruktivisme yang kemudian pada akhirnya akan ada evaluasi mengenai poster dan si pembuat poster dalam menerapkan unsur-unsur visual ke dalam karyanya.

IV.3.1. Дешевый Хлеб!

Penanda:



172. Родченко А., Маяковский В.
Трудящиеся, не страшны дороговизна и НЭП... 1923

Gambar 16. Дешевый Хлеб! (Deševyj Xleb!), 1923.
Sumber: *Конструктивизм в советском плакате* (Pandia.ru)

Трудящиеся (Trudjašiesja) Para pekerja.

не страшны дороговизна и НЭП (ne strašny dorogovizna i NEP) tidak

takut harga tinggi dan NEP

покупайте! (pokupajte!) Belilah!

Дешевый Хлеб! (Deševyj Xleb!) Roti Murah!

сеянный (sejannyj) roti biji

чорный (čornyj) roti cokelat

ситный (sitnyj) roti gandum

булки (bulki) roti gulung

от 15% скидки! (ot 15% skidki) diskon mulai dari 15%

во всех (vo vsech) di semua

магазинах и киосках (magazinax i kioskax) toko-toko dan kios-kios

Моссельпрома (Mossel'proma) Mosselprom⁶³

в двух шагах от любого дома (v dvux šagax ot ljubogo doma) di dua langkah dari setiap rumah.

Petanda:

Poster dibuat di atas kertas standar dengan orientasi portrait (panjang ke atas). Di bagian atas poster terdapat teks bertuliskan *Трудящиеся* yang ditulis dengan warna putih berlatar belakang garis tebal berwarna biru. Kemudian disusul di bawahnya teks bertuliskan *не страшны дороговизна и НЕП. Покупайте* yang ditulis dengan warna biru dengan latar belakang warna putih. Kemudian di bawahnya lagi terdapat teks bertuliskan *Дешевый Хлеб!* yang ditulis dengan warna merah. Kecenderungan tipografi pada tulisan ini adalah kaku dan tegas dan dicetak besar. Di bagian tengah poster terdapat segi empat dengan garis pinggir merah dengan potongan-potongan gambar empat foto roti dengan nama jenis masing-masing di atas gambar tersebut, dan di bagian tengah susunan empat roti tersebut terdapat tulisan *от 15% скидки!* dengan warna merah. Di sekeliling kotak yang diletakkan dengan posisi belah ketupat tersebut terdapat garis-garis berbentuk diagonal yang datang dari empat penjuru mengarah ke tengah dan menghilang di balik kotak belah ketupat tersebut. Di bagian bawah terdapat teks *во всех магазинах и киосках* dengan warna biru, disusul teks bertuliskan *Моссельпрома в двух шагах от любого дома* dengan warna merah.

Макна:

Teks *Трудящиеся* mengacu kepada para pekerja dan buruh. Kemudian tulisan *не страшны дороговизна и НЕП* mengacu kepada harga-harga produk yang tinggi saat periode New Economy Policy. Pada masa itu, dikarenakan masyarakat dapat mengambil keuntungan bagi mereka yang berprofesi sebagai pedagang dan membuka usaha-usaha kecil, mereka berlomba-lomba untuk mengambil keuntungan sebesar-besarnya dengan memasang harga yang tinggi. Tapi di dalam poster ini dikatakan “Para pekerja tidak takut dengan harga tinggi dan NEP”, menandakan bahwa poster ini menawarkan sesuatu yang menarik untuk para pekerja yang tidak ingin terkena dampak harga tinggi yang terjadi pada

⁶³ *Моссельпром (Московское объединение предприятий по переработке продуктов сельскохозяйственной промышленности)*, sebuah asosiasi pengelola produk agro-industri di Moscow. *Рекламное агентство «Маяковский»*. <http://arriba.com.ua/rus/novosti.php?id=110> diunduh 13 Juli 2012 par 2.

New Economy Policy. Disusul dengan kata-kata *покупайте* yang berarti “Belilah”, menandakan penghimbauan terhadap para pekerja untuk membeli sesuatu, yang kemudian mata orang-orang yang membaca poster ini akan mengarah pada tulisan *Дешевый Хлеб!* yang berwarna merah dengan kecenderungan tipografi yang kuat dan tegas serta dicetak besar, yang berarti “Roti Murah!”. Teks ini ditulis dengan warna merah yang menandakan adanya sifat yang waspada, atau awas akan suatu peringatan. Poster ini ingin agar masyarakat yang melihatnya menyadari dan memfokuskan tatapan matanya ke teks Roti Murah! tersebut, dan hal ini membuat orang-orang yang melihatnya memperhatikan peringatan tersebut, yaitu adanya roti murah yang dijual. Garis-garis diagonal yang datang dari empat penjuru dan berhenti di titik tengah bertujuan untuk menunjukkan bahwa fokus isi dari poster tersebut berada di bagian tengah poster. Bingkai merah pada belah ketupat di tengah membuat masyarakat akan menyadari atau merasa awas lagi akan adanya sesuatu, yang disusul dengan keempat gambar potongan foto roti-roti dengan nama jenis masing-masing di bagian tengah belah ketupat tersebut, dan di tengah-tengahnya terdapat tulisan *от 15% скидки!* yang berarti “diskon mulai dari 15%” yang juga bertuliskan dengan warna merah. Dengan tulisan ini, masyarakat yang melihat poster ini akan mengerti bahwa sebab dari roti tersebut murah adalah dikarenakan adanya diskon yang dimulai dari 15 persen. Selanjutnya, mereka yang tertarik ingin membeli akan memunculkan pertanyaan dimanakah mereka akan mendapatkan roti dengan diskon 15 persen tersebut. Pertanyaan ini akan langsung terjawab jika mereka melihat di bagian bawah poster yang bertuliskan *во всех магазинах и киосках Моссельпрома*, yang berarti ada di semua toko-toko dan kios-kios Mossel’prom, menandakan bahwa mereka bisa mendapatkan roti murah tersebut di semua toko-toko dan kios-kios yang berada di Mossel’prom. Si pembuat poster menambahkan kata-kata *в двух шагах от любого дома* yang berarti “di dua langkah dari rumah tercinta”. Tulisan ini memiliki konotasi bahwa betapa dekatnya jarak toko-toko dan kios-kios tersebut dari rumah seolah-olah hanya membutuhkan dua langkah saja. Sampai di sini, masyarakat yang melihat poster ini akan tertarik untuk membeli roti murah tersebut di Mossel’prom.

Si pembuat poster ingin masyarakat yang melihat poster ini menyadari produk yang diiklankan dengan menambahkan bingkai garis merah pada belah ketupat tersebut. Si pembuat poster juga memberikan warna merah pada tulisan *Дешевый Хлеб!* (Roti Murah!), *от 15% скидки!* (diskon mulai dari 15%!), *Моссельпрома* (Mossel'prom), dan *в двух шагах от любого дома* (di dua langkah dari rumah tercinta). Dengan pemberian warna merah pada keempat kalimat tersebut, menandakan bahwa si pembuat poster mempertimbangkan bagaimana agar posternya dapat dilihat oleh semua orang, baik para pejalan kaki yang melangkah lambat-lambat dan akan mempunyai cukup waktu untuk berhenti dan membaca keseluruhan isi poster, maupun para pengendara kendaraan ataupun orang-orang sibuk yang berjalan cepat-cepat sehingga tidak punya waktu untuk membaca keseluruhan isi poster. Masyarakat pada periode *New Economy Policy* kebanyakan adalah berasal dari kalangan pekerja⁶⁴ yang sibuk dan harus berpergian kesana-kemari dengan cepat, sehingga mereka tidak memiliki waktu banyak untuk berhenti dan sekedar melihat apa yang ada di sekitar mereka saat mereka berjalan, termasuk poster-poster iklan yang dipajang.

Dengan pertimbangan akan hal ini, si pembuat poster memiliki solusi dengan memberi warna merah pada keempat kalimat penting yang menjadi titik fokus iklan produk tersebut. Warna merah akan membuat mereka memfokuskan pandangan pada keempat kalimat tersebut meskipun hanya sekilas. Orang-orang yang berjalan cepat dan tidak punya waktu untuk membaca keseluruhan isi poster dapat memahami isi poster dan produk yang diiklankan hanya dengan membaca keempat kalimat tersebut, yang bila digabung akan menjadi “Roti Murah! Diskon mulai dari 15%! Dari Mossel'prom, dua langkah dari setiap rumah”.

Ciri dan bentuk Konstruktivisme yang terdapat dalam poster ini adalah penggunaan teknik photo-montage di dalam penggambarannya akan keempat roti yang diiklankan. Tanpa mengumbar banyak kata dan tanpa menggambar hiasan yang tidak perlu, si pembuat poster memilih gambar kotak yang diletakkan dengan posisi belah ketupat dan garis-garis diagonal yang datang dari empat penjuru untuk memberitahukan bahwa fokus isi dari poster iklan produk di atas berada di bagian tengah poster. Dengan melihat petanda dan penanda dalam

⁶⁴ *Social Structure*. countrystudies.us/russia/27.htm diunduh 13 Juli 2012

poster yang telah dijabarkan di atas, dapat terlihat bahwa kesederhanaan dalam pembuatan dan penerapan unsur visual, simbol, dan warna yang tepat tetap dapat menyampaikan apa maksud dari poster dan tetap dapat merepresentasikan produk yang ingin diiklankan, serta pesan dari iklan produk tersebut dapat tersampaikan ke berbagai kalangan pekerja baik yang sedang sibuk maupun yang tidak.

IV.3.2. Алли Вад

Penanda:



Gambar 17. Алли Вад (Alli Vad), 1927.

Sumber: Constructivism Posters (internationalposters.com)

Мировой Атракцион (Mirovoj Attrakcion) Atraksi Mendunia
Алли Вад (Alli Vad) Alli Vad

Petanda:

Di dalam poster di atas ini digambarkan seorang pria berpakaian serba hitam dengan sorban merah sedang berdiri dengan pose menghadap ke sisi kanan dengan pandangan yang menyiratkan bahwa ia dapat melakukan sesuatu yang

akan dipertunjukkan di depan umum. Tangan kanannya sedikit terangkat dengan telapak tangan terbuka. Di bagian atas telapak tangan tersebut ada potongan foto seorang wanita yang tampil dalam pose duduk. Wanita tersebut dibalut oleh pakaian berwarna merah dengan tinggi rok di atas lutut dan sepasang sepatu merah. Di pakaiannya terdapat tulisan Alli Wad. Kedua tangannya terangkat, dengan tangan kiri memegang beberapa lembar kartu dan wajah yang menghadap ke depan sambil tersenyum. Latar belakang foto kedua orang tersebut dihiasi oleh sebuah pose berukuran dari dada sampai kepala si pria di bagian bawah kiri, kepala si wanita dengan tubuh kerangka tulang di bagian bawah kanan. Di bagian atas juga terdapat kepala si pria dalam bingkai lingkaran seperti sebuah ikon. Selanjutnya sisanya adalah lilin, sebuah tangan yang memegang beberapa kartu, dan sebuah gelas tangkai. Tulisan Alli Wad ditampilkan di bagian atas poster dengan tulisan latin, dan satu lagi ditampilkan di bagian bawah poster dengan tulisan *Cyrillic*.

Makna:

Poster di atas mengiklankan tentang seseorang bernama Alli Vad. Ia bernama asli Aleksandr Alekseyevich Vadimov dan merupakan seorang pesulap terkenal di Rusia pada periode *New Economy Policy*. Foto wanita berpakaian merah di sampingnya dengan pose duduk dan memegang beberapa lembar kartu adalah sang asisten bernama Mirova Vera Georgievna, yang juga merupakan istri dari Alli Vad.⁶⁵

Poster dibuat menggunakan ukuran kertas standar dan menggunakan teknik *photo-montage* dalam desain posternya. Bentuk poster tersebut adalah persegi panjang dengan orientasi *portrait*. Alli Vad memakai sarung tangan putih dan sorban serta jas dan celana hitam. Pada abad 19 di Rusia saat itu kalangan masyarakat gypsy yang menampilkan atraksi pertunjukan sulap, panggung nyanyian, dan semacamnya sedang marak, dan mereka dapat dibedakan dari gaya pakaian yang mereka pakai yaitu pakaian-pakaian yang terkesan flamboyant.⁶⁶

⁶⁵ МИРОВА (Маркеллова) Вера Георгиевна (1896 – 1967).

<http://magicpedia.ru/magicians/tabid/435/articleType/ArticleView/articleId/52/--1896-1967.aspx>
diunduh tanggal 4 Juni 2012

⁶⁶ Erik R. Scott. Summer 2008. *The Nineteenth Century Russian Gypsy Choir and the Performance of Otherness*. California.

Terpengaruh dari gaya gypsy, si pembuat poster menggambarkan Alli Vad dengan mengenakan setelan jas hitam dan sorban merah yang terkesan flamboyant. Sang asisten wanita di sampingnya memakai topi fedora tinggi yang juga merupakan ciri khas dari sebuah topi yang biasa dipakai oleh seorang pesulap, dan ia juga memegang beberapa lembar kartu yang menunjukkan bahwa salah satu keahlian sulap Alli Vad adalah bermain kartu. Latar belakang warna hitam, ekspresi wajah Alli Vad, lilin, serta kerangka tulang menampilkan kesan kegelapan yang misterius dari sang pesulap tentang apa-apa saja yang dapat ia mainkan dalam pertunjukan sulapnya. Si asisten yang memakai pakaian berwarna merah melambangkan adanya cinta dan gairah⁶⁷, sehingga menunjukkan bahwa meskipun pertunjukan sulap Alli Vad nantinya akan diliputi kesan misterius dan gelap, permainan akan tetap memiliki nuansa ramah dan penuh cinta, sehingga tidak sepenuhnya bernuansa misterius dan ketakutan yang akan membuat masyarakat enggan melihat pertunjukan tersebut. Tulisan Alli Vad sendiri memiliki kecenderungan tipografi yang kuat, kaku, dan dicetak besar serta berwarna merah, agar orang-orang yang melihat poster menyadari dan mengetahui bahwa itu adalah pertunjukan Alli Vad si pesulap. Si pembuat poster ingin masyarakat yang melihat poster ini dapat menangkap makna konotasi bahwa inilah dia si Alli Vad sang ahli sulap, dengan atraksi sulapnya yang mendunia, mengundang masyarakat ke dalam pertunjukan sulapnya yang misterius dan penuh ketakutan, namun tetap disuguhi oleh keramahan sehingga masyarakat tak perlu takut atau enggan untuk datang ke pertunjukan sulap Alli Vad.

Teknik pembuatan poster Alli Vad di atas sederhana karena hanya menyatukan foto-foto yang ada dan tidak memerlukan bakat khusus dalam menggambar. Mereka hanya mengandalkan ilmu fotografi dan mengatur susunan foto-fotonya di atas kertas, tapi secara sederhana dapat menyampaikan pesan tentang isi iklannya yaitu Alli Vad dan siapakah Alli Vad dari foto-foto yang dipilih dan dipotong serta disusun sebagai latar belakang foto Alli Vad itu sendiri. Kemisteriusan yang ditampilkan dari semua warna hitam dan latar belakang gambar lilin, kerangka tulang, serta Alli Vad dan asistennya itu sendiri, ditambah dengan tulisan Atraksi Mendunia di bagian depan poster akan menarik minat

⁶⁷ Gagan Diesh. op cit. 7

siapapun yang melihat poster di atas untuk mengetahui lebih lanjut tentang Alli Vad, yang pada akhirnya akan menarik minat mereka untuk datang ke pertunjukan dan melihat aksi sulap Alli Vad.

IV.3.3. Три жизни

Penanda:



Gambar 18. Три жизни (Tiga Kehidupan), 1925.
Sumber: Constructivism Posters (internationalposters.com)

Художественная Драма в 2 сериях (Худо̀жественная Драма в 2 сериях)

Drama fiksi dalam 2 seri

в главных ролях: Ната Вачнадзе, Д. Кипиани, Михаил Геловани (v glavnyh roljah: Nata Vačnadze, D. Kipiani, Mixail Gelovani) dibintangi: Nata Vachnadze, D. Kipiani, Mihail Gelovani.

Три жизни (Tri žizni) Tiga Kehidupan.

Petanda:

Dalam poster *Три жизни* digambarkan seorang pria dan seorang wanita dengan pose tubuh yang hanya dari bagian dada sampai kepala. Si wanita berada di bagian kiri poster dengan tubuh menghadap ke arah kiri tapi kepala menoleh ke arah kanan. Matanya menatap ke arah mata sang pria. Si pria sendiri berada di bagian kanan poster dengan mata yang menatap ke arah si wanita. Tulisan *Три*

жизни (Tiga Kehidupan) dicetak besar di bagian kiri poster secara vertikal dan di bagian bawah poster secara horizontal. Kemudian di sebelah pojok kanan atas terdapat nama-nama di bawah label *v glavnyh roljah* (dibintang) dan di sebelah kiri terdapat tulisan *Художественная Драма в 2 сериях* (Drama fiksi dalam dua seri). Pria dan wanita di atas mengenakan pakaian serba putih di atas warna latar poster yang hitam.

Makna:

Poster di atas menampilkan iklan sebuah film bisu berjudul *Tri Žizhni* atau Tiga Kehidupan, yang diperankan oleh Nata Vachnadze, D. Kipiani, dan Mihail Gelovani. Film ini menceritakan seorang pedagang bernama Bakhva Pulava jatuh cinta kepada seorang gadis miskin bernama Esma dan menjadikannya istri. Seorang pengangguran bernama Eremii Tsarba menyukai Esma dan ingin memiliki dirinya. Dengan bantuan teman-temannya, ia berhasil menculik Esma. Bakhva mencari Esma bersama teman-temannya. Mengetahui bahwa ia akan ketahuan, Eremii pun membunuh Esma. Mendengar bahwa istrinya mati terbunuh Bakhva pun mengejar Eremii dan membalaskan dendamnya.⁶⁸

Poster di atas dibuat di atas kertas standar dengan bentuk persegi panjang berorientasi *landscape* (panjang ke samping) dengan teknik pembuatan *photo-montage* kedua tokoh utama yaitu Nata Vachnadze dan D. Kipiani. Dari sini poster sudah menunjukkan apa yang ingin diiklankan, yaitu sebuah film bisu yang dibintang oleh kedua tokoh tersebut. Kedua tokoh memakai pakaian serba putih dengan warna latar poster yang berwarna hitam. Warna putih yang diletakkan di atas hitam akan memberi kesan mencolok dan sesuatu yang bersih. Dalam hal ini, kedua tokoh digambarkan dengan pakaian putih, yang seperti menurut Diesh menunjukkan bahwa kedua tokoh ini memiliki kesucian⁶⁹, yang dalam arti kata adalah kedua tokoh dalam cerita ini adalah orang baik, tapi mereka terjatuh dalam kegelapan, yaitu penculikan dan pembunuhan, yang dilambangkan dengan warna latar hitam. Tulisan di bagian pojok kiri atas menunjukkan bahwa iklan tersebut adalah iklan drama, dan di bagian pojok kanan ditampilkan tiga nama-nama

⁶⁸ *Tri Zhizni*. <http://kino-teatr.ru/kino/movie/sov/8900/annot/> diunduh 1 Juni 2012

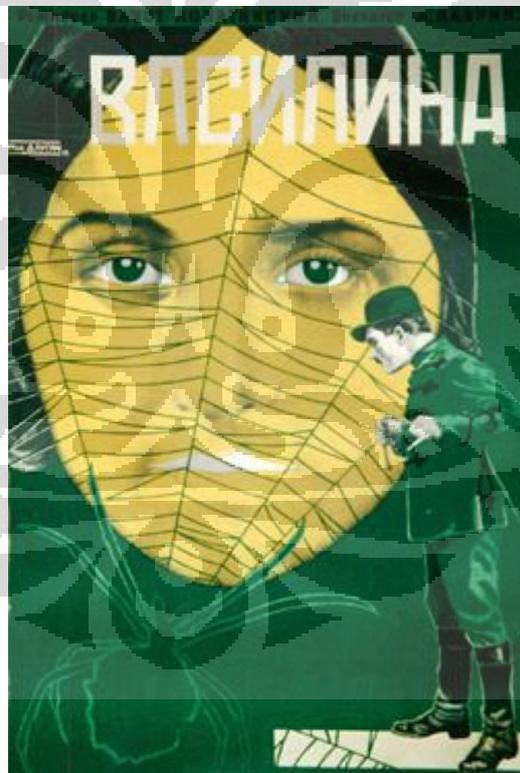
⁶⁹ Gagan Diesh. op cit. 7

pemain utama yang akan bermain di dalam film. Tulisan Tri Zhizhni dicetak besar-besar di bagian bawah untuk menunjukkan bahwa tulisan tersebut adalah judul film yang dimaksud.

Dengan ditampilkannya dua tokoh utama dalam bentuk potongan foto hasil *photo-montage* dan nama-nama pemain utama di sebelah pojok kanan atas, hal itu akan menjadi pemancing minat masyarakat. Si pembuat poster ingin memancing rasa ingin tahu masyarakat dengan cara menampilkan nama-nama artis idola dan gambar mereka. Masyarakat akan terpancing untuk mengetahui bagaimana nanti artis-artis tersebut akan bermain dalam film ini dan terpancing pula minat mereka untuk segera menyaksikan film tersebut.

IV.3.4. Василина

Penanda:



Gambar 19. Василина (Vasilina), 1928.

Sumber: Constructivism Posters (internationalposters.com)

ВАСИЛИНА (Vasilina) Vasilina

Petanda:

Dalam poster digambarkan foto wajah seorang wanita yang memenuhi hampir seluruh bagian poster. Ekspresi mata dan wajahnya menunjukkan adanya ketegaran. Di bagian bawah poster terdapat seekor laba-laba hitam yang mengeluarkan jaringnya ke wajah wanita tersebut, menggambarkan seolah-olah sang wanita terjatuh ke dalam jaring laba-laba yang berwarna hitam. Di sebelah wajah wanita itu terdapat foto seluruh badan seorang pria yang memandang ke bawah dengan tangan memegang tali. Sebuah tulisan besar “VASILINA” terpampang di bagian atas poster. Warna latar poster ialah hijau, dan wajah wanita dalam poster digambarkan memiliki kulit berwarna kuning.

Makna:

Poster di atas adalah poster iklan sebuah film bisu yang berjudul *Vasilina*. Poster dibuat pada tahun 1928 di atas kertas standar berorientasi *portrait* (panjang ke atas). Film *Vasilina* dibuat pada tahun 1927 oleh sutradara Faust Lopatinski. Film ini dibintangi oleh Zinaida Pugolovich, Aleksandr Romanenko, Armasheva Shevaleva.⁷⁰ Film tersebut menceritakan tentang seorang pelayan wanita bernama Vasilina Polyanik. Di awal film diceritakan bahwa ia dijadikan istri oleh si tuan tanah, tapi ketika ia hamil sang tuan tanah tidak mau mengakui anak itu sebagai ayahnya dan memutuskan untuk menikahi seorang gadis lain yang sederajat dengannya. Untuk lari dari rasa malu, Vasilina lari dari desa dan bersembunyi dari masyarakat. Anak yang dikandungnya pun meninggal. Kemudian Vasilina di akhir cerita menemukan sebuah pabrik pembuat kain tenun dan memulai kehidupan barunya di sana.

Penulis melihat bahwa dalam poster di atas, ekspresi wajah yang ditampilkan si tokoh utama wanita yaitu Vasilina mempengaruhi potensi penyampaian makna poster. Dalam poster di atas, mata Vasilina memandang lurus ke depan, dengan kelopak mata yang sayu. Wajahnya yang digambarkan pucat menunjukkan adanya kesedihan yang dialami Vasilina, menunjukkan begitu pahitnya kehidupan yang ia alami meskipun ia tetap bertahan hidup di dalam kepahitan tersebut. Bibirnya digambarkan berwarna putih pucat. Ekspresi wajahnya menunjukkan kesedihan, namun dari cara matanya menatap lurus ke

⁷⁰ *Vasilina*. <http://www.kino-teatr.ru/kino/movie/sov/15816/annot/> diunduh 1 Juni 2012

depan memperlihatkan bahwa ia adalah seorang wanita yang tegar dalam menghadapi kesedihan tersebut. Kemudian dengan foto wajah yang tertutup oleh jaring laba-laba yang berwarna hitam. Di Rusia, simbol laba-laba dengan jaringnya sering diaplikasikan sebagai simbol tattoo. Dalam hal ini, jarring laba-laba dan ukuran jarring tersebut menunjukkan lamanya si pemakai simbol berada di dalam penjara.⁷¹ Di dalam poster di atas, jaring laba-laba berwarna hitam dapat mengandung arti terpenjara, menunjukkan bahwa ia seperti terjatuh ke dalam suatu hal yang tidak ia inginkan, di suatu tempat yang mana si tokoh wanita terbelenggu seperti layaknya dalam penjara. Foto seorang pria dengan memegang tali di tangannya adalah si tuan tanah itu sendiri. Tali yang dipegangnya tersebut menggambarkan bahwa pria itulah yang menjerat Vasilina ke dalam kegelapan.

Meski terkesan teknik yang sederhana dan tidak memerlukan keahlian apapun, pemilihan foto yang pas yang nantinya akan ditampilkan di dalam poster memiliki pengaruh yang besar dalam penyampaian makna dari si pembuat poster kepada masyarakat yang melihat poster tersebut. Ekspresi kesedihan dan ketegaran yang muncul dari wajah si tokoh utama dalam poster ini membuat orang-orang yang melihatnya mendapat kesan bahwa film ini menceritakan tentang kesedihan dari seorang wanita bernama Vasilina, dilihat dari judul film tersebut. Dari sini, ekspresi foto wajah hasil *photo-montage* memiliki pengaruh yang cukup kuat dalam penyampaian maksud iklan poster. Masyarakat yang melihat poster ini akan menjadi penasaran tentang kesedihan macam apa yang dirasakan si tokoh wanita hingga ia mengeluarkan ekspresi wajah yang seperti itu.

IV.3.5. Танцовщица Меа Муррей

Penanda:

⁷¹ *Spider Web Tattoos Meaning*. <http://www.tattoosymbol.com/just-for-site/spider-web.html> diunduh 13 Juli 2012 par 1



Gambar 20. Mea Myppeй (Mia Murray), 1925.
Sumber: Constructivism Posters (internationalposters.com)

Танцовщица Меа Муррей (Tancovščica Mea Murrej) Penari Mia Murray
драма в 6 частях (drama v 6 castah) drama dalam 6 seri
из бродвея (iz Brodveja) dari Broadway

Petanda:

Di dalam poster terdapat gambar kepala seorang wanita yang menghadap mengarah diagonal ke samping kanan dengan mata memandang sayu ke arah depan. Di sana juga terdapat gambar tangan yang terpisah dari kepala, yang sedang memegang sebuah gelas minuman yang tinggi dengan hanya ibu jari dan telunjuk. Gambar kepala dan tangan ini ditempatkan di tengah-tengah lingkaran berwarna dasar biru dengan pinggiran berwarna kuning dan merah. Di bagian pinggir lingkaran dihiasi dengan gambar gelas-gelas minuman, botol alkohol, dan sebuah senjata *revolver*. Warna latar poster adalah hitam. Kemudian teks bertuliskan Танцовщица (Penari), бродвея (broadway), dan в драма частях (dalam bagian drama) berwarna merah, tulisan из (dari) berwarna putih, sedangkan tulisan *Mea Myppeй* (Mia Murray) berwarna biru.

Makna:

Poster di atas adalah sebuah iklan yang dibuat pada tahun 1925 tentang seseorang bernama *Mea Myppeü* (Mia Murray), seorang penari Broadway.⁷² Wajah Mia diaplikasikan dengan sudut pandang fotografi *close-up*, membuat poster tersebut terlihat memang ingin memfokuskan gambar padanya terutama wajahnya. Warna latar poster adalah hitam yang berarti kemisteriusan. Lingkaran biru dengan dua pinggiran berwarna kuning dan merah menggambarkan sebuah roda yang sedang berputar. Dalam ideogram barat, lingkaran dapat berarti sesuatu yang abadi, sesuatu yang tanpa batas.⁷³ Kepala dan tangan Mia Murray berada di tengah lingkaran tersebut, seolah-olah menggambarkan bahwa roda dengan hiasan botol-botol minuman tersebut berputar mengelilinginya, menandakan bahwa Mia Murray selalu diwarnai dengan kehidupan yang glamor dan minum-minuman keras.

Bentuk geometris dalam poster di atas dapat dilihat dari lingkaran-lingkaran yang berada di tengah poster tersebut. Selain menggambarkan sebagai sesuatu yang tidak memiliki batas atau akhir, lingkaran juga bisa memiliki makna lain. Menurut Liungman, dalam astrologi lingkaran dapat bermakna sebagai jiwa manusia atau sebuah kepribadian dari dalam diri.⁷⁴ Mia Murray dalam poster tersebut digambarkan memiliki mata yang sayu, terlihat dari kedua kelopak mata yang menutup setengah dari bola matanya. Mata yang sayu dapat melambangkan sesuatu yang tenang dan misterius. Mia Murray memakai lipstik berwarna merah, dan ia memakai topi *fedora* di atas kepalanya, menggambarkan sisi elegan yang anggun dari seorang wanita. Cara tangannya yang memegang minuman hanya dengan menggunakan dua jari yaitu ibu jari dan telunjuk pada bagian hanya di ujung tangkai gelas juga menambah keanggunan wanita tersebut. Di sisi lain, di bagian lingkaran yang mengelilinginya terdapat satu senjata revolver yang menghiasi lingkaran tersebut. Senjata dapat melambangkan sesuatu yang berbahaya, atau sesuatu yang memiliki potensi dapat membahayakan.⁷⁵ Mia Murray terlihat memiliki kepribadian dari dalam diri yang elegan dan anggun, dan

⁷² *Mia Murray*. <http://www.internationalposter.com/poster-details.aspx?id=RUL16873>. diunduh tanggal 20 April 2012.

⁷³ Carl. G. Liungman. 2004. *Symbols - Encyclopedia of Western Signs and Ideograms*. USA: HME Publishing. hlm 26

⁷⁴ Carl G. Liungman. op cit. 26

⁷⁵ *The Gun in My Life had stood - Symbol Analysis* <http://www.shmoop.com/my-life-had-stood-a-loaded-gun/gun-symbol.html> diunduh 18 Juni 2012

ia terlihat memiliki sifat yang misterius dan tenang dari mata sayunya. Namun senjata *revolver* di sampingnya menyiratkan bahwa meski ia terkesan tenang dan misterius, ia memiliki potensi dapat membahayakan sekitarnya, atau merupakan bahwa meskipun ia terlihat tenang ia tetap memiliki sifat waspada akan sesuatu.

Roda yang berputar itu dapat melambangkan roda kehidupan yang selalu berputar. Botol alkohol yang terdapat di sisi kiri Mia Murray memiliki leher yang panjang, mengindikasikan bahwa botol tersebut adalah botol sampanye. Konteks sampanye di Uni Soviet pada saat itu mengacu kepada kalangan aristokrat yang terbiasa minum sampanye.⁷⁶ Ini secara tidak langsung menunjukkan bahwa sampanye adalah minuman yang ditujukan untuk orang-orang yang berkelas. Dapat ditarik kesimpulan bahwa gelas-gelas serta botol sampanye yang terdapat dalam poster Mia Murray ini melambangkan kehidupan kelas atas, yang dapat diartikan juga sebagai kehidupan yang mewah atau glamor. Kehidupan mewah atau glamor ini mewarnai roda kehidupan tersebut. Roda tersebut berwarna kuning dan merah, dengan warna latar lingkaran hijau yang berarti kehidupan atau masa muda. Kuning berarti melambangkan kesakitan atau kehilangan, dan merah melambangkan adanya suatu awas dan waspada.

Dari warna-warna yang ada pada roda serta warna latar hijau di balik roda tersebut menandakan bahwa kehidupan penuh glamor Mia Murray diwarnai dengan kegelapan dan kemisteriusan tanpa batas. Wajah Mia Murray yang cantik dan pandangan mata Mia Murray yang sayu dapat menghanyutkan dan mematikan sehingga orang-orang harus merasa waspada terhadapnya.

Teks *Танцовщица* (Penari), *бродвея* (broadway), dan *драма в 6 частях* (drama dalam 6 seri) diberi warna merah agar orang-orang yang melihat poster ini akan langsung menyadari bahwa ini adalah poster iklan tentang seorang penari Broadway yang merupakan bagian dari sebuah drama. Dan orang-orang tersebut akan langsung menyadari bahwa penari yang dimaksud adalah Mia Murray begitu mereka melihat foto wajah wanita tersebut terpampang di poster.

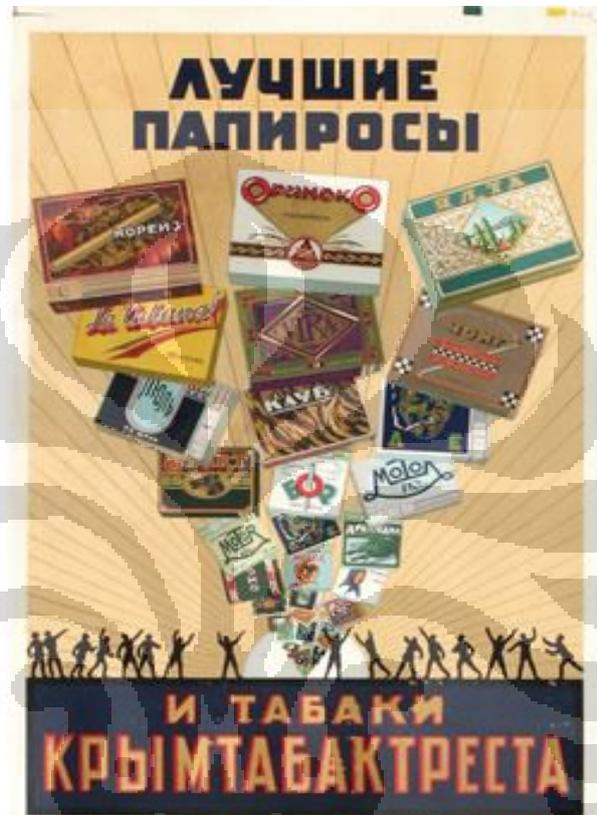
Si pembuat memilih bentuk geometris lingkaran sebagai simbol yang dapat bermakna dua, yaitu sebagai roda kehidupan tanpa akhir dan juga kepribadian. Ia menggabungkan bentuk geometris dengan simbol sebagai suatu

⁷⁶ *Soviet Champagne History*. <http://www.wineterroirs.com/2009/10/sovietchampagne.html> diunduh 13 Juli 2012 par. 2

hal yang padat dan jelas tanpa harus mengumbar banyak kata dalam satu lembar poster.

IV.3.6. КРЫМТАБАКТРЕСТА

Penanda:



Gambar 21. КРЫМТАБАКТРЕСТ (Krymtabakrest), 1927.
Sumber: Constructivism Posters (internationalposters.com)

Лучше Папиросы и табаки (Lučše Papirosy i tabaki) Papirus-papirus dan tembakau-tembakau yang lebih baik
КРЫМТАБАКТРЕСТА (KRYMTABAKTRESTA) dari
KRYMTABAKTREST

Petanda:

Dalam poster di atas digambarkan ada banyak bungkus rokok yang membentuk simbol segitiga terbalik. Bungkus-bungkus rokok digambarkan seolah-olah keluar dari sebuah setengah lingkaran di bagian bawah yang memiliki sinar, yang menggambarkan bahwa itu adalah matahari terbit, dengan garis-garis panjang memenuhi poster sebagai sinarnya. Di bagian bawahnya terdapat siluet tanah dan orang-orang dengan tangan-tangan yang mengarah ke atas seperti

menyerukan kesenangan adanya rokok-rokok itu. Di bagian atas terdapat tulisan “luchshe papirosy” yang berarti “papyrus-papyrus yang lebih baik” dan di bagian bawah terdapat tulisan “i tabaki” yang berarti “dan tembakau-tembakau”, dan di bagian paling dasar poster terdapat tulisan “KRYMTABAKTRESTA”. Poster tersebut berlatar belakang warna jingga krem.

Makna:

Poster di atas adalah poster iklan rokok dengan merk Krymtabakterst, sebuah merk rokok yang cukup terkenal pada periode *New Economy Policy*. Poster ini dibuat pada tahun 1927. Poster dibuat dengan kertas standar dan menggunakan teknik *photo-montage* untuk gambar bungkus-bungkus rokok yang ditampilkan. Si pembuat poster membentuk bungkus-bungkus rokok tersebut hingga membentuk formasi berbentuk segitiga terbalik. Dalam ilmu membaca simbol atau yang dikenal dengan ideogram, simbol segitiga terbalik melambangkan adanya elemen air atau sesuatu yang mengalir.⁷⁷ Matahari terbit dalam ideogram berarti memulai sesuatu yang baru, seperti memulai hari yang baru.⁷⁸ Poster berwarna latar jingga emas, yang melambangkan adanya energi yang muncul bersamaan dengan dimulainya hari yang baru tersebut. Siluet tanah dan orang-orang di bawahnya mengangkat tangan-tangan dan kepala mereka ke atas seolah-olah mereka menyerukan dan mengelu-elukan keberadaan formasi rokok-rokok tersebut. Pesan yang dapat ditarik dari poster di atas adalah rokok Krymtabaktrest mengumumkan bahwa mereka memproduksi rokok dengan papyrus dan tembakau yang lebih baik. Papyrus dan tembakau yang lebih baik tersebut digambarkan seperti mengalir dari simbol matahari terbit yang berarti melambangkan awal hari yang baru. Si pembuat poster menggambarkan bahwa masyarakat sekarang dapat memulai hari yang baru dengan menikmati rokok Krymtabaktrest dengan papyrus dan tembakau yang lebih baik dibanding dengan merk-merk rokok lain. Siluet orang-orang di bawahnya digambarkan mengangkat tangan, menunjuk, dan mengakat kepala ke arah rokok-rokok tersebut pertanda bahwa masyarakat menantikan adanya rokok yang lebih baik tersebut.

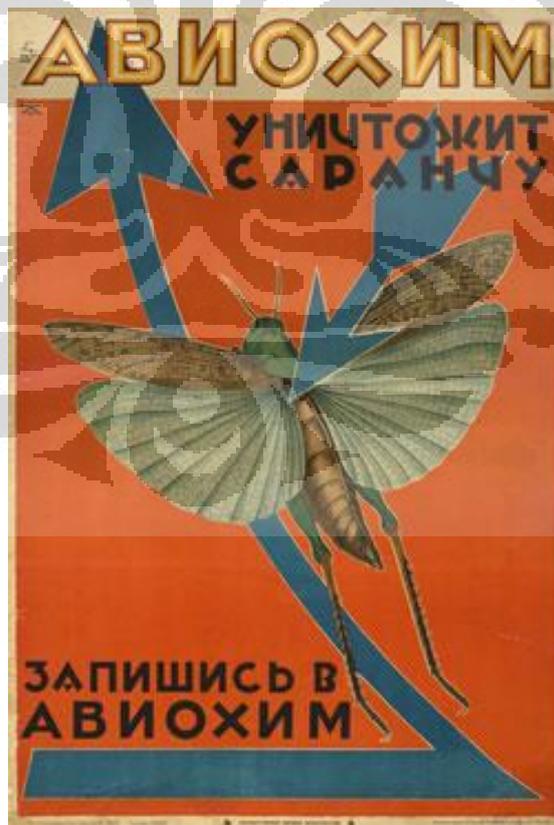
⁷⁷ Carl G. Liungman. Op cit 28

⁷⁸ Ibid. 42.

Si pembuat poster memilih untuk menggunakan simbol segitiga terbalik dan matahari terbit sebagai sesuatu yang sederhana namun cepat dibuat dan tepat guna serta tetap dapat menyampaikan maksud apa yang ingin ia iklankan dan sampaikan kepada masyarakat tanpa harus mengumbar banyak kata di dalam karya posternya. Formasi bungkus-bungkus rokok yang dibentuk dalam segitiga terbalik yang muncul dari simbol matahari terbit dapat dengan tepat menyampaikan pesan bahwa masyarakat dapat menikmati hari yang baru dengan rokok-rokok yang lebih baik yang mengawali hari tersebut. Orang-orang yang melihat poster iklan ini akan menangkap maksud bahwa mulai dari sekarang mereka akan mendapatkan kualitas rokok yang lebih baik yang dikeluarkan oleh Tabaktrest. Kualitas rokok yang lebih baik tersebut yang akan menarik minat masyarakat untuk memilih dan membeli rokok tersebut dibandingkan dengan merk rokok lain.

IV.3.7. Авиохим

Penanda:



Gambar 22. Авиохим (Aviokhim), 1925.

Sumber: Constructivism Posters (internationalposters.com)

Авиохим (Avioxim) Aviokhim
уничтожит саранчу (uničtožit saranču) menghancurkan belalang
запишись в авиохим (zapišis' v aviohim) mendaftarlah di Aviokhim

Petanda:

Di dalam poster di bawah digambarkan ada sebuah garis yang mengarah horizontal dan kemudian mengarah ke atas dengan condong diagonal melintang di permukaan poster, dengan ujung garis berbentuk mata panah di bagian atas. Kemudian ada sebuah panah lagi yang lebih pendek dengan mata panah menunjuk seperti menusuk ke arah seekor belalang. Di bagian atas terdapat tulisan (Aviokhim) yang dicetak besar dengan kecenderungan tipografi yang kaku berwarna emas dengan garis pinggir berwarna merah, dan teks *уничтожит саранчу* (menghancurkan belalang) dan *запишись в авиохим* (mendaftarlah di aviokhim) yang berwarna hitam di atas warna latar poster yang berwarna jingga kemerahan.

Makna:

Poster dibuat pada tahun 1925. *Авиохим* (Aviokhim) adalah lembaga penerbangan dan bahan kimia, sebuah organisasi yang melatih para prajurit dalam penggunaan gas beracun dan bentuk-bentuk senjata perang berbahan kimia yang lain.⁷⁹ Panah melambangkan sebagai sesuatu yang bergerak menuju ke arah tertentu. Dalam poster di atas, panah pertama digambarkan bergerak secara horizontal dan kemudian mengarah melintang ke atas seolah-olah melesat seperti terbang. Panah kedua digambarkan bergerak dari arah atas dengan mata panah menuju ke bawah seperti menikik hendak membunuh si belalang. Posisi kedua panah ini melambangkan posisi Aviokhim, yang pertama-tama bergerak horizontal sesuai lintasan dan kemudian terbang melesat ke atas sebelum akhirnya menikik ke bawah dan membunuh si belalang. Warna biru pada panah-panah tersebut melambangkan adanya ketidakterbatasan⁸⁰, yang dalam hal Aviokhim adalah gas kimia. Tulisan *Авиохим* sendiri dicetak dengan warna emas yang

⁷⁹ *Chatolic Herald - Archive* <http://archive.catholicherald.co.uk/article/15th-may-1936/3/leyte> diunduh 16 Juni 2012

⁸⁰ Gagan Diesh. Op cit 7

melambangkan adanya tenaga atau energi.⁸¹ Yang dimaksud tenaga disini adalah tenaga yang diperlukan untuk membasmi hama belalang tersebut. Teks diberi garis pinggir berwarna merah agar masyarakat menyadari bahwa poster ini adalah berisikan tentang iklan Aviokhim. Warna latar poster adalah jingga kemerahan yang melambangkan bahwa Aviokhim memiliki kekuatan untuk membasmi hama.

Setelah tahun 1917, media visual baru seperti poster menjadi satu alat yang paling penting untuk rezim Bolshevik yang baru. Melewati tahun 1920 dan setelahnya, para pemimpin partai menjadikan poster-poster sebagai alat untuk meraih dukungan kepopuleran dari masyarakat. Jadi tidak mengherankan bila poster propaganda merupakan unsur utama dalam kampanye untuk mengiklankan penerbangan Soviet. Dalam usaha untuk memenangkan dukungan membangun penerbangan, propaganda Partai Komunis pada tahun 1920 memfokuskan cara yang mana penerbangan akan digunakan untuk memanfaatkan ekonomi pinggiran, meningkatkan produksi, dan meningkatkan standar kehidupan.⁸² Dalam poster ini diiklankan kecakapan Aviokhim untuk meningkatkan mutu pertanian dengan cara memerangi hama belalang.

⁸¹ Ibid. 7

⁸² *Dictatorship of The Air - Aviokhim Destroys Locusts Join Aviokhim*
<http://dictatorshipoftheair.com/2006/08/01/aviokhim-destroys-locusts-join-aviokhim/> diunduh 16 Juni 2012

IV.3.8. Красная Нива

Penanda:



Gambar 23. Красная Нива (Krasnaya Niva), 1923.

Sumber: Constructivism Posters (internationalposters.com)

Читайте еженедельный литературно художественный журнал (Čitajte eženedel'nej literaturno xudožestvennyj žurnal) Bacalah majalah sastra dan seni mingguan

Красная Нива (Krasnaja Niva) Krasnaya Niva

Под Редакцией А.В. Луначарского и Ю.М. Стеклова (Pod Redakciej A.V. Lunačarskago i Ju.M. Steklova) Di bawah pengeditan A.V. Lunacharsky dan Yu.M. Steklov

издание (izdanie) edisi

“Известий цик СССР и Вцик” (“Izvestij cik SSSR i Vcik”) “Berita Uni Soviet dan Komite Eksekutif Pusat”

Petanda:

Di dalam poster iklan Krasnaya Niva digambarkan sebuah pesawat terbang berwarna merah yang sedang terbang ke atas, sambil menyebarkan kertas-kertas bertuliskan *искусство* (seni), *наука и техника* (ilmu dan teknik), dan *рабочее движение* (gerakan buruh). Di bagian langit dibuat gradasi warna yang membuat pesawat terbang dengan gerakan seolah berputar di langit. Di bagian

bawahnya terdapat kertas koran yang bertuliskan *Krasnaya Niva* sebagai bagian dari kertas-kertas tersebut, di atas hamparan ladang hijau yang luar dengan langit berwarna biru.

Makna:

Poster di atas adalah poster iklan produk barang yaitu koran *Красная Нива* (*Krasnaya Niva*). *Krasnaya Niva* adalah koran mingguan berisi sastra dan seni yang diterbitkan oleh *Izvestia* di Moskow pada tahun 1923-1923, di bawah editan A.V. Lunacharsky dan Yu.M. Steklov. Koran ini umumnya berskala kecil, dan berisi puisi, cerpen, esai, dan kutipan dari novel maupun cerita.⁸³

Di poster tersebut digambarkan sebuah pesawat yang menyebarkan kertas-kertas bertuliskan isi dari apa yang dimuat dalam koran *Krasnaya Niva* di atas ladang. Pesawat yang berwarna merah melambangkan warna yang menjadi merk koran tersebut, yaitu *Krasnaya Niva* (Ladang Jagung Merah). Simbol pesawat dalam poster ini menggambarkan adanya teknologi pada periode beredarnya poster ini, yang melambangkan adanya unsur modernitas. Pada masa itu, pesawat adalah sesuatu yang dianggap modern. Pemerintah Bolshevik pada periode itu melihat penerbangan sebagai salah satu cara utama untuk memodernisasi sebuah negara yang terbelakang yang mana sebagian besar penduduknya adalah petani pedesaan. Para pemimpin komunis baru percaya bahwa penerbangan akan menjadi cara yang paling efisien untuk mengangkut manusia dan barang melewati dua belas zona waktu yang membentuk negara yang luas itu.⁸⁴

Di bagian bawah poster iklan tersebut terdapat sebuah hamparan ladang berwarna hijau yang luas, yang merupakan simbol dari pedesaan atau pedalaman. Kemudian pesawat yang sedang terbang berputar dan menyebarkan kertas-kertas di atasnya tersebut menggambarkan bahwa ia adalah sebuah alat untuk menyebarkan, dan kertas-kertas yang disebarkan yang bertuliskan seni, ilmu, teknik, dan sebagainya mencerminkan adanya informasi yang beragam, yang merupakan isi dari koran *Krasnaya Niva*. Hal ini melambangkan bahwa pesawat

⁸³ *Krasnaya Niva*. [http://publ.lib.ru/ARCHIVES/A/"Krasnaya_Niva"/_Krasnaya_Niva".html](http://publ.lib.ru/ARCHIVES/A/). diunduh tanggal 29 Mei 2012.

⁸⁴ Higham, Robin, John T. Greenwood, and Von Hardesty. *Russian Aviation and Air Power in the Twentieth Century*. London: Frank Cass, 1998.

tersebut dijadikan sebagai alat untuk menyebarkan koran Krasnaya Niva. Makna yang dapat ditarik dari poster tersebut di atas adalah bahwa koran Krasnaya Niva menggunakan sistem yang modern untuk menyebarkan informasi ilmu pengetahuan dan seni secara merata sampai ke pelosok pedalaman dan pedesaan. Poster ini menghimbau masyarakat untuk membaca koran Krasnaya Niva yang berisi beragam pengetahuan dan memiliki keunggulan menawarkan penyebaran informasi yang luas sampai ke pedesaan tersebut. Di dalam poster iklan tersebut, Krasnaya Niva pada saat itu menerbitkan edisi yang membahas tentang “Berita Uni Soviet dan Komite Eksekutif Pusat”.

Terlihat bahwa segala gambar yang ada dalam poster iklan koran Krasnaya Niva di atas tepat guna dan memiliki maksud yang tepat dalam menyampaikan pesan iklannya yaitu menghimbau masyarakat untuk membaca koran Krasnaya Niva edisi “Berita Uni Soviet dan Komite Eksekutif Pusat”. Koran Krasnaya Niva di poster ini digambarkan sebagai koran yang yang canggih dan mengikuti perkembangan kemajuan negeri dengan menampilkan sebuah pesawat yang terbang berputar sebagai alat penyebaran informasi. Hal ini dapat menarik minat masyarakat untuk membeli dan membaca koran tersebut, karena dengan membeli koran tersebut pembaca akan merasakan ikut menjadi bagian dari kemajuan negeri yang dinamis dan modern.

IV.3.9. Вестник воздушного флота и Самолет

Penanda:



Gambar 24. Вестник воздушного флота и Самолет (Vestnik vozdušnogo flota i Samolet), 1925.

Sumber: Constructivism Posters (internationalposters.com)

чтобы строить воздушный флот надо его знать (čtoby stroit' vozdušnyj flot nado ego znat') Untuk membangun penerbangan, kita harus mengetahuinya

Читайте журналы “Вестник воздушного флота” и “Самолет” (Čitajte žurnaly “Vestnik vozdušnogo flota” i “Samolet”) Bacalah majalah “Vestnik vozdušnogo flota” dan “Samolet”

Petanda:

Di dalam poster iklan majalah tersebut, digambarkan sebuah pesawat terbang berwarna emas di atas siluet landasan dan sebuah bendera berwarna merah bertuliskan СССР (Uni Soviet) berkibar di atas tiang yang berada di landasan tersebut. Warna latar poster adalah biru gelap.

Makna:

Poster iklan di atas adalah berisikan tentang produk majalah yang isinya membahas tentang pesawat yaitu *Вестник воздушного флота* (Jurnal Angkatan Udara) dan *Самолет* (Pesawat). Majalah ini terbit dengan judul tersebut sejak tahun 1918 hingga 1962, dan kemudian berganti nama menjadi “Авиация и космонавтика” (Aviatsiya i kosmonavtika) atau Penerbangan dan Kosmonot. Sebelum berganti judul, majalah bulanan ini membahas tentang penerbangan dan angkatan udara. Kemudian sejak judulnya berganti, isi konten majalah ini bertambah tidak hanya menjelaskan tentang penerbangan tapi juga membahas tentang teknologi luar angkasa dan prospek pembangunannya.⁸⁵

Dari gambar sebuah pesawat yang sedang terbang ke langit yang berwarna biru, dan sebuah bendera Uni Soviet di sampingnya. Warna emas pada pesawat melambangkan adanya energy. Hal ini melambangkan bahwa penerbangan di Uni Soviet saat itu memiliki suatu kekuatan, sesuatu yang bersinar. Bidang penerbangan di Uni Soviet pada masa itu memang mengalami kemajuan dan masa kejayaan. Langit biru melambangkan adanya ketidakterbatasan. Penerbangan di Uni Soviet akan terus mengalami kemajuan yang tidak terbatas, begitulah yang dilambangkan dari warna langit tersebut. Kemajuan dalam bidang penerbangan dan angkatan udara inilah yang memicu terbitnya majalah tersebut. Dapat ditarik kesimpulan bahwa makna dari poster di bawah ini adalah sebuah iklan yang menawarkan majalah berjudul *Вестник воздушного флота* (Jurnal Angkatan Udara) dan *Самолет* (Pesawat) yang memuat berita dan liputan serta artikel-artikel yang membahas mengenai seputar perkembangan kemajuan bidang penerbangan dan Angkatan Udara di Uni Soviet pada masa itu.

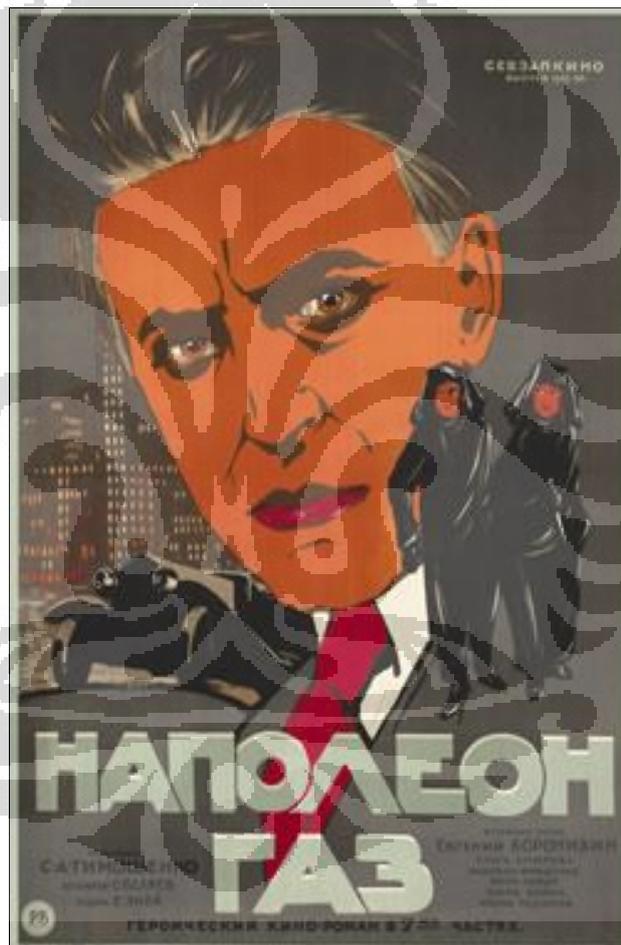
Dengan hanya menggambarkan sebuah pesawat yang sedang terbang di atas landasan dan sebuah bendera Uni Soviet disampingnya telah menunjukkan bahwa poster iklan majalah yang digambarkan berisi segala tentang penerbangan di Uni Soviet, dan dengan begitu meski poster di atas terlihat begitu sederhana, tapi maksud yang ingin disampaikan si pembuat poster tersampaikan kepada masyarakat. Ditambah dengan tulisan “Untuk membangun penerbangan kita harus

⁸⁵ «Авиация и космонавтика»
[http://publ.lib.ru/ARCHIVES/A/"Aviatsiya_i_kosmonavtika"/_ "Aviatsiya_i_kosmonavtika".html](http://publ.lib.ru/ARCHIVES/A/)
 Diunduh tanggal 29 Mei 2012.

mengetahuinya”, masyarakat akan menjadi tertarik untuk membeli dan membaca majalah tersebut, karena di tengah-tengah pembangunan negeri dimana modernitas teknologi dan mesin menjadi tren saat itu, masyarakat ingin mengetahui segala perkembangan yang terjadi dalam negeri, terutama tentang bidang penerbangan sebagaimana Uni Soviet saat itu memiliki kemajuan dalam membangun sistem penerbangannya.

IV.3.10. НАПОЛЕОН ГАЗ

Penanda:



Gambar 25. НАПОЛЕОН ГАЗ (Napoleon Gaz), 1925.
Sumber: Constructivism Posters (internationalposters.com)

НАПОЛЕОН ГАЗ (NAPOLEON GAZ) GAS NAPOLEON

Petanda:

Simbol modern juga terlihat dalam poster iklan film bisu Russia di atas. Di dalam poster digambarkan seorang pria disorot dari dekat hingga menampilkan hanya foto wajah dan bagian atas dada, dengan berpakaian setelah kemeja putih dan jas hitam dengan dasi berwarna merah di bagian tengah poster. Gambar tubuh pria tersebut dipasang hampir memenuhi seluruh poster dan bagian tubuh yang ditampilkan hanya dari dada sampai kepala. Ia menatap ke arah depan, meskipun badannya mengarah ke arah samping kiri, seolah-olah menoleh ke arah orang-orang yang melihat poster iklan tersebut. Tatapan matanya begitu tajam seakan mengancam. Latar belakang pria tersebut adalah sebuah gedung pabrik dan sebuah mobil hitam. Di sebelah kanan terdapat dua orang dengan pose seluruh badan. Keduanya memakai pakaian bertudung warna hitam. Tubuh kedua orang tersebut mengarah ke depan, tapi wajah mereka berdua melihat ke samping dan ke belakang, seakan-akan seperti sedang berlari dari sesuatu.

Makna:

Poster di atas mengiklankan sebuah film bisu yang berjudul *Napoleon Gas*. Film dibuat pada tahun 1925 di Leningrad dengan durasi selama 138 menit yang dibagi menjadi 7 bagian. Film tersebut disutradari oleh Timoshenko dan ia jugalah yang menulis skenarionya. Film ini dibintangi oleh Boronihin Evgeniy Aleksandrovich, Rubinstain Roman, Spirova Olga, Talanov Ion, dan Chayka Elena. Film ini menceritakan tentang seorang tokoh utama yang bermimpi bahwa para imperialis telah menemukan senjata kimia baru dan telah memulai serangan gas beracun bernama Gas Napoleon di Leningrad. Pada awalnya, musuh telah mencapai perbatasan kota, namun Tentara Merah dapat menghalau mereka dan mengusir mereka keluar dari sana.⁸⁶

Di dalam poster iklan produk di atas, gambar pria yang menatap awas atau waspada itu merupakan gambar wajah tokoh utama Boronihin Evgeny yang mendapat peran sebagai Gannimer, si pencipta gas beracun Napoleon⁸⁷. Tatapan matanya yang tajam itu seolah-olah menggambarkan bahwa ia ingin menyiratkan

⁸⁶ *Napoleon Gaz* <http://kino-teatr.ru/kino/movie/sov/9587/annot/> diunduh 2 Juni 2012

⁸⁷ *Evgenin Boronikhin* <http://www.kino-teatr.ru/kino/acter/m/sov/25514/bio/> Евгений Боронихин diunduh 1 Juni 2012

kemisteriusan dan perintah untuk takut padanya dan gas beracun buaatannya tersebut. Di belakangnya terdapat gambar pabrik yang merupakan tempat penciptaan gas tersebut. Pabrik itu menggambarkan bahwa setting cerita dalam film ini berkuat pada kehidupan industrialisasi yang modern.

Dalam poster di atas, kendaraan dan gedung industri dijadikan simbol sebagai sesuatu yang memiliki teknologi atau mesin, dan dengan begitu dapat dianggap sebagai lambang yang menunjukkan adanya modernisasi. Modernisasi adalah sebuah proses perkembangan budaya yang didasari oleh konsep modernitas. Modernitas menurut Giddens (1991:1-9) mempunyai dua ciri pokok, yaitu yang pertama adalah cenderung mengurangi nilai adat kebiasaan yang sudah mantap dan yang kedua adalah cenderung melihat keluar atau *globalizing*. Di negara-negara industri seperti Eropa dan Amerika Serikat, modernisasi cenderung mengarah ke proses internasionalisasi.⁸⁸

Modernisasi yang terjadi dalam poster ini adalah gambaran pabrik dan mobil yang ada di dalam poster. Poster ini menunjukkan bahwa cerita dalam film ini bergenre fiksi ilmiah, suatu genre yang erat kaitannya dengan cerita-cerita yang berbau futuristik. Kemisteriusan dan ketegangan yang diakibatkan oleh sebuah gas beracun dapat menarik minat masyarakat untuk tertarik menyaksikannya dan membuat masyarakat penasaran dengan bagaimana jalan cerita serta akhir dari cerita dalam film tersebut.

⁸⁸ Benny. H. Hoed. Op. Cit. 106

IV.3.11. КИО

Penanda:



Gambar 26. КИО (KIO), 1927.

Sumber: Constructivism Posters (internationalposters.com)

Гастроли Госцирк (Gastroli Goscirc) Tur Sirkus Negara
 КИО (KIO) КИО
 сегодня и ежедневно (segodnja i ežednevno) hari ini dan setiap hari

Petanda:

Di dalam poster digambarkan ada sebuah segitiga besar yang memenuhi seluruh bagian isi poster. Pada bagian tengah segitiga tersebut berwarna jingga, dan segitiga tersebut dihiasi dengan garis pinggir berwarna hitam tebal. Di bagian tengah segitiga berwarna jingga tersebut terdapat *КИО* berwarna putih dengan garis merah tipis di bagian pinggir. Di bagian garis hitam tebal terdapat foto kepala-kepala manusia dengan topi sorban di atasnya, pria dan wanita, dan di bagian bawah beberapa dari mereka mengenakan topi beret berwarna hijau. Foto kepala-kepala tersebut disusun mengikuti bentuk segitiga jingga di atas garis hitam tersebut, dan membentuk tingkatan. Kepala-kepala yang terletak di paling

bawah ukurannya lebih kecil dibandingkan foto kepala di atasnya, dan begitu seterusnya sampai kepala yang terletak di paling atas, yang berukuran terbesar dibandingkan dengan kepala-kepala lain. Warna latar poster ialah hijau dengan teks bertuliskan *Гастролу* (Tur) dan *Госцирк* (Sirkus Negara) masing-masing dibagian kanan dan kiri berwarna putih. Kemudian di bagian bawah warna latar poster berubah menjadi emas dengan tulisan *сегодня и ежедневно* (hari ini dan setiap hari) dicetak berwarna putih. keseluruhan teks memiliki kecenderungan tipografi yang besar dan kuat.

Makna:

Poster di bawah adalah poster iklan produk tentang seseorang bernama Kio. Kio, atau yang memiliki nama lengkap Emil Teodorovich Kio (1894-1965), adalah seorang pesulap ilusionis legendaris di sirkus Rusia pada periode New Economy Policy.⁸⁹ Poster ini dibuat pada tahun 1927 dan mengiklankan tentang keahlian Kio dalam bermain sulap.

Di dalam poster, foto Kio diletakkan berada di paling puncak gambar segitiga dalam poster tersebut, dan orang-orang lainnya berada di bawah segitiga termasuk orang-orang yang memakai topi beret hijau yang pertanda bahwa mereka adalah militer. Segitiga menurut ideogram berarti melambangkan suatu kekuatan.⁹⁰ Warna latar hitam pada garis pinggir yang tebal menandakan adanya kemisteriusan, sedangkan warna jingga keemasan pada segitiga melambangkan adanya suatu energi.⁹¹ Gabungan arti dari simbol warna-warna tersebut disusul dengan foto kepala-kepala tersebut menunjukkan seolah-olah orang-orang tersebut tertarik akan adanya suatu energi misterius dari Kio. Mereka seolah-oleh terhisap ke atas, ke tempat dimana Kio berada. Terhisapnya mereka ke atas dapat diartikan sebagai mereka memiliki rasa ketertarikan akan Kio si ahli sulap. Energi yang misterius itu melambangkan permainan sulap Kio yang misterius dan berenergi. Foto Kio yang berada di puncak segitiga menggambarkan bahwa seolah-olah Kio begitu ahli bermain sulap atau keahlian bermain sulapnya begitu

⁸⁹ *Emil Teodorovich Kio*. http://www.peoples.ru/art/circus/illusionist/emil_kio/ Diunduh tanggal 30 Mei 2012.

⁹⁰ Carl G. Liungman. Op Cit 28

⁹¹ Gagan Diesh. Op Cit 7

tinggi hingga ia memiliki banyak penggemar dari berbagai kalangan sampai para tentara militer sekalipun. Teks yang bertuliskan *KIO* (KIO) diberi warna putih dengan garis merah agar masyarakat yang melihat poster ini tetap dapat membaca teks tersebut yang dicetak di atas warna jingga. Teks tersebut dicetak lebih besar ukurannya dibanding teks lain agar masyarakat dapat mengetahui bahwa fokus dari isi poster iklan ini adalah bertujuan untuk mempromosikan keahlian bermain sulap Kio.

Dari poster ini terlihat bahwa hanya dengan bentuk segitiga dan foto-foto yang disusun dapat menyampaikan pesan yang tepat guna tanpa harus menulis banyak kata. Si pembuat poster ingin menyampaikan pesan bahwa Kio sangat pandai bermain sulap dan berharap bahwa masyarakat si penerima pesan dapat mengartikan simbol segitiga itu dan tertarik untuk melihat aksi pertunjukan sulap Kio di kemudian hari.

IV.3.12. Ленгиз

Penanda:



174. Родченко А.
Ленгиз. Книги по всем отраслям знания. 1925

Gambar 27. Ленгиз (Lengiz), 1925.

Sumber: *Конструктивизм в советском плакате* (Pandia.ru)

Ленгиз (Lengiz) Lengiz
Книги (Knigi) Buku-buku

по всем отраслям знания (po vsem otrasljam znanija) untuk semua
cabang ilmu

Petanda:

Poster berbentuk persegi panjang dengan orientasi *landscape*. Di seperempat bagian kiri poster latar berwarna hitam, dan sisanya berwarna merah, dengan bagian tengah berwarna hijau. Di sebelah kiri terdapat simbol lingkaran berisikan kepala seorang wanita. Posisi kepala wanita tersebut menghadap ke samping kanan, dengan mata yang memandang lurus ke depan dan telapak tangan yang terbuka lebar di depan mulut yang juga terbuka lebar, terlihat seolah-olah sedang berseru. Di dekat mulut wanita tersebut digambar sebuah simbol segitiga yang hampir menempel pada mulut, berwarna hitam, yang di atasnya terdapat teks *Книги* (buku-buku) dengan kecenderungan tipografi yang kaku, besar, rapat, dan berwarna merah. Di sebelah segitiga hitam tersebut terdapat garis-garis berbentuk diagonal berwarna putih menghiasi latar merah, sehingga membuat warna latar merah tersebut terlihat seperti terbagi-bagi karena garis-garis putih tersebut. Di antara garis-garis itu terdapat tulisan *по всем отраслям знания* (untuk semua cabang ilmu) berwarna putih dengan warna latar biru. Di bagian atas dan bawah poster tersebut terdapat teks *Ленгиз* berwarna putih dengan kecenderungan tipografi yang dicetak besar.

Makna:

Lengiz ialah singkatan dari *Ленинградское отделение Государственного издательства (Ленгиз)*, sebuah penerbitan milik negara yang terletak di Leningrad.⁹² Warna latar hitam di seperempat bagian kiri poster menunjukkan adanya kegelapan. Hal ini menandakan bahwa Rusia dahulu mengalami masa-masa kegelapan yang disebabkan oleh masyarakat yang tidak berpendidikan. Kemudian teks bertuliskan *Ленгиз* (Lengiz) dicetak dibagian atas

⁹² *Poster Leningrad Department of State Publishing (Lengiz)*.

<http://www.wikipaintings.org/en/boris-kustodiev/poster-leningrad-department-of-state-publishing-lengiz-1925> diunduh 13 Juli 2012

dan bawah poster berwarna putih, dengan penempatan setengah dari huruf-huruf tersebut berada di latar berwarna hitam dan sebagian lagi berada di latar berwarna merah. Warna putih pada teks tersebut menandakan bahwa Lengiz memberikan kebaikan dengan mengeluarkan Uni Soviet dari kegelapan, dilihat dari cara penempatan posisi huruf-hurufnya. Sebuah simbol lingkaran berlatar warna biru di bawahnya berarti adanya sesuatu yang tanpa awal dan tanpa akhir, yang juga memiliki ketidakterbatasan. Foto wajah wanita di bagian tengah lingkaran tersebut berpose menyerukan sesuatu, dan dari mulutnya seolah-olah keluar teriakan wanita tersebut yaitu *Книги* (Buku-buku). Hal ini menandakan wanita tersebut menyerukan atau memberitahukan adanya buku-buku dengan jumlah yang tidak terbatas. Agar masyarakat menyadari bahwa buku-bukulah yang menjadi fokus dari isi iklan dalam poster ini, maka tulisan *Книги* dicetak besar dan berwarna merah dengan latar hitam. Latar hitam disini berguna untuk memfokuskan pandangan masyarakat yang melihat poster ini kepada tulisan *Книги* berwarna merah yang ada di atasnya. Di balik segitiga tersebut terdapat warna latar hijau yang berarti kehidupan. Dari segitiga bertuliskan *Книги* muncul garis-garis putih diagonal yang menyebar ke segala penjuru bagian kanan poster, dan di salah satu antara garis itu terdapat tulisan *по всем отраслям знания* (untuk semua cabang ilmu) berwarna latar biru. Hal ini menandakan bahwa buku-buku tersebut ada untuk semua cabang ilmu yang tidak terbatas jumlahnya. Dari semua ini dapat disimpulkan bahwa Lengiz hadir membawa buku-buku untuk semua cabang ilmu yang tidak terbatas jumlahnya, agar masyarakat terbebas dari kehidupan gelap yang tidak berpendidikan menjadi masyarakat kaya akan ilmu dan informasi.

IV.3.13. Реклама в трамвае

Penanda:



195. Буланов Д.
Реклама в трамвае... 1927

Gambar 28. реклама в трамвае (reklama v tramvae), 1927.
Sumber: *Конструктивизм в советском плакате* (Pandia.ru)

читается ежедневно миллионом людей (čitaetsja ežednevno millionom
ljudej) Dibaca setiap hari oleh jutaan orang
бюро реклам (bjuro reklam) biro iklan
реклама в трамвае (reklama v tramvae) iklan di trem
дешева (deševa) murah
рациональна (racional'na) rasional

Petanda:

Poster dibuat di atas kertas standar berbentuk persegi panjang dengan orientasi *landscape*. Latar belakang poster berwarna hitam, dan terdapat teks bertuliskan *читается ежедневно миллионом людей* (dibaca setiap hari oleh jutaan orang) berwarna putih. Kemudian di bagian tengah poster terdapat gerbong trem dengan badan gerbong berwarna merah dnegan pinggiran cokelat. Di bagian jendela-jendela gerbong terdapat kertas-kertas yang ditempel sehingga menutupi kaca-kaca jendela tersebut. Pada dua jendela di tengah terdapat tulisan *дешева* (murah) dan *рациональна* (rasional) berwarna hitam. Di bagian atas gerbong terdapat tulisan *реклама в трамвае* (iklan di trem) dengan cetakan kaku, besar

dan berwarna merah. Di sebelah kiri atas gerbong trem tersebut terdapat tulisan *бюро реклам* (biro iklan) dengan sebuah alamat tertera di bawahnya. Kemudian ada tiga buah tanda seru berwarna merah terletak di bagian atas poster dan kedua pintu trem.

Makna:

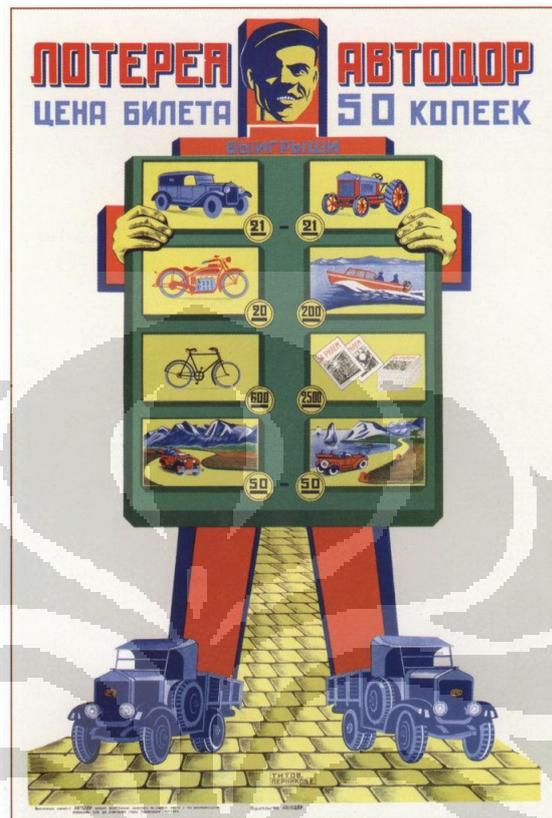
Warna latar hitam dibuat agar masyarakat yang melihat poster ini dapat langsung memfokuskan pandangannya ke bagian isi poster yaitu gambar trem yang mencolok dengan warna merah dan cokelat. Teks di bagian atas yang bertuliskan *читается ежедневно миллионом людей* (dibaca setiap hari oleh jutaan orang) ditulis dengan warna putih agar orang-orang dapat tetap membacanya meskipun dicetak di atas latar berwarna hitam. Tulisan ini menunjukkan bahwa “sesuatu” akan dapat dibaca oleh jutaan orang setiap harinya. Orang yang melihat poster ini tentunya akan bertanya-tanya apakah “sesuatu” tersebut dan bagaimana “sesuatu” tersebut dapat dibaca oleh jutaan orang setiap harinya. Teks ini akan memancing keingintahuan tersebut agar orang mau membaca kalimat berikutnya yang terletak di bagian atas gerbong, yaitu *реклама в трамвае* (iklan di trem) untuk menjawab pertanyaan. Sampai di sini, orang akan mengetahui bahwa “sesuatu” tersebut adalah iklan, dan iklan tersebut apabila dipasang di trem akan dibaca oleh jutaan orang yang menaiki trem tersebut. Salah satu teknologi kendaraan yang terkenal untuk menghubungkan manusia dengan tempat-tempat di negara tersebut adalah trem. Trem merupakan transportasi yang populer di Uni Soviet terutama pada masa itu. Jadi apabila teks tersebut mengatakan “akan dibaca jutaan orang”, kalimat tersebut tidaklah salah. Begitu banyak orang-orang masyarakat Uni Soviet, terutama dari kalangan pekerja dan buruh, yang akan menaiki trem setiap harinya. Kemudian di bagian jendela gerbong trem pada poster ditunjukkan bagaimana iklan-iklan yang dipasang akan diposisikan, yaitu dengan menempelnya di bagian jendela seperti yang tergambar dalam poster. Kemudian terdapat tulisan *дешево* (murah) dan *рациональна* (rasional), yang menandakan bahwa apabila ada orang yang ingin memasang iklan di trem, mereka dapat membayarnya dengan harga yang terjangkau dan masuk akal. Sampai di sini pesan poster iklan di atas tersampaikan,

yaitu jasa pemasangan iklan pada trem. Kemudian masyarakat akan bertanya dimanakah mereka akan mendapatkan pelayanan jasa seperti itu, yang akan terjawab apabila mereka memfokuskan pandangan ke bagian atas kiri gerbong trem, yaitu pada tulisan *бюро реклам* (biro iklan) dengan sebuah alamat tertera di bawahnya. Dengan alamat tersebut, masyarakat yang melihat poster tersebut dan tertarik dalam penggunaan jasa pemasangan iklan akan dapat langsung menghubungi biro iklan dengan alamat yang tertera di bawahnya.

Si pembuat poster menggambarkan teknologi kendaraan trem sebagai alat untuk mengiklankan jasa periklanan yang memang menawarkan jasa pemasangan iklan di trem. Di sini, interaksi akan desain poster yang terjadi antara si pemesan iklan dan si pembuat poster tercapai, yaitu untuk menawarkan jasa pemasangan iklan di trem dibutuhkan gambar trem itu sendiri. Gambar gerbong trem dibuat sederhana agar dapat dicetak banyak dengan cepat. Si pembuat poster menambahkan tulisan-tulisan yang dapat memancing minat masyarakat yang melihat poster di atas untuk tertarik dan berminat menghubungi bsi biro iklan untuk memasang iklan mereka di trem.

IV.3.14. Лотерея Автодор

Penanda:



191. Титов Б., Перников Е.
Лотерея Автодор. Цена билета 50 коп. 1929

Gambar 29. Лотерея Автодор (Lotereja Avtodor), 1929.
Sumber: *Конструктивизм в советском плакате* (Pandia.ru)

Лотерея Автодор (Lotereja Avtodor) Lotere Avtodor

Цена билета 50 копеек (Cena bileta 50 kopeek) Harga Tiket 50 kopek

Выигрыши (Vyigryši) Pemenang

Petanda:

Poster dibuat di atas kertas standar berbentuk persegi panjang berorientasi *portrait*. Di dalam poster pada bagian atas terdapat teks bertuliskan *Лотерея Автодор* (Lotere Avtodor) dicetak dengan warna merah besar. Di bawahnya terdapat tulisan *Цена билета 50 копеек* (Harga tiket 50 kopeek). Di bagian tengah poster terdapat gambar tubuh manusia utuh yang terdiri dari susunan persegi panjang tipis, seperti bentuk salib dengan dua kaki. Di bagian atas terdapat wajah manusia, dan dibagian kanan dan kiri terdapat potongan gambar tangan

yang memegang papan besar dengan delapan gambar berbeda, dimulai dari atas yaitu dua buah mobil dengan tipe yang berbeda, kemudian ada sepeda motor, wisata perahu *yacht*, sepeda, majalah, wisata ke gunung, dan wisata ke pantai. Di bagian atas gambar-gambar tersebut terdapat tulisan *Выигрыши* (Pemenang), dan di masing-masing gambar terdapat angka-angka yang berbeda. Bagian kaki tubuh orang tersebut ditopang oleh dua truk dengan bak terbuka, seolah-olah tubuh orang tersebut berjalan dengan roda. Orang tersebut berdiri di sebuah jalan dengan blok batako yang terlihat memiliki lengkungan seperti jalanan yang berbelok.

Makna:

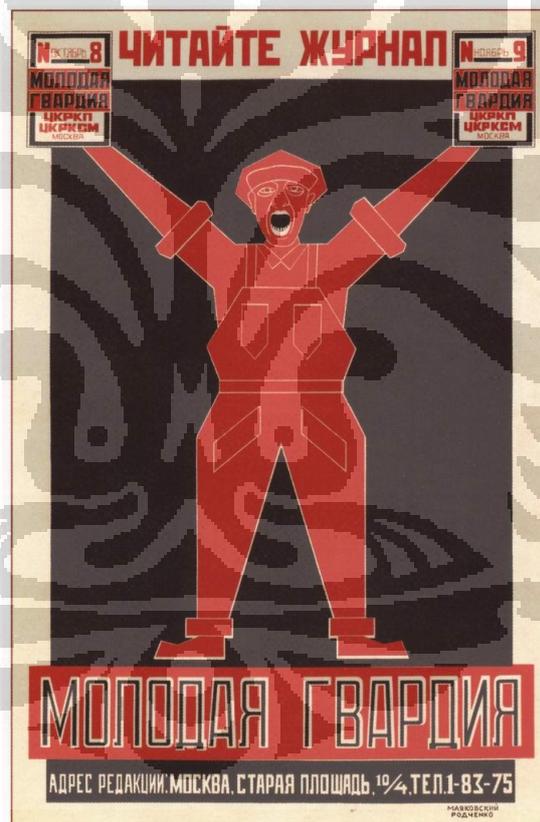
Di bagian atas poster terdapat teks bertuliskan *Лотерея Автотор* (Lotere Avtodor) berwarna merah dicetak besar, menandakan poster tersebut berisi iklan tentang promosi Lotere Avtodor. Kemudian di bawahnya disusul dengan tulisan *Цена билета 50 копеек* (Harga tiket 50 kopek) menunjukkan bahwa satuan tiket lotere seharga 50 kopek. Kemudian terdapat tulisan *Выигрыши* (Pemenang), yang menunjukkan bahwa dengan membeli tiket lotere Avtodor akan mendapatkan kesempatan untuk memenangkan delapan hadiah sesuai yang tertera pada gambar. Kesempatan memenangkan hadiah dijelaskan dalam angka yang tertera pada masing-masing gambar, seperti misalnya kesempatan untuk memenangkan wisata ke gunung ada untuk 50 pemenang, dan hal yang sama berlaku untuk ketujuh hadiah lainnya dengan angka-angka yang tertera di atasnya. Roda truk yang membawa tubuh orang dalam poster di atas jalanan yang berbelok menunjukkan bahwa orang tersebut telah berkeliling ke jalan-jalan untuk menyebarkan gambar hadiah-hadiah yang ditawarkan Lotere Avtodor.

Dalam poster di atas si pembuat poster iklan berusaha memancing minat masyarakat yang melihat poster menjadi tertarik untuk membeli tiket lotere dengan menampilkan delapan gambar hadiah dan kesempatan jumlah pemenang yang dapat memenangkannya. Dengan menampilkan angka kesempatan tersebut, masyarakat akan berpikir bahwa mereka mungkin akan memiliki kesempatan untuk memenangkan hadiah termahal dengan membeli tiket lotere tersebut, dan meskipun jika mereka kalah nantinya, mereka masih akan dapat kesempatan untuk mendapatkan hadiah termurah dengan kesempatan yang lebih besar. Pada

gambar-gambar hadiah selalu digambarkan gambaran teknologi seperti mobil, sepeda motor, perahu, untuk memancing minat masyarakat yang pada masa itu memang sangat memiliki minat untuk menikmati kehidupan yang serba modern dengan teknologi yang canggih pula. Dari sini, si pemesan iklan dan si pembuat poster memiliki kesepakatan untuk memberikan tampilan hadiah yang sesuai dengan yang ditawarkan si pemesan iklan yakni pihak Lotere Avtodor kepada para pemenang, dan si pembuat poster berusaha untuk membuat iklannya dilihat orang dengan menambahkan elemen modernisasi di dalamnya.

IV.3.14. Молодая гвардия

Penanda:



170. Родченко А., Маяковский В.
Читайте журнал «Молодая гвардия»... 1924

Gambar 30. Молодая гвардия (Molodaja gvardija), 1924.

Sumber: *Конструктивизм в советском плакате* (Pandia.ru)

Читайте журнал (Čitajte žurnal) Bacalah majalah
Молодая гвардия (Molodaja gvardija) Pengawal Muda

Адрес редакции: Москва, Старая Площадь, 10/4, Тел. 1-83-75 (Adres redakcii: Moskva, Staraja Plošad', 10/4, Tel. 1-83-75) Alamat redaksi: Moscow, Lapangan Merah, 10/4, Telp. 1-83-75

Petanda:

Poster di atas dibuat dengan kertas standar berbentuk persegi panjang dengan orientasi *portrait*. Di bagian paling atas poster terdapat tulisan yang dicetak dengan warna merah yaitu *Читайте журнал* (Bacalah majalah). Di bagian tengah poster diberi warna latar hitam, dan sebuah gambar seseorang yang berwarna merah. Ia memakai pakaian pekerja. Bentuk tubuh dan pakaian yang ia kenakan berbentuk kaku seperti bentuk geometris. Tatapan matanya memandang ke arah atas dengan mulut terbuka, terlihat ia sedang meneriakkan sesuatu, dengan kedua tangan memegang masing-masing satu buah majalah. Di bagian bawah poster terdapat warna latar merah dengan tulisan bertipografi kaku dan rapat yaitu *Молодая гвардия* (Pengawal Muda) berwarna hitam, yang kemudian di bawahnya lagi terdapat alamat yang tertera.

Makna:

Seruan *Читайте журнал* (Bacalah majalah) merupakan kalimat perintah atau meminta. Masyarakat yang melihat poster ini akan merasa sebagai pihak yang diminta, ditambah lagi dengan gambaran seseorang berpakaian pekerja berwarna merah memandang ke atas, seolah-olah ia menyerukan perintah tersebut kepada orang-orang yang ada di hadapannya. Warna merah dalam poster ini melambangkan negara Uni Soviet. Sampai di sini akan timbul pertanyaan majalah apa yang diminta untuk dibaca, dan jawaban langsung tertera pada bagian bawah poster, yaitu majalah *Молодая гвардия* (Pengawal Muda). Gambaran pekerja di dalam poster menunjukkan bahwa majalah tersebut diperuntukkan bagi masyarakat proletar di Rusia saat itu⁹³, yaitu kalangan pekerja, petani, dan buruh. Warna latar hitam dimaksudkan agar pandangan mata masyarakat yang melihat poster ini terpaku pada gambar si pekerja dan apa yang ia berusaha sampaikan, yaitu membaca majalah *Молодая гвардия*.

⁹³ *Social Structure*. op cit

Kesederhanaan si pembuat poster dalam menerapkan unsur visual ke dalam poster tetap dapat menyampaikan isi pesan iklan tersebut. Untuk menggambarkan majalah yang diperuntukkan bagi kalangan pekerja si pembuat poster memilih untuk menggambar seorang pekerja Uni Soviet yang memegang dua buah majalah. Di bagian bawah tak lupa si pembuat poster menuliskan alamat redaksi agar bagi siapapun yang hendak membeli atau memesan majalah tersebut dapat langsung menghubungi alamat yang dicantumkan di bawah.

IV.3.15 Simpulan

Dari bab analisis di atas, simpulan yang dapat diambil ialah bahwa Konstruktivisme mendapatkan pengaruh dari bentuk-bentuk geometris yang dikembangkan oleh Suprematisme dan juga pengaruh adanya unsur-unsur modernisme yang diimplementasikan ke dalam unsur visual poster yang didapatkan dari gerakan Futurisme. Adanya penerapan teknik photo-montage ke dalam media poster seperti yang dilakukan oleh Rodchenko dalam ilustrasi *Pro Eto* membuat tahun 1923 menjadi awal perkembangan pesat gerakan seni Konstruktivisme di Rusia. *New Economy Policy* yang mengizinkan masyarakat terutama bagi kalangan pedagang untuk mendapatkan keuntungan dari hasil penjualannya membuat para pedagang ini berbondong-bondong untuk membuat poster-poster iklan produk agar barang dagangan mereka laku terjual. Dengan adanya poster-poster iklan produk inilah yang membuat masyarakat Rusia pada saat itu menjadi masyarakat yang konsumerisme. Hal ini membuat *New Economy Policy* dikenal sebagai periode *The Roaring Twenties* bagi masyarakat Rusia.

BAB V

KESIMPULAN

Seni desain grafis di Rusia mulai berkembang pesat ketika gerakan seni Konstruktivisme muncul, yang mana aspek teknologi dan kesederhanaan menyatu dalam seni yang diperuntukkan sebagai suatu karya yang ikut berkontribusi dalam pembangunan negara. Gerakan seni Konstruktivisme tersebut terukir dalam poster-poster yang beredar pada periode *New Economy Policy* yang kebanyakan dari mereka adalah media visual untuk mengiklankan produk-produk yang beredar pada masa itu.

Konstruktivisme memiliki ciri dan bentuk tersendiri yang berbeda dengan gerakan seni lainnya. Dari hasil penelitian skripsi ini, dapat diketahui para Konstruktivis tidak ingin karyanya hanya semata-mata disebut sebagai “seni belaka”. Mereka ingin ikut berkontribusi dalam kemajuan pembangunan negara menuju kehidupan dan masyarakat yang harmonis dan dinamis. Membanjirnya usaha pribadi milik rakyat pada periode *New Economy Policy* pada tahun 1920 sampai 1929 membuat mereka mendapatkan kesempatan berkontribusi tersebut. Produk-produk baru bermunculan. Pesanan poster-poster iklan mengalir seiring berjalannya kehidupan yang menuju modernitas saat itu. Semuanya berusaha untuk mendapatkan keuntungan pribadi dengan berdagang.

Para seniman Konstruktivis dituntut untuk bekerja dengan cepat dalam mengangani pesanan iklan yang masuk. Tanpa menghiraukan dekorasi keindahan yang tidak akan berguna, para Konstruktivis memilih kesederhanaan namun tetap tepat guna dalam membuat poster dan menciptakan unsur visual yang dapat merepresentasikan produk yang akan diiklankan dengan tepat, dan tetap berorientasi kepada simbol kehidupan yang modern dan maju di dalam media yang terbatas.

Konsep pemikiran ketepatan guna mereka terapkan mulai dari pemilihan media kertas yang standar dan sederhana yang dapat diproduksi secara massal

tanpa pengekspresian kreativitas diri dengan keunikan tersendiri. Kemudian disusul oleh kesederhanaan dalam penerapan unsur visual seperti menempelkan foto dengan teknik *photo-montage* dan melukis bentuk-bentuk geometris yang sederhana namun tetap dapat menyampaikan isi pesan iklan yang dimaksud dan berhasil mencakup jangkauan penerima pesan iklan ke berbagai kalangan.

Pengaruh Suprematisme dan Futurisme pun masih mewarnai poster dalam gerakan seni Konstruktivisme. Para seniman mengambil bentuk geometris dari Suprematisme yang sederhana namun tetap dapat memberikan makna yang banyak, dan juga gambaran teknologi dan industri dari gerakan Futurisme yang memungkinkan mereka untuk menggambarkan perkembangan kehidupan masyarakat dan negara menuju masa depan yang dinamis dan modern pada periode *New Economy Policy*. Poster-poster iklan film bisu dan produk-produk lainnya menjadi marak saat itu demi menarik minat konsumerisme masyarakat, disamping maksud propaganda yang tersirat secara tidak langsung di dalam poster-poster iklan produk tersebut.

Konstruktivisme telah membawa kemajuan pesat dalam karya seni visual di Uni Soviet. Gerakan seni Konstruktivisme telah dinilai sangat membantu dalam kemajuan pembangunan negara saat itu, khususnya bagi masyarakat yang ingin merasakan dan mengetahui perkembangan kemajuan negara dan ingin ikut merasakan kehidupan yang modern dan konsumerisme. Penerapan teknologi fotografi *photo-montage* serta ciri dan bentuk yang menjadi karakteristik dari Konstruktivisme telah banyak ditiru dalam pembuatan poster di beberapa negara lain hingga saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Arntson, Amy E. 2007. *Graphic Design Basics, Fifth Edition*. USA: Thomas Higher Education.
- Bowl, John E. 1957. *Russian Art of The Avant Garde*. New York: Harvard University Press.
- Ellis, Elisabeth Gaynor; Anthony Esler. 2007. *Revolution and Civil War in Russia. World History; The Modern Era*. Boston: Pearson Prentice Hall
- Fitzpatrick, Sheila. 1984. *The Russian Revolution*. New York: Oxford University Press.
- Geelan, David. 2006. *Undead Theories: Constructivism, Eclecticism and Research in Education*. Rotterdam: Sense Publishers.
- Gibbons, Joan. 2005. *Art and Advertising*. New York: Tauris & Co. Ltd.
- Harris, R. and T.J. Taylor. 1989. *Landmarks in Linguistic Thought: The Western Tradition from Socrates to Saussure. 2nd Edition*. New York: Butler & Tanner Ltd.
- Higham, Robin, John T. Greenwood, and Von Hardesty. 1998. *Russian Aviation and Air Power in the Twentieth Century*. London: Frank Cass.
- Hoed, Benny H. 2007. *Semiotik dan Dinamika Sosial Budaya*. Depok: Komunitas Bambu.
- Liungman, Carl G. 2004. *Symbols - Encyclopedia of Western Signs and Ideograms*. USA: HME Publishing.
- Noth, Winfried. 1990. *Handbook of Semiotics*. USA: Indiana University Press.
- Mattick, Paul. 2003. *Art in Its Time Theories and Practices*. USA: Routledge.
- Service, Robert. 2009. *Trotsky: A Biography*. USA: Belknap Press.
- Silalahi, Ulber. 2009. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Puspa Swara.

JURNAL

- Bandera, V.N. 1963. *The New Economic Policy (NEP) as an Economic System*. Journal of Political Economy, Vol. 71, No. 3 (Jun., 1963), pp. 265-279. The University of Chicago Press.
- Diesh, Gagan. 2006. *Icons, Their History, and Construction*. Canada.
- Hardt, Michael. 2005. *Aesthetics, Semiotics, and Visual Communication*.
- Johanson, Troels Degn. 2007. *Failure, Product Semiotics, and the Modern Construction of Design*. Helsinki.
- Karpovich, Michael. *The Journal of Modern History*, Vol. 2, No. 2. (Jun., 1930), pp. 258-280.
- Lunt. P and Livingstone. 1996. *Rethinking the Focus Group in Media and Communications Research*.
- Marton, Ferrence. 1986. *Journal of Thought*. Swedia.
- Malevich, Kazimir. 1915. *From Cubism and Futurism to Suprematism: The New Painterly Realism*. Moskow.
- Scott, Erik R. Summer 2008. *The Nineteenth Century Russian Gypsy Choir and the Performance of Otherness*. California.
- Тарабукин Н. 1925. *Фото-механика - В кн.: Альманах Пролеткульта*.

ARTIKEL

Boguslawski, Alexander. *Russian Lubok*.

<http://myweb.rollins.edu/aboguslawski/Lubok/lubok.html>

Brandt, Per Aage. *What is Semiotics? The briefest overview ever seen*. 18 Maret 2004

http://www.hum.au.dk/semiotics/docs2/pdf/brandt_paab/whatissemiotics.pdf

Dimitrieva, Olga. *Color Associations*. Russia.

http://www.colormatters.com/media/pdf/Color_Associations.pdf

Greenberg, Paul. *The Semio-Grads*. 16 May 2004.

http://www.boston.com/news/education/higher/articles/2004/05/16/the_semio_grads/

Guillermo, Alice G. *Reading The Image*.

http://asymptotik.net/artweb/reading_the_image_3.html

Hatherley, Owen. 4 November 2011. *The constructivists and the Russian revolution in art and architecture*.

<http://www.guardian.co.uk/artanddesign/2011/nov/04/russian-avant-garde-constructivists>

Helfand, Jessica. 2009. "What is Graphic Design?" <http://www.aiga.org>

Sunderland, MJ. *Russian Constructivism: Revolutionary Art and Design*. <http://mjsunderland.quazen.com/arts/visual-arts/russian-constructivism-revolutionary-art-and-design>.

Suwardikun, Didit Widiatmoko. *Poster Rusia*. September 29, 2009.

<http://dgi-indonesia.com/poster-rusia/>

INTERNET

Advertising Age's AGENCY FAMILY TREES 2008.

<http://adage.com/images/random/datac>

AIGA - The Professional Association For Design. <http://www.aiga.org>

Авиация и космонавтика.

[http://publ.lib.ru/ARCHIVES/A/"Aviaciya_i_kosmonavtika"/_Aviaciya_i_kosmonavtika".html](http://publ.lib.ru/ARCHIVES/A/)

Basic Color Theory. <http://www.colormatters.com/color-and-design/basic-color-theory>

Bauhaus Online. <http://bauhaus-online.de/en>

Catholic Herald - Archive

<http://archive.catholicherald.co.uk/article/15th-may-1936/3/leyte>

Constructivism. Oxford University Press.

http://www.moma.org/collection/details.php?theme_id=10955§ion_id=T019195

Constructivism Posters.

<http://internationalposter.com/style-primer/constructivism.aspx>

Dictatorship of The Air - Poster Gallery.

<http://dictatorshipoftheair.com/poster-gallery/>

Dictatorship of The Air - Aviokhim Destroys Locusts Join Aviokhim

- <http://dictatorshipoftheair.com/2006/08/01/aviokhim-destroys-locusts-join-aviokhim/>
- Emil Teodorovich Kio.* http://www.peoples.ru/art/circus/illusionist/emil_kio/
- Evgenin Boronikhin* <http://www.kino-teatr.ru/kino/acter/m/sov/25514/bio/>
- Futurism.* <http://www.artmovements.co.uk/futurism.htm>
- History of Art: Art of the 20th Century - A Revolution in the Arts.*
<http://www.all-art.org/history580-1.html>
- History of Graphic Design - Russian Constructivism.*
<http://anneserdesign.com/Constructivism.html>
- History of Photography.* http://www.all-art.org/history658_photography10.html
- История развития рекламы.*
<http://www.nrtm.ru/index.php/istorija-razvitija-reklamy.html>
- Italian Futurism And Russian Constructivism: A Co. Anti Essays.*
<http://www.antiessays.com/free-essays/180108.html>
- Krasnaya Niva.*
[http://publ.lib.ru/ARCHIVES/A/"Krasnaya_Niva"/_Krasnaya_Niva".html](http://publ.lib.ru/ARCHIVES/A/)
- Logos.* <http://courseweb.stthomas.edu/mjodonnell/cojo256/pdf/logos.pdf>
- Mia Murray.*
<http://www.internationalposter.com/poster-details.aspx?id=RUL16873>
- МИРОВА (Маркеллова) Вера Георгиевна (1896 – 1967).*
<http://magicpedia.ru/magicians/tabid/435/articleType/ArticleView/articleId/52/--1896-1967.aspx>
- Napoleon Gaz.* <http://kino-teatr.ru/kino/movie/sov/9587/annot/>
- Poster Leningrad Department of State Publishing (Lengiz).*
<http://www.wikipaintings.org/en/boris-kustodiev/poster-leningrad-department-of-state-publishing-lengiz-1925>
- Рекламное агентство «Маяковский».*
<http://arriba.com.ua/rus/novosti.php?id=110>
- Russian Constructivism.*
<http://www.arthistoryarchive.com/arthistory/constructivism/>
- Social Structure.* <http://countrystudies.us/russia/27.htm>
- Soviet Champagne History.*
<http://www.wineterroirs.com/2009/10/sovietchampagne.html>
- Spider Web Tattoos Meaning.* <http://www.tattoosymbol.com/just-for-site/spider-web.html>
- Symbols - Encyclopedia of Western Signs and Ideograms.*
<http://www.symbols.com/cgl/>
- The Roaring Twenties.* <http://www.history.com/topics/roaring-twenties>
- The New Economy Policy.*
http://www.historylearningsite.co.uk/new_economic_policy1.htm
- Tracee NG. Constructivism Movement, Artists, and Major Works.*
<http://www.theartstory.org/movement-constructivism.htm>
- Tri Zhizni.* <http://kino-teatr.ru/kino/movie/sov/8900/annot>
- Vasilina.* <http://www.kino-teatr.ru/kino/movie/sov/15816/annot/>
- Vintage Soviet Posters & Propaganda.*
<http://www.internationalposter.com/country-primers/soviet-posters.aspx>

GAMBAR

All Posters. <http://www.allpostersimages.com>

Alli Vad. <http://www.internationalposter.com/poster-details.aspx?id=RUL10693>

Aviokhim Wipes Out Locusts.

<http://www.internationalposter.com/poster-details.aspx?id=RUL16830>

Books. <http://www.wikipaintings.org/en/alexander-rodchenko/books-1924>

Colours in Cultures.

<http://www.informationisbeautiful.net/visualizations/colours-in-cultures>

Color of Wheel. <http://www.colormatters.com>

Decorative Screen.

http://images.stanzapub.com/readers/quazen/2008/05/18/163850_0.jpg

KIO. <http://www.internationalposter.com/poster-details.aspx?id=RUL10691>

Конструктивизм в советском плакате. <http://www.pandia.ru/904225/>

Lubok - Matrix.

<http://painters-art-sharing.blogspot.com/2012/02/andrej-kuznetzov-artist-animl-animator-stage.html>

Napoleon Gas by Zelensky B.

<http://www.internationalposter.com/poster-details.aspx?id=RUL18242>

Read the Air Force Herald and Airplane.

<http://www.internationalposter.com/poster-details.aspx?id=RUL16834>

Read the Krasnaia Niva.

<http://www.internationalposter.com/poster-details.aspx?id=RUL19539>

Spider Web (Vasilina).

<http://www.internationalposter.com/poster-details.aspx?id=RUL01019>

The Best Cigarettes are from Crimea Tobacco.

<http://www.internationalposter.com/poster-details.aspx?id=RUL07370>

The Broadway Dancer - Mia Murray.

<http://www.internationalposter.com/poster-details.aspx?id=RUL16873>

Three Lives by Dulgach Mikhail.

<http://www.internationalposter.com/poster-details.aspx?id=RUL01140>

The Red Worker.

http://images.stanzapub.com/readers/quazen/2008/05/18/163850_1.jpg

Pro Eto. http://www.all-art.org/art_20th_century/rodchenko1.html

Vladimir Tatlin Monument to the Third International.

<http://www.arthistoryarchive.com/arthistory/constructivism/images/VladimirTatlin-Monument-to-the-Third-International-1919-20.jpg>