



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Perancangan

Menurut Lauer dan Pentak, perancangan adalah suatu kegiatan perencanaan dan penataan aspek konten dan visual guna menyediakan solusi atas sebuah masalah (2005, Hlm. 4-5).

2.1.1. Prinsip Perancangan

Menurut Lauer dan Pentak, berikut enam prinsip perancangan (2005, Hlm. 1-237):

2.1.1.1. Proses Perancangan

Proses perancangan atau *design process* terdiri dari *thinking*, *looking*, *doing* dan *critique*. Berikut pemaparan proses desain (Laurer & Pentak, 2005, Hlm. 1-21).

a. *Thinking*

Ada tiga proses *thinking* dalam desain. Pertama, *thinking* sebagai kegiatan memahami dan mendalami masalah guna mendapat solusi yang sesuai untuk audiensi sasaran. Kedua, *thinking* sebagai kegiatan memilih konten yang hendak dikomunikasikan dan memilih bentuk yang dapat merepresentasikan konten. Ketiga, *thinking* sebagai kegiatan memastikan bahwa bentuk desain sungguh berfungsi secara efektif (Laurer & Pentak, 2005, Hlm. 8-13).

b. *Looking*

Looking merupakan proses mengamati berbagai sumber, baik dari alam, manusia, peninggalan budaya, dan bentuk umum. Berbeda dengan subjek, sumber merupakan perangsang ide. Sedangkan subjek merupakan konten karya (Laurer & Pentak, 2005, Hlm. 14-17).

c. *Doing*

Doing merupakan proses percobaan visual dengan melihat sambil berpikir melalui *trial and error* maupun intuisi. Semakin banyak pengalaman, semakin mudah memulai ide dan karya yang tidak biasa (Laurer & Pentak, 2005, Hlm. 18-19).

d. *Critique*

Critique merupakan kegiatan menilai dan memberi saran oleh diri sendiri maupun orang lain untuk menyadari keberhasilan dan kekurangan suatu hasil perancangan. Ada tiga model penilaian, yaitu mendeskripsikan apa saja yang ditampilkan, menganalisa bagaimana penampilannya, dan menginterpretasikan makna karya tersebut (Laurer & Pentak, 2005, Hlm. 20-21).

2.1.1.2. Kesatuan

Kesatuan atau *unity* yaitu menampilkan harmoni dari berbagai macam elemen yang selaras dan saling berhubungan sehingga menjadi sebuah karya yang utuh. Berikut empat cara untuk memperoleh kesatuan (Laurer & Pentak, 2005, hlm. 30-37).

- a. Kedekatan atau *proximity* yaitu dengan menempatkan elemen-elemen secara berdekatan.
- b. Pengulangan atau *repetisi* yaitu dengan mengulang elemen sehingga terlihat terhubung satu sama lain.
- c. Kelanjutan atau *continuation* yaitu dengan membuat alur elemen dalam sebuah karya.
- d. Urutan atau *continuity* yaitu dengan membuat hubungan antara dua karya atau lebih sehingga seperti satu karya seri. Salah satu cara mencapai *continuity* adalah dengan menerapkan *grid* yang sama dalam satu seri karya.

2.1.1.3. Penekanan dan Titik Fokus

Menurut Laurer dan Pentak (2005), penekanan atau *emphasis* dapat menarik perhatian audiens dan mendorong audiens untuk melihat lebih dekat. Penekanan dapat dicapai dengan menampilkan titik fokus atau *focal point* kedalam tampilan karya (hlm. 50-51). Berikut cara memberikan penekanan pada karya menurut Laurer dan Pentak (2005, hlm. 52-).

- a. Penekanan melalui kontras yaitu dengan menempatkan elemen berbeda di tengah ramainya elemen-elemen yang serupa.
- b. Penekanan melalui isolasi yaitu dengan memperlakukan elemen fokus dengan perlakuan yang berbeda, dapat melalui posisi, pencahayaan, dan sebagainya.

- c. Penekanan melalui penempatan yaitu dengan menempatkan elemen pendukung yang mengarahkan ke elemen fokus.

2.1.1.4. Skala dan Proporsi

Menurut Laurer dan Pentak (2005), skala membantu audiens menentukan mana objek besar dan objek kecil dalam suatu tampilan. Sedangkan proporsi membantu audiens untuk memperkirakan ukuran sebenarnya dari suatu objek dengan menampilkan objek lain sebagai pembanding (hlm. 64).

2.1.1.5. Keseimbangan

Menurut Laurer dan Pentak (2005), keseimbangan atau *balance* adalah berat visual dalam suatu komposisi. Berikut macam-macam keseimbangan menurut Laurer dan Pentak (2008, hlm. 82-103).

- e. Penempatan horizontal dan vertikal
- f. Keseimbangan simetri
- g. Keseimbangan asimetri
- h. Keseimbangan radial
- i. Keseimbangan kristalografi atau keseluruhan

2.1.1.6. Irama

Menurut Laurer dan Pentak, irama adalah pola yang terbentuk dari repetisi elemen yang berdasar dari dengan karakteristik alam (2005, hlm. 107-110).

2.1.2. Elemen Desain

Laurer dan Pentak (2005) memaparkan bahwa desain memiliki tujuh elemen yang terdiri dari (hlm. 120-287).

2.1.2.1. Garis

Menurut Laurer dan Pentak (2008), garis adalah sebuah dimensi dari pertemuan antara titik-titik, baik hanya memiliki panjang maupun juga memiliki tebal (hlm. 128-129). Garis dapat membuat bentuk sehingga audiens dapat melihat suatu objek (hlm. 130). Laurer dan Pentak (2008) menyebutkan tiga tipe garis yaitu (hlm. 132):

- a. Garis nyata, berupa garis utuh dengan berbagai ketebalan dan karakter.
- b. Garis tersirat, berupa garis yang terputus-putus yang ditangkap terhubung oleh mata.
- c. Garis batin, berupa garis khayal yang terbentuk saat suatu objek menunjuk atau mengarah pada objek lain.

2.1.2.2. Bentuk atau Volume

Menurut Laurer dan Pentak, bentuk adalah area yang terbuat dari garis yang saling mengelilingi atau perbedaan warna dan gelap terang. Apabila bentuk berupa dua dimensi, volume berupa tiga dimensi (2005, hlm. 142-145).

U
N
I
V
E
R
S
I
T
A
S

M
U
L
T
I
M
E
D
I
A

N
U
S
A
N
T
A
R
A

2.1.2.3. Pola dan Tekstur

Menurut Laurer dan Pentak, pola adalah desain motif yang terbentuk dari pengulangan. Berbeda dengan pola, tekstur terbentuk dari suatu bahan yang polanya dapat diidentifikasi saat disentuh (2005, hlm. 164).

2.1.2.4. Ilusi Ruang

Menurut Laurer dan Pentak, ilusi ruang tercipta saat suatu karya dua dimensi dapat menampilkan kesan ruang atau kedalaman (2005, hlm. 170).

2.1.2.5. Ilusi Gerak

Menurut Laurer dan Pentak (2008), ilusi ruang tercipta saat suatu karya dua dimensi yang diam dapat menampilkan kesan gerak (hlm. 228). Kesan gerak ini tercipta karena gambar tersebut menangkap sesuatu yang seharusnya terus bergerak, sehingga mata manusia mengantisipasi gerakan tersebut (hlm. 228-229).

2.1.2.6. Value

Menurut Laurer dan Pentak, value adalah perbedaan gelap dan terang yang menampilkan kesan adanya ruang (hlm. 224-246).

2.1.2.7. Warna

Menurut Laurer dan Pentak (2008), warna bukan objek sendiri, namun adalah bagian dari cahaya. Objek memantulkan cahaya putih, sehingga apabila warna cahaya berubah maka warna objek ikut berubah. Berikut dua sumber warna (2005, hlm. 237):

- a. *Additive system* yaitu warna dari cahaya yang terdiri dari merah, hijau, dan biru sebagai warna primer.
- b. *Subtractive system* yaitu warna dari pigmen yang terdiri dari merah, kuning dan biru sebagai warna primer.

2.2. Buku

Menurut Haslam, buku merupakan bentuk pengarsipan tertua yang terdiri dari kumpulan lembaran kertas yang melindungi dan menyebarkan ide, pengetahuan, dan keyakinan masyarakat melintasi waktu dan ruang (2006, hlm. 6-9).

2.2.1. Komponen Buku

Menurut Haslam, komponen dasar buku terdiri dari tiga bagian, yaitu blok buku, halaman, dan *grid*. Berikut pemaparan tiga komponen dasar buku (2006, hlm. 20-21).

2.2.1.1. Blok Buku

Blok buku terdiri dari 20 bagian yaitu *spine, head band, hinge, head square, front pastedown, cover, foredge square, front board, tail square, endpaper, head, leaves, back pastedown, back cover, foredge, turn-in, tail, fly leaf, foot, dan signature*. Berikut pemaparan blok buku (Haslam, 2006, hlm. 20):

- a. *Spine* atau punggung buku merupakan bagian dari sampul luar yang menahan lembaran-lembaran kertas dalam buku tersebut.

- b. *Head Band* merupakan kumpulan benang yang dijahit ke setiap bab dalam buku. *Headband* seringkali disesuaikan dengan komplementer warna sampul luar.
- c. *Hinge* merupakan tekukan pada kertas pertama dalam buku, yaitu antara kertas tebal yang menempel di bagian dalam sampul dan halaman belakang kertas tebal sesudah sampul.
- d. *Head Square* adalah pinggiran lebih di atas sampul luar buku yang berguna untuk melindungi kertas di dalam buku.
- e. *Front Pastedown* merupakan kertas tebal yang menempel dibagian dalam sampul depan.
- f. *Cover* atau sampul merupakan kertas atau papan tebal yang melindungi bagian dalam buku.
- g. *Foreedge Square* merupakan pinggiran lebih di bagian samping sampul luar buku yang berguna untuk melindungi kertas di dalam buku.
- h. *Front Board* merupakan papan sampul depan buku.
- i. *Tail Square* merupakan pinggiran lebih di bagian bawah sampul luar buku yang berguna untuk melindungi kertas di dalam buku.
- j. *End Paper* merupakan kertas tebal sesudah *pastedown*.
- k. *Head* merupakan bagian atas keseluruhan buku.
- l. *Leaves* merupakan lembaran-lembaran kertas dalam buku

- m. *Back Pastedown* merupakan kertas tebal yang menempel dibagian dalam sampul belakang.
- n. *Back Cover* merupakan papan sampul belakang buku.
- o. *Foredge* merupakan bagian samping dari keseluruhan buku.
- p. *Turn-In* merupakan kertas atau kain dari luar papan sampul yang dilipat kebagian dalam sampul.
- q. *Tail* merupakan bagian bawah dari keseluruhan buku.
- r. *Fly Leaf* merupakan halaman belakang *end paper*.
- s. *Foot* merupakan bagian bawah kertas buku.
- t. *Signature* merupakan lembaran isi buku yang dilipat sesuai bab dan selanjutnya disatukan menjadi keseluruhan isi buku.

2.2.1.2. Komponen Halaman

Komponen halaman terdiri dari *potrait, landscape page height and width, verso, single page, double-pages spread, head, recto, foredge, foot dan gutter*. Berikut pemaparan komponen halaman (Haslam, 2006, hlm. 21).

- a. *Potrait* merupakan bentuk orientasi kertas dengan lebar lebih kecil dari tinggi kertas.
- b. *Landscape* merupakan bentuk orientasi kertas dengan tinggi lebih kecil dari lebar kertas.

- c. *Page height and width* yaitu ukuran kertas.
- d. *Verso* adalah halaman di bagian kiri buku yang biasanya memiliki nomor halaman genap.
- e. *Single Page* yaitu satu lembar kertas di sebelah kiri.
- f. *Double Page Spread* adalah dua yang halaman yang saling berhadapan dan melintasi halaman buku.
- g. *Head* yaitu bagian atas buku.
- h. *Recto* adalah halaman di bagian kanan buku yang biasanya memiliki nomor halaman ganjil.
- i. *Foredge* yaitu tepi kanan atau kiri sebuah buku.
- j. *Foot* yaitu bagian bawah buku.
- k. *Gutter* adalah batas jilid sebuah buku.

2.2.1.3. **Komponen Grid**

Komponen *grid* terdiri dari *folio stand*, *title stand*, *head margin*, *interval*, *gutter margin*, *running head stand*, *picture unit*, *dead line*, *column width*, *baseline*, *column*, *foot margin*, *shoulder*, *column depth*, *characters per line*, dan *gatefold*. Berikut pemaparan mengenai komponen *grid* (Haslam, 2006, hlm. 21).

- a. *Folio Stand* berisi posisi nomor halaman.
- b. *Title Stand* berisi posisi *grid* judul.
- c. *Head Margin* adalah batas konten dari tepi atas kertas.
- d. *Interval* adalah ruang vertikal yang memisahkan kolom-kolom.
- e. *Gutter Margin* atau *binding margin* adalah batas konten dari bagian dalam jilid buku.
- f. *Running Head Stand* berisi posisi *grid* untuk *running head*.
- g. *Picture Unit* adalah ruang yang terbentuk dari potongan *baseline* dan *dead line*.
- h. *Dead line* adalah jarak antara *picture unit*.
- i. *Column width* atau *measure* merupakan panjang kolom per baris.
- j. *Baseline* adalah tempat *x-height* teks berdiri.
- k. *Column* adalah ruang persegi panjang untuk menempatkan konten.
- l. *Foot margin* adalah batas konten dari tepi bawah kertas.
- m. *Shoulder* adalah batas konten dari tepi luar buku, kebalikan dari *gutter margin*.
- n. *Column Depth* adalah tinggi sebuah kolom.

o. *Characters per Line* adalah jumlah rata-rata karakter dalam satu *measure*.

p. *Gatefold* adalah bagian tambahan dari *gutter margin* yang akan terjilid.

2.2.2. Format Buku

Format sering kali disamakan dengan ukuran buku. Padahal sebenarnya hanya ada tiga format buku. Menurut Haslam, tiga format buku adalah sebagai berikut (2006, hlm. 30).

2.2.2.1. *Potrait*

Potrait adalah sebuah format buku dengan lebar yang lebih kecil daripada tinggi buku.

2.2.2.2. *Landscape*

Landscape adalah sebuah format buku dengan tinggi yang lebih kecil daripada lebar buku.

2.2.2.3. *Square*

Square adalah sebuah format buku dengan tinggi dan lebar yang sama.

2.2.3. Grid

Grid adalah struktur dasar yang mengatur konten dalam suatu halaman (Graver & Jura, 2012, hlm. 22). Menurut Graver dan Jura (2012), ada enam elemen dalam *grid system* yaitu (hlm. 20).

2.2.3.1. Garis tepi (*margins*)

Margins adalah area negatif dari tepi halaman hingga area tempat konten ditata. *Margins* membantu pembaca untuk fokus ke area yang konten (Graver & Jura, hlm. 20).

2.2.3.2. Garis alur (*flowlines*)

Flowlines adalah garis horizontal sejajar yang menuntun pembaca menyebrang halaman (Graver & Jura, hlm. 20).

2.2.3.3. Kolom (*columns*)

Columns adalah area yang terbagi secara vertikal untuk menampung konten (Graver & Jura, hlm. 20).

2.2.3.4. Ruang (*modules*)

Modules adalah ruang tersendiri yang tercipta dari pembagian garis pada suatu halaman. Apabila *modules* terus diulang dalam suatu halaman, maka terciptalah rangkaian kolom dan baris (Graver & Jura, hlm. 21).

2.2.3.5. Zona spasial (*spacial zone*)

Spacial zone adalah area yang terbentuk dari kumpul *modules* (Graver & Jura, hlm. 21).

2.2.3.6. Penanda (*markers*)

Markers adalah area spesifik untuk informasi tambahan atau ikon yang tampil pada bagian bawah atau atas halaman (Graver & Jura, hlm. 21).

2.2.4. Struktur Halaman

Menurut Graver dan Jura (2012), ada enam jenis struktur halaman (hlm. 26-47).

Berikut jenis halaman menurut Graver dan Jura (2012).

2.2.4.1. *Single-Column* atau *manuscript grids*

Single-Column atau *manuscript grids* adalah struktur halaman yang terdiri dari satu kolom tanpa pembagi dan merupakan jenis *grids* yang paling sederhana. Struktur ini sering dipakai dalam buku dan esai (Graver & Jura, 2012, hlm. 27).

2.2.4.2. *Multicolumn grids*

Multicolumn grids adalah struktur halaman yang terdiri dari kolom berbagai ukuran yang dapat saling digabungkan sesuai kebutuhan. *Multicolumn grids* cocok untuk menampung konten yang banyak (Graver & Jura, 2012, hlm. 28).

2.2.4.3. *Modular grids*

Modular grids adalah struktur halaman yang terdiri dari kolom dan baris berulang sehingga menghasilkan area kecil bernama *modules* yang dapat digabungkan sesuai kebutuhan. Struktur ini sering dipakai pada koran atau proyek yang cukup kompleks (Graver & Jura, 2012, hlm. 32).

2.2.4.4. *Hierarchical grids*

Hierarchical grids adalah struktur halaman yang dibagi secara spesifik berdasarkan hirarki informasi. Struktur ini sering dipakai pada kemasan, poster, dan *website* (Graver & Jura, 2012, hlm. 40).

2.2.4.5. *Baseline grids*

Baseline grids adalah struktur halaman yang terdiri dari susunan baris. Tujuan penggunaan struktur ini untuk membantu keselarasan elemen tipografi sesuai ukuran huruf yang digunakan (Graver & Jura, 2012, hlm. 45).

2.2.4.6. *Compound grids*

Compound grids adalah struktur halaman yang menggunakan gabungan beberapa jenis struktur halaman lain (Graver & Jura, 2012, hlm. 46).

2.2.5. Teks

Teks adalah kumpulan huruf yang diatur ke dalam sebuah wadah hingga berkembang dari isi yang kaku menjadi kesatuan sistem yang cair dan terbuka (Lupton, 2004, hlm. 8).

2.2.5.1. Klasifikasi Huruf

Klasifikasi huruf merupakan sistem dasar yang membagi huruf dalam beberapa golongan menurut bentuknya. Berikut klasifikasi huruf menurut Lupton (2004, hlm. 42):

- a. *Humanist* atau *old style*, yaitu bentuk huruf pada abad ke-15 dan ke-16 yang ditiru dari kaligrafi dan pergerakan tangan. Salah satu contoh huruf *humanist* adalah Sabon.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

- b. *Transitional*, yaitu bentuk huruf yang lebih tegak dan mempunyai *serif* atau kait lebih tajam daripada *humanist*. Salah satu contoh huruf *transitional* adalah Baskerville.
- c. *Modern*, yaitu bentuk huruf tegak sempurna, *serif* atau kait lurus dan memiliki kontras yang tinggi antara garis tebal dan garis tipis. Salah satu contoh huruf *modern* adalah Bodoni.
- d. *Egyptian* atau *slab serif*, yaitu bentuk huruf dengan garis tebal dan memiliki *serif* atau kait yang seakan terpotong. Salah satu contoh huruf *egyptian* adalah Clarendon.
- e. *Humanist sans serif*, yaitu bentuk huruf yang umum digunakan pada abad ke-20 yang mirip dengan karakteristik huruf *humanist*, hanya tanpa *serif* atau kait namun masih memiliki *counter* atau ekor yang sedikit melengkung dan kecil daripada klasifikasi huruf sebelumnya. Salah satu contoh huruf *humanist sans serif* adalah Gill Sans.
- f. *Transitional sans serif*, yaitu bentuk huruf tanpa *serif* atau kait dengan tebal garis yang seragam dan bentuk yang tegak lurus. Salah satu contoh huruf *Transitional sans serif* adalah Helvetica.
- g. *Geometric sans serif*, yaitu bentuk huruf yang berdasarkan bentuk-bentuk geometris. Salah satu contoh huruf *geometric sans serif* adalah Futura.

2.2.5.2. Rumpun Huruf

Berikut jenis huruf dalam suatu rumpun huruf menurut Lupton (2004, hlm. 45):

- a. *Roman* atau *regular*, yaitu jenis huruf yang menjadi standar atau induk dalam sebuah rumpun huruf.
- b. *Italic*, bukanlah versi miring dari *roman*, namun adalah jenis huruf yang berdasar dari tulisan kursif atau sambung.
- c. *Small caps*, yaitu jenis huruf kapital yang sejajar dengan *x-height* huruf *roman*. Sehingga, saat menggunakan *small caps* untuk huruf kapital yang berada di antara huruf kecil, kalimat akan terlihat lebih menyatu dan tidak timpang.
- d. *Bold* dan *Semibold*, yaitu jenis huruf yang lebih tebal dari *Roman* yang berguna untuk menampilkan hirarki.
- e. *Bold italic* dan *semibold italic*, yaitu jenis huruf yang lebih tebal dari *Italic*.
- f. *Lining number*, yaitu jenis angka dengan tinggi yang sejajar di atas *x-height*. Sedangkan *non-lining number*, yaitu jenis angka *old style* dengan tinggi yang tidak sejajar karena penggunaan *ascenders* dan *descenders*.

2.2.5.3. *Kerning*

Kerning adalah jarak antara dua huruf berdampingan. *Kerning* yang seragam dalam suatu teks, akan menyebabkan susunan huruf yang tidak nyaman dilihat. Beberapa huruf dengan sudut ke luar, seperti W, Y, V, T, L membuat jarak huruf disampingnya terlihat lebih jauh. Jika huruf dalam ukuran besar, ketimpangan jarak antar huruf pun semakin terlihat (Lupton, 2004, hlm. 80).

2.2.5.4. *Tracking*

Berbeda dengan *kerning*, *tracking* atau *letterspacing* adalah pengaturan jarak antar huruf secara keseluruhan. Membuat jarak terlalu dekat atau *negative tracking* tidak direkomendasikan (Lupton, 2004, hlm. 81).

2.2.5.5. *Line Spacing*

Line spacing atau *leading* adalah jarak antar baris. Semakin jauh *leading* maka teks tersebut terlihat semakin ringan. *Leading* yang terlalu dekat akan terasa tidak nyaman karena tangkai huruf yang bersentuhan, sedangkan *leading* yang terlalu jauh akan membuat setiap baris berdiri secara individu. *Leading* yang umum adalah 120% dari ukuran huruf (Lupton, 2004, hlm. 83).

2.2.5.6. *Alignment*

Alignment adalah penataan teks dalam suatu kolom. Berikut empat jenis *alignment* menurut Lupton (2004, hlm. 84):

- a. *Justified*, yaitu penataan teks dengan sisi kanan dan kirinya sama rata. Dengan penataan ini membuat tampilan lebih bersih dan efisien. Namun, jarak antar kata akan berbeda-beda karena teks tersebut dipaksakan untuk sesuai dengan lebar kolom.
- b. *Flush Left* atau *Ragged Right*, yaitu penataan teks dengan sisi kiri rata dan sisi kanan yang tidak teratur. Dengan penataan ini, teks terlihat lebih mengalir secara organik karena jarak antar kata setara. Namun, sisi kanan akan terlihat berantakan.
- c. *Flush Right* atau *Ragged Left*, yaitu penataan teks dengan sisi kanan rata dan sisi kiri yang tidak teratur. Penataan ini biasanya digunakan agar teks keterangan lebih efektif. Namun, penataan ini akan sulit dibaca karena lemahnya tampilan tanda baca.
- d. *Centered*, yaitu penataan teks dengan sisi kiri dan kanan yang tidak teratur. Penataan ini terkesan klasik dan organik, namun juga terkesan statis dan tradisional.

2.2.5.7. Vertical Alignment

Penataan huruf tidak selalu secara horizontal, huruf dapat juga disusun dalam bentuk vertikal atau yang disebut *vertical alignment*. Sebenarnya, huruf dibuat untuk bersebelahan, bukan untuk disusun vertikal. Daripada menggunakan huruf kecil, penggunaan *small caps* dapat membantu teks terlihat lebih stabil. Teks vertikal dengan *centered alignment* juga membantu teks terlihat seimbang. Cara lain adalah dengan mengubah

baselines menjadi vertikal. Belum ada aturan baku mengenai alur baca harus dari atas atau bawah, namun untuk saat ini lebih umum dimulai dari atas ke bawah. Tidak menutup kemungkinan juga untuk menempatkan teks ke bawah dan atas dalam halaman yang sama (Lupton, 2004, hlm. 91).

2.2.5.8. Hirarki

Ada beberapa cara untuk hirarki dalam teks, seperti menggunakan *italic*, *bold*, *small caps*, memberi *indent*, membedakan *line spacing*, atau mengubah warna. Hal tersebut dilakukan untuk memberikan penekanan pada kata tertentu, sehingga pembaca mengetahui jalur masuk dan keluar teks tersebut dan dapat memilih teks yang mereka inginkan dengan mudah. Hirarki membantu pembaca menentukan sistem penyusunan konten (Lupton, 2004, hlm. 94).

2.2.6. Teks dan Gambar

Teks dan gambar adalah bentuk konten dalam buku untuk mengkomunikasikan pesan kepada pembaca (Haslam, 2006, hlm. 100).

2.2.6.1. Hirarki visual

Berikut hirarki visual menurut Haslam (2006, hlm. 104-105):

- a. *Chapter openers*, yaitu halaman pembuka di setiap bab buku. Biasanya, *chapter openers* menggunakan satu *spread* atau satu halaman di bagian kanan buku. Halaman di bagian kiri buku tidak dianjurkan karena posisinya mudah terlewat saat pembaca membalik halaman buku dengan cepat.

- b. *Running head*, yaitu teks di *margin* bagian atas halaman. *Running head* dapat disebut juga *running foot* apabila teks di *margin* bagian bawah halaman.
- c. *Headings*, yaitu teks yang biasanya berukuran lebih besar dan memiliki jenis huruf dan berat berbeda yang berfungsi untuk menandakan bagian tertentu dalam buku.
- d. *Quotations*, yaitu teks singkat yang biasa dengan tanda kutip dan ditempatkan berbeda dengan teks lainnya.
- e. *Annotation*, yaitu teks untuk menerangkan ilustrasi, fotografi, diagram, dan peta dalam sebuah buku.

2.2.6.2. Menghubungkan teks dan gambar

Berikut beberapa cara menghubungkan teks dan gambar menurut Haslam (2006, hlm. 106-107):

- a. *The running caption*, yaitu sekumpulan teks di satu kolom yang berisi keterangan dari gambar-gambar di halaman tersebut. Cara ini, membuat tampilan halaman menjadi lebih rapi dan mendorong ketelitian pembaca dalam menyimak gambar. Agar lebih mudah dicerna, teks keterangan untuk satu gambar diberi nomor sesuai dengan nomor gambar tersebut.
- b. *Caption over image*, yaitu teks keterangan yang melindas atau tepat berada di gambar.

- c. *Caption lists*, yaitu teks keterangan yang dihubungkan dengan gambar melalui garis penghubung.
- d. *Labels*, yaitu sistem pemberian label keterangan tepat di gambar untuk mengidentifikasikan bagian-bagian dalam suatu gambar.

2.2.6.3. Berkomunikasi melalui gambar

Tidak hanya menata gambar, membuat ilustrasi dan paham tipografi, namun bagian penting dalam merancang buku adalah bertanggung jawab untuk menginterpretasikan informasi, *art direction*, *visual editing*, dan melaksanakan produksi. Berikut bentuk-bentuk visual (Haslam, 2006, hlm. 110):

- a. Grafik, yaitu bentuk visual dari informasi numerik. Bentuk-bentuk grafik yaitu *bar charts* atau grafik batang untuk membandingkan kuantitas, *box plots* untuk mengidentifikasi golongan, *pie charts* untuk menampilkan perbandingan, *line graph* untuk menampilkan kuantitas dalam kurun waktu tertentu, *scatter plots* untuk menampilkan kepadatan dan frekuensi, *time lines* untuk menampilkan perkembangan sejarah, dan *graphic schedule* untuk menampilkan waktu dan jarak.
- b. Proyeksi geografis, yaitu bentuk visual yang menampilkan bumi yang tiga dimensi ke dalam dua dimensi.

U
N
I
V
E
R
S
I
T
A
S

M
U
L
T
I
M
E
D
I
A

N
U
S
A
N
T
A
R
A

- c. Diagram hubungan, yaitu bentuk visual yang menampilkan hubungan antar elemen atau kelompok. Bentuk diagram ini yaitu diagram venn, diagram pemetaan, diagram pohon, dan diagram linear.
- d. Konversi subyek tiga dimensi menjadi dua dimensi. Cara melakukan konversi ini adalah dengan sistem menggambar ortografis, aksonometris, memecah subyek untuk menampilkan komponen di dalamnya, gambar atau foto perspektif, dan program gambar tiga dimensi.
- e. Diagram urutan, yaitu bentuk visual yang menjelaskan proses suatu hal.
- f. Gambar yang mengungkap detail tersembunyi. Bentuk visual ini dapat dicapai menggunakan ilustrasi yang menggambarkan kombinasi, potongan dan skema suatu subjek.
- g. Simbol, yaitu bentuk visual dengan piktogram dan ideogram yang mewakili informasi ke dalam simbol universal. Piktogram berfungsi untuk mewakili manusia, objek, atau benda. Sedangkan ideogram berfungsi untuk mewakili ide dan kegiatan.
- h. Tabel dan matriks, bentuk visual berisi angka, huruf, atau gambar yang tertata dalam struktur *grid* berbentuk tabel. Tabel membuat pembaca melihat rangkaian data dalam satu objek.

2.2.7. Sampul dan Jacket

Secara fungsional, sampul berfungsi untuk melindungi kumpulan kertas dalam buku, memperkenalkan konten, dan meyakinkan kepada calon pembaca untuk membeli buku tersebut (Haslam, 2006, hlm. 160).

2.2.7.1. Hirarki Sampul Depan dan Belakang

Sampul depan berfungsi untuk mengumumkan keberadaan buku, menyapa dan menarik perhatian calon pembaca, sehingga visual sampul depan lebih berpengaruh daripada sampul belakang. Namun, penjelasan mengenai isi buku yang terdapat di sampul belakang memegang peran yang penting untuk keputusan pembelian (Haslam, 2006, hlm. 161).

2.2.7.2. Elemen Sampul

Meskipun elemen ini tidak selalu ada di setiap sampul, namun elemen-elemen ini penting diketahui oleh desainer saat hendak merancang sampul.

Berikut elemen-elemen di setiap bagian sampul (Haslam, 2006, hlm. 161):

- a. Elemen sampul depan terdiri dari gambar, nama lengkap penulis, judul buku, sub judul buku bila ada, teks tambahan yang perlu diletakkan di sampul, format dan ukuran, ketebalan punggung, panjang *flaps*, bentuk cetak yang tersedia, keterangan cetak seperti warna atau *emboss*.
- b. Elemen punggung terdiri dari nama lengkap penulis, judul buku, sub judul buku bila ada, logo penerbit.

- c. Elemen sampul belakang terdiri dari ISBN atau *barcode*, harga terdapat, deskripsi buku, poin-poin bahasan, kutipan pengulas, biografi penulis, dan daftar publikasi sebelumnya.
- d. *Flaps* berisi harga terdapat, deskripsi buku, poin-poin bahasan, kutipan pengulas, biografi penulis, dan daftar publikasi sebelumnya.
- e. ISBN adalah nomor produksi yang terdapat di sampul belakang.
- f. *Barcode* harus terlihat di sampul belakang, sebesar 85% sampai 120% dari ukuran sebenarnya, berwarna hitam di atas putih dengan jarak bersih di luar *barcode* sebesar 2mm.

2.2.7.3. Tipe Sampul

Berikut tipe-tipe sampul menurut Haslam (2006, hlm. 162-165):

- a. Sampul yang mempromosikan *brand*, yaitu sampul bertujuan untuk mengingatkan pembaca akan seluruh serial buku tersebut sembari mempromosi buku itu sendiri.
- b. Dokumentasi, yaitu menampilkan salah satu gambar dari konten yang ada di dalam buku.
- c. Sampul konseptual, yaitu sampul yang dibuat dengan pendekatan visual dengan makna tersembunyi yang merupakan representasi konten buku tersebut.

- d. Sampul ekspresif, yaitu sampul memberi petunjuk atau bayangan kepada calon pembaca mengenai cerita buku tersebut. Biasanya jenis sampul ini digunakan untuk novel dan cerita pendek.

2.2.8. Kertas

Kertas adalah media fisik yang menampung hasil cetakan untuk membentuk sebuah buku. Berikut karakteristik utama kertas menurut Haslam (2006, hlm. 191-199):

2.2.8.1. Ukuran Kertas

Seiring dengan kebutuhan percetakan, maka muncul berbagai standar ukuran kertas. Ada 3 standar umum ukuran kertas yaitu DIN, ISO, dan *Britain* (Haslam, 2006, hlm. 191-195).

- a. DIN, yaitu singkatan dari *Deutsches Institut fur Normung*. DIN merupakan standar ukuran kertas dari Amerika Utara. Ukuran kertas ini berdasarkan kelipatan 8,5 x 11 inch.
- b. ISO, yaitu singkatan dari *Internasional Organization for Standardization*. ISO merupakan ukuran kertas yang banyak digunakan di daerah Eropa. Ukuran kertas ini ditandai dengan A, B dan C dengan satuan ukur milimeter. Dasar ukuran A berdasarkan pembagian A0 yaitu dengan ukuran 841 x 1180 mm, ukuran B berdasarkan pembagian B0 yaitu dengan ukuran 1000 x 1414 mm, dan ukuran C berdasarkan pembagian C0 yaitu dengan 917 x 1297 mm.

- c. *Britain*, yaitu merupakan ukuran kertas dari Inggris. Ukuran kertasnya tidak memiliki logika sistematis seperti standar ukuran lainnya. Pembagian disertai dengan nama tiap ukurannya, seperti *imperial*, *crown*, dan *royal*.

2.2.8.2. Berat Kertas

Sistem penghitungan berat kertas adalah gram per meter persegi atau yang disingkat menjadi gsm. Kertas dengan berat 240 gsm tentu akan jauh lebih berat dibanding kertas dengan berat 50 gsm (Haslam, 2006, hlm. 196).

2.2.8.3. Ketebalan Kertas

Ketebalan berbeda dengan berat kertas, karena tidak setiap kertas memiliki kepadatan yang sama. Ketebalan kertas dihitung dengan berapa banyak kertas per inch atau yang disebut dengan *paper per inch* (PPI). Semakin tinggi PPI, makanya kertas tersebut semakin tipis. Alat untuk mengukur ketebalan kertas bernama mikrometer dengan satuan ukur poin (Haslam, 2006, hlm. 196).

2.2.8.4. Serat Kertas

Proses pembuatan kertas dengan mesin membuat kertas memiliki serat-serat di sepanjang kertas. Ada serat yang sejajar dengan panjang kertas atau yang disebut dengan *long grain*, dan ada serat yang menyebrang dari panjang kertas atau yang disebut dengan *short grain*. Melipat dan memotong sejajar dengan serat akan lebih mudah dilakukan daripada menyebrang alur serat.

Selain itu, *signature* tidak akan lebih tipis bila serat sejajar dengan *gutter* (Haslam, 2006, hlm. 197).

2.2.8.5. Opacity

Tidak ada kertas yang tidak meneruskan cahaya, kecuali papan. *Opacity* adalah kemampuan kertas meneruskan cahaya atau seberapa transparan kertas tersebut. Semakin mudah tertembus cahaya atau semakin rendah *opacity*, maka kertas tersebut semakin tipis dan memiliki serat yang renggang. Kertas yang rendah *opacity* dapat menimbulkan teks halaman selanjutnya terlihat, dan hal ini dapat mengganggu kenyamanan membaca (Haslam, 2006, hlm. 197).

2.2.8.6. Finish

Finish adalah lapisan penutup untuk menjaga tinta yang ada pada kertas, sehingga hasil cetakan lebih tahan lama dan terlindungi (Haslam, 2006, hlm. 197).

2.2.8.7. Permukaan

Permukaan yang tidak memiliki lapisan atau *uncoated* akan lebih mudah menyerap tinta. Hal ini dapat menyebabkan tinta dari satu halaman menempel ke halaman lain (Haslam, 2006, hlm. 198).

2.2.8.8. Kertas Warna

Beberapa pabrik kertas memang memproduksi kertas berwarna, baik dengan cara memasukan perwarna ke dalam bubur kertas atau dicetak dengan tinta setelah menjadi kertas. Karena banyak menampilkan foto hijau

yang cerah, buku tentang perkebunan akan lebih cocok dengan permukaan berwarna putih sutra, atau lapisan *matt*, atau sedikit warna perkamen (Haslam, 2006, hlm. 198).

2.2.9. Jilid

Secara garis besar, buku dibagi menjadi dua jenis menurut bahan sampulnya, yakni *hardbacks* atau sampul keras dan *paperbacks* atau sampul kertas. Berikut jenis-jenis jilid berdasarkan fungsinya (Haslam, 2006, hlm. 233-238):

2.2.9.1. *Library Binding*

Buku untuk keperluan perpustakaan tentunya dirancang untuk tahan lama dan pemakaian berat, bahkan seringkali sampulnya bahkan terbuat dari terbuat dari *millboard*. Setiap *signature* dijahit secara vertikal, kemudian disatukan dengan jahitan tali atau pita dan ditempel ke sampul keras dengan lem, pinggiran buku dicat emas dan judul pada sampul di stempel dengan tangan. Penjilidan buku ini masih sepenuhnya menggunakan tangan manusia (Haslam, 2006, hlm. 233).

2.2.9.2. *Case-Binding*

Berbeda dengan *library binding*, *case-binding* merupakan bentuk jilid sampul keras dengan *grey board* dan sebagian besar pengerjaannya dikerjakan oleh mesin. Tiga bagian papan, yakni sampul depan, sampul belakang, dan punggung buku, dijahit menggunakan mesin dan bantuan tangan. Banyak yang sudah dapat dilakukan oleh mesin *case-binding* ini,

mulai dari pencetakan judul, huruf timbul foil, *finishing* pinggiran, dan pemasangan pita buku (Haslam, 2006, hlm. 234).

2.2.9.3. *Perfect Binding*

Perfect binding adalah jenis penjilidan dengan sampul kertas yang paling cepat dan murah karena pengabungan kertas hanya menggunakan lem. Bila sampul hanya menggunakan kertas, maka ukuran sampul diratakan dengan isi buku. Kertas sampul biasanya lebih tebal dari pada isinya, namun terkadang *perfect binding* juga dapat menggunakan sampul keras (Haslam, 2006, hlm. 234).

2.2.9.4. *Concertina Binding*

Concertina atau *broken-spine binding* adalah penjilidan dengan menempelkan isi buku hanya ke bagian dalam sampul belakang, sehingga punggung buku dan sampul depan tidak menyatu dengan kertas di dalam buku (Haslam, 2006, hlm. 234).

2.2.9.5. *Saddle-wire Stitching*

Saddle-wire stitching adalah proses jilid dengan menggunakan staples untuk mengaitkan tepi jilid menjadi satu buku (Haslam, 2006, hlm. 238).

2.2.9.6. *Spiral Binding*

Spiral binding adalah proses jilid dengan melubangi tepi jilid agar dapat diisi dengan kawat melingkar yang mengunci kumpulan kertas (Haslam, 2006, hlm. 238).

2.2.9.7. Loose-leaf Binding

Loose-leaf binding adalah proses jilid dengan menggunakan alat jilid yang dapat dilepas-pasang. Jenis ini membebaskan pembaca untuk menambah halaman baru dan membuang halaman yang sudah tidak berlaku lagi (Haslam, 2006, hlm. 238).

2.3. Pola Tlahab

Menurut halaman pertanian dan perkebunan Kabupaten Temanggung (2014), Pola Tlahab adalah pola pertanian yang menggabungkan penanaman tanaman musiman tembakau dengan tanaman permanen kopi arabika dan sayuran-sayuran lainnya. Pola pertanian ini membuat petani mendapat nilai tambah secara ekonomi dan tanaman permanen dapat memperkuat tanah guna mencegah erosi ketika hujan (Pola Tlahab Untungkan Petani, 2014).

2.3.1. Asal Mula Pola Tlahab

Ismanto, ketua kelompok tani Margo Rahayu yang merintis penanaman kopi di Desa Tlahab, memaparkan bahwa tahun 2000 Desa Tlahab dan lereng gunung Sindoro hampir menjadi padang pasir. Ketika itu, sekitar 15.000 dari 87.000 hektare lahan Desa Tlahab berada dalam kategori kritis, bahkan data dari Pemerintah Kabupaten Temanggung menyatakan tingkat erosi di Temanggung mencapai 53,72 ton per tahun. Hal ini karena tidak ada tanaman keras di lahan Desa Tlahab, selama ini petani hanya bergantung pada tanaman musiman saja, yaitu tembakau.

Kelompok tani Margo Rahayu menggulingkan kejayaan tembakau pada masa itu. Selain membawa dampak baik bagi lingkungan, ternyata penanaman tanaman kopi juga menambah kesejahteraan petani dalam segi ekonomi. Tanaman tembakau memberikan keuntungan sebesar Rp 13.000.000 per hektare dalam satu tahun, tanaman kopi memberikan keuntungan sebesar Rp 50.000.000 per hektare dalam satu tahun. Saat ini, hampir 70% penduduk Desa Tlahab sudah menanam kopi.

Sekarang Tlahab sudah menjadi panutan bagi beberapa daerah di Indonesia, bahkan Korea Selatan dan Jerman. Negara tersebut pernah datang ke Desa Tlahab untuk studi banding dan mempelajari pola pertanian Desa Tlahab, hingga memesan 20 ton biji kopi arabica Tlahab ke Jerman (Tempo.co, 2014)

2.3.2. Pencapaian Pola Tlahab di Bidang Hasil Tani

Pada tahun 2014, kopi arabika milik Tuhar, petani di Desa Tlahab, meraih juara ketiga dalam kategori arabika Kontes Kopi Spesialiti Indonesia tingkat nasional. Selain itu, kopi Tlahab turut dipamerkan dalam pameran Speciality Coffee Association of America di Atlanta, Amerika Serikat pada Februari 2016 (Perhutani, 2016).

2.4. Media Informasi

Media informasi terdiri dari dua kata, yaitu media dan informasi. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2019), media adalah alat, sarana, penghubung dua pihak, perantara dan unsur hara. Sedangkan, informasi adalah penerangan, pemberitahuan, kabar, dan keseluruhan makna (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2019).

2.4.1. Elemen Pesan

Menurut Turow, dalam berbagai bentuk penyampaian kabar pasti memiliki pesan (2008, hlm. 9). Berikut tujuh elemen dalam penyampaian kabar menurut Turow (2008, hlm. 9-12):

2.4.1.1. *Source*

Source adalah sumber pesan berisi pemikiran atau ide dari seseorang atau sekelompok orang yang hendak ditujukan kepada seseorang atau sekelompok orang lain (Turow, 2008, hlm. 9).

2.4.1.2. *Encoding*

Encoding adalah proses menerjemahkan sumber pesan menjadi perancangan yang dapat dicerna oleh indera atau akal seseorang atau sekelompok orang yang dituju (Turow, 2008, hlm. 9).

2.4.1.3. *Transmitting*

Transmitting adalah proses mengirimkan pesan melalui aktivitas fisik melalui *transmitter*. *Transmitter* dapat berupa pita suara, gestur, ekspresi wajah, atau teknologi seperti telepon (Turow, 2008, hlm. 9).

2.4.1.4. *Channel*

Channel adalah saluran yang menghubungkan *transmitter*. *Channel* dapat berupa udara, kabel telepon, dan sebagainya (Turow, 2008, hlm. 10).

2.4.1.5. Decoding

Decoding adalah proses mengubah ransangan menjadi makna yang dapat dimengerti oleh otak penerima pesan (Turow, 2008, hlm. 10).

2.4.1.6. Receiver

Receiver adalah seseorang atau sekelompok orang yang menerima pesan (Turow, 2008, hlm. 11).

2.4.1.7. Feedback

Feedback adalah tanggapan *receiver* atas pesan yang sudah diterima (Turow, 2008, hlm. 11).

2.4.1.8. Noise

Noise adalah hal apapun yang menghalangi atau menghambat proses penyampaian dan penerimaan pesan (Turow, 2008, hlm. 12).

2.4.2. Media Massa

Menurut Turow (2008), media massa adalah alat untuk menampung dan mengantar kabar publik. Berbeda dengan kabar personal, kabar publik biasanya berbentuk verbal dan visual dari satu atau sekelompok orang yang diterjemahkan oleh kelompok atau teknologi untuk diterima oleh orang di berbagai tempat. Tanggapan *receiver* media massa biasanya tidak secara langsung dan terdapat kemungkinan *noise* dari lingkungan, mesin, penerjemahan makna, dan kelompok masyarakat tertentu (Turow, 2008, hlm. 13-17).

2.4.2.1. Cara Masyarakat Memanfaatkan Media Massa

Menurut Tarrow, ada empat cara masyarakat memanfaatkan media massa yaitu (2008, hlm. 21-22):

Enjoyment, yaitu menggunakan media massa untuk kesenangan pribadi.

Companionship, yaitu menggunakan media massa sebagai teman di saat merasa sendiri.

Surveillance, yaitu menggunakan media massa sebagai alat pengawasan mengenai apa yang sedang terjadi.

Interpretation, yaitu menggunakan media massa sebagai penjelasan bagaimana dan alasan atas keadaan yang sedang terjadi.

2.4.3. Aliran Media

Menurut Turow (2008), aliran media adalah kategori utama konten media. Berikut lima aliran media menurut Turow (2008, hlm. 48-61):

2.4.3.1. Entertainment

Menurut Turow (2008), *Entertainment* atau hiburan adalah aliran media yang membuat khalayak merasa bahagia. Aliran ini merupakan lawan dari

menghadapi pandangan tentang dunia dan dirinya yang sebenarnya. Namun, bukan berarti semua hiburan tidak mengandung informasi atau saran.

Beberapa media hiburan mengandung pesan tersirat, seperti dalam film bertema politik atau pendidikan. Empat macam aliran hiburan yaitu festival, drama, permainan dan comedy (Turow, 2008, hlm. 48-49).

2.4.3.2. News

Menurut Turow (2008), *news* atau berita adalah aliran media berisi pemaparan cerita yang berasal dari fakta. Berikut empat macam berita menurut Turow (2008, hlm. 52-57):

- a. *Hard news*, yaitu berita tentang kejadian yang baru saja terjadi, tidak biasa, memiliki konflik, dan dekat dengan khalayak sasaran secara geografis dan psikologi.
- b. *Investigation reports*, yaitu berita berisi pendalaman mengenai sesuatu.
- c. *Editorials*, yaitu berita berisi pandangan seseorang dan sekelompok orang.
- d. *Soft news*, yaitu berita yang menampilkan opini dan prasangka wartawan.

2.4.3.3. Information

Menurut Turow (2008), *information* atau informasi adalah aliran media berisi fakta dan ungkapan akan sesuatu yang dapat menjadi bahan mentah bagi wartawan untuk membuat berita (hlm. 57).

2.4.3.4. Education

Menurut Turow (2008), *education* atau edukasi adalah aliran media yang berfungsi sebagai media pengajaran mengenai ilmu tertentu (hlm. 58).

2.4.3.5. Advertisement

Menurut Turow (2008), *advertisement* atau iklan adalah aliran media yang menyampaikan pesan untuk menarik perhatian pada suatu barang atau jasa.

Berikut tiga jenis iklan menurut Turow (2008, hlm. 59-60):

- a. *Informational advertisement*, yaitu iklan untuk menarik konsumen sasaran dengan menjabarkan fakta mengenai produk dan fiturnya.
- b. *Hard-sell advertisement*, yaitu iklan yang dengan jelas mengajak konsumen sasaran untuk secepat mungkin membeli produk dan jasa yang diiklankan dengan menjabarkan informasi mengenai produk atau jasa tersebut.
- c. *Soft-sell advertisement*, yaitu iklan untuk menarik konsumen sasaran dengan mengaitkan produk atau jasa dengan kepribadian atau kejadian yang dapat menciptakan rasa nyaman bagi konsumen sasaran.

2.4.3.6. Mix Genres

Mix genres adalah aliran media dari gabungan beberapa aliran media untuk mencari nilai yang lebih unik untuk menarik dan mempertahankan konsumen (Turow, 2008, hlm. 61).

2.4.4. Regulasi Media

Dalam produksi, penyebaran, dan mempertunjukan media massa, terdapat hukum dan aturan yang disebut regulasi media (Turow, 2008, hlm. 82).

2.4.4.1. Jenis Regulasi Media

Menurut Turow (2008), regulasi media dibagi dalam tiga jenis yaitu regulasi konten sebelum distribusi, regulasi konten sesudah distribusi dan regulasi ekonomi. Berikut pemaparan tiga jenis regulasi media menurut Turow (2008, hlm. 92-):

a. Regulasi konten sebelum distribusi

Sebelum mendistribusikan media, perlu diperhatikan kelayakan konten berdasarkan batasan-batasan yang berlaku. Berikut konten yang perlu dihindari dalam media massa (Turow, 2008, hlm. 92-103):

- 1) Pencabulan dan pornografi.
- 2) Hal terkait keamanan nasional.
- 3) Operasi militer.
- 4) Ancaman yang mengarah pada kejahatan.
- 5) Tidak menyertakan hak cipta dari karya seseorang.
- 6) Surat kabar dari murid sekolah dasar dan sekolah menengah.
- 7) Pidato komersial.

b. Regulasi konten sesudah distribusi

Pelanggaran terhadap regulasi ini diketahui setelah konten didistribusikan sehingga dapat menyebabkan konflik antara pemerintah dengan media. Regulasi ini menyangkut (Turow, 2008, hlm. 104-112):

- 1) *Defamation* atau penistaan, merupakan pernyataan yang buruk dan salah yang dapat merusak nama baik seseorang atau kelompok. Dua jenis penistaan adalah *libel* yaitu secara tertulis dan *slander* yaitu secara lisan terucap. Cara untuk membela pernyataan dari tuduhan penistaan adalah dengan membuktikan kebenaran, memiliki hak istimewa untuk menyatakan hal tersebut, dan menyatakan bahwa pernyataan tersebut adalah komentar jujur dan kritik (Turow, 2008, hlm. 104-108).
- 2) Regulasi konten Federal Communication Commission (FCC), yaitu menyangkut keseimbangan dan keadilan membandingkan sesuatu atau menampilkan isu kontroversial. Terdapat dua regulasi tentang ini yaitu *equal time rule* atau kesetaraan waktu ketika membandingkan sesuatu dan *fairness doctrine* atau keseimbangan mengulas isu kontroversial (Turow, 2008, hlm. 108-109).
- 3) Privasi, yaitu hak atas perlindungan pengungkapan yang tidak diinginkan tentang diri orang dan kelompok tersebut. Empat area privasi adalah *false light* atau mengganggu privasi seseorang dengan menyiratkan hal yang tidak benar tentang dirinya, *distortion* atau memberikan kesan yang salah, *appropriation* atau menggunakan nama orang tanpa izin, dan *public disclosure* atau informasi jujur yang mengganggu kehidupan pribadi seseorang (Turow, 2008, hlm. 109-112).

c. Regulasi ekonomi

Menurut Turow (2008), ada dua jenis regulasi ekonomi media yang paling umum yaitu *antitrust laws* dan regulasi langsung dari badan pemerintahan. Berikut pemaparan mengenai dua jenis regulasi ekonomi media (Turow, 2008, hlm. 115-117):

- 1) *Antitrust laws* adalah hukum yang membatasi perusahaan besar yang dapat menyebabkan monopoli dan oligopoli. Hukum ini membuat perusahaan yang sudah terlalu besar untuk membelah diri menjadi beberapa perusahaan (Turow, 2008, hlm. 115).
- 2) Regulasi langsung dari badan pemerintahan adalah tanggung jawab badan atau federasi media terhadap media saat ini dengan cara menciptakan regulasi teknis untuk media, melindungi konsumen terutama anak-anak dari konten yang kurang berkenan, dan mendukung *antitrust laws* untuk meningkatkan kompetisi antar media (Turow, 2008, hlm. 115-116).

2.4.5. Media Cetak

Menurut Turow (2008), media cetak adalah sarana informasi yang terbuat dari kertas dan tinta. Berikut tiga macam media cetak yang paling besar menurut Turow (2008, hlm. 260-):

2.4.5.1. Buku

Menurut United Nations Education, Scientific and Cultural Organization (UNESCO), buku adalah publikasi dengan isi di atas 49 halaman,

mempunyai sampul, dan dicetak dalam jumlah banyak namun tidak berkala (dalam Turow, 2008, hlm. 264).

a. Kategori buku

Ada dua kategori buku menurut Turow yaitu (2008, hlm 272):

1) Buku pelajaran dan pelatihan, yaitu buku yang dibuat sebagai media pembelajaran dan pelatihan yang biasanya dengan fitur tujuan pembelajaran, rangkuman bab dan pertanyaan. Jenis buku tersebut yaitu (Turow, 2008, hlm. 272-274):

a) Buku dan materi El-Hi, yaitu buku yang dibuat oleh murid Sekolah Dasar (SD) hingga Sekolah Menengah Atas (SMA).

b) Buku dan materi pendidikan lebih tinggi, yaitu buku yang ditujukan untuk sarjana dan pasca sarjana. Di dalam jenis ini, ada istilah *boomlet* yaitu buku yang dibutuhkan orang yang telah lulus sarjana untuk meningkatkan tingkat profesionalisme dalam bidang pekerjaan yang mereka tekuni, misalnya bisnis, hukum, kesehatan, ilmu teknologi, ilmu pengetahuan alam, dan pendidikan.

c) Buku dan materi *outsourced*, yaitu buku yang digunakan untuk khalayak spesifik yang memberi informasi mengenai perkembangan terkini di bidang yang mereka tekuni.

2) Buku Konsumen, yaitu buku yang ditujukan untuk masyarakat secara umum (Turow, 2008, hlm. 274). Menurut Association of America Publisher (AAP), jenis buku konsumen adalah (dalam Turow, 2008, hlm. 274-278):

- a) *Trade Book*, yaitu buku fiksi maupun non fiksi berisi minat umum yang dijual di toko buku atau ada di perpustakaan.
- b) *Mass Market Paperbacks*, yaitu buku praktis ukuran kantong yang dijual di pasar swalayan, kios koran, dan toko obat.
- c) *Religious*, yaitu buku berisi konten religiusitas.
- d) *Book club*, yaitu buku umum yang dapat diakses melalui suatu situs web dengan langganan keanggotaan.
- e) *Mail order*, yaitu buku yang dipesan dan dipromosikan di televisi dan surat kabar kemudian buku diterima langsung di lokasi pengiriman yang ditentukan pemesan.
- f) *University press*, yaitu seperti *trade book* namun bersifat *non-profit* dan ditujukan untuk keperluan museum, universitas, penelitian, dan sebagainya.
- g) *Subscription reference*, yaitu seri buku, kamus, atlas, atau ensiklopedia langganan yang diterima langsung di lokasi pengiriman yang ditentukan pemesan.

b. Penerbitan buku

Ada tiga cara penerbitan buku menurut Turow (2008, hlm. 280-284):

- 1) *Trade publisher*, yaitu penerbit yang bersifat komersial atau mencari keuntungan yang menggaji penulis buku dengan *royalties* atau uang dari pembagian hasil penjualan bersama pihak penerbit. Buku dengan penjualan diatas 75.000 dinyatakan sebagai buku *best selling*.
- 2) *University press*, yaitu penerbit yang bersifat *non-profit* dan melakukan distribusi buku hanya ke perpustakaan kampus, email penawaran ke akademisi, dan konferensi pers.
- 3) Produksi melalui media elektronik, yaitu menerbitkan buku melalui media elektronik sehingga dapat menekan biaya produksi bahan buku dan harganya menjadi lebih murah.

2.4.5.2. Koran

Koran adalah media cetak berisi berita yang dicetak dalam jumlah banyak dan diterbitkan setiap hari atau setiap minggu (Turow, 2008, hlm. 305-312).

Saat ini penerbit koran juga menyediakan berita dalam bentuk digital untuk mempertahankan pembaca lama dan menarik pembaca baru serta menjadi pendapatan tambahan atas penurunan pembelian dan tingkat membaca koran cetak (Turrow, 2008, hlm. 335). Berikut dua jenis koran menurut waktu terbit (Turrow, 2008, hlm. 312-316):

- a. *Dailies* atau koran harian, yaitu koran yang diterbitkan setiap hari atau minimal lima hari dalam seminggu (Turow, 2008, hlm. 312).
- b. *Weeklies* atau koran mingguan, yaitu koran yang diterbitkan seminggu satu kali. Koran mingguan membahas empat area tentang pembaca lebih dalam dibanding koran harian, yaitu etnis, ras, pekerjaan dan minat komunitas (Turow, 2008, hlm. 312-316).

2.2.6.3. Majalah

Menurut Turow (2008), majalah adalah media cetak berisi kumpulan cerita, iklan, puisi, dan materi lainnya yang diyakini redaksi menarik bagi khalayak (hlm. 343). Berikut lima kategori majalah menurut Turow (2008, hlm. 351-355):

- a. *Business* atau *trade magazine*, yaitu majalah dengan topik pekerjaan, profesi dan industri dari perusahaan swasta atau asosiasi bisnis terkait.
- b. *Consumers magazine*, yaitu majalah kehidupan pribadi yang bertujuan hanya untuk kesenangan atau kegemaran pribadi. Misalnya majalah kesehatan atau tentang kehidupan seseorang.
- c. *Literary review*, yaitu jurnal akademik berisi hasil penelitian akademisi seperti dosen atau asosiasi yang berhubungan dengan dunia pendidikan.
- d. *Newsletter*, yaitu surat kabar yang berisi informasi spesifik tentang suatu sektor industri dalam empat sampai delapan halaman yang terbit dalam satu atau dua kali dalam seminggu.

- e. *Komik*, yaitu media cetak berseri dan berkala berisi cerita dalam bentuk gambar-gambar.

2.4.6. Media Elektronik

Menurut Turow (2008), media elektronik adalah sarana informasi yang isinya berubah dengan cepat meliputi rekaman, radio, video, televisi, internet dan video game (hlm. 378).

2.4.6.1. Rekaman

Menurut Turow (2008), rekaman adalah hasil penyimpanan suara yang dapat diputar ulang kembali. Penemuan *phonograph* oleh Thomas Alva Edison merupakan awal alat perekaman suara yang menjadikan musik bisa dinikmati semua orang (Turow, 2008, hlm. 383-384).

- a. Media rekaman

Beberapa format media yaitu (Turow, 2008, hlm. 393:

- 1) *Compact Disks (CD)*
- 2) Kaset
- 3) Video
- 4) *Vinyl Record* atau piringan hitam
- 5) Audio DVD
- 6) *Super Audio CD*
- 7) *Digital Platform*

b. Cara menyampaikan rekaman ke khalayak

Menurut Turow (2008), enam cara menyampaikan rekaman yaitu (hlm. 406-409):

- 1) *Digital download*, yaitu pengunduhan berbayar baik untuk satu lagu, album, video musik atau langganan ke situs *streaming* musik (Turow, 2008, hlm. 406-407).
- 2) Toko rekaman tradisional, yaitu pembelian rekaman melalui toko fisik (Turow, 2008, hlm. 407-408).
- 3) Toko lain, yaitu pembelian rekaman melalui *departement store*, toko elektornik, dan sebagainya (Turow, 2008, hlm. 408).
- 4) Toko internet, yaitu pembelian rekaman melalui internet dan dikirimkan melalui pos (Turow, 2008, hlm. 409).
- 5) *Record club*, yaitu pembelian rekaman dari anggota komunitas yang biasanya memiliki harga khusus jauh lebih murah (Turow, 2008, hlm. 409).
- 6) *Direct sales*, yaitu pembelian rekaman melalui iklan televisi (Turow, 2008, hlm. 409).

2.4.6.2. Radio

Menurut Turow (2018), radio adalah siaran langsung yang hanya berisi berisi suara dan musik yang diterima melalui gelombang radio (hlm. 420).

a. Format radio

Format radio adalah kepribadian stasiun radio berdasarkan kriteria musik yang disiarkan. Berikut kriteria musik yang menentukan format radio (Turow, 2008, hlm. 435):

- 1) *Music style*, yaitu tipe musik yang diputar.
- 2) *Music time style*, yaitu kapan musik tersebut dirilis.
- 3) *Music activity level*, yaitu seberapa dinamis musik tersebut.
- 4) *Music sophistication*, yaitu apakah struktur musik dan lirik sederhana atau kompleks.

b. Jenis radio berdasarkan teknologi siaran

Berikut dua jenis teknologi siaran menurut Turow (2008, hlm. 453-455):

- 1) Radio satelit, yaitu siaran radio yang dikirim oleh stasiun radio ke satelit dan diterima oleh *receiver* khusus di perangkat pengguna.
- 2) Radio internet, yaitu siaran radio yang sebenarnya merupakan *audio streaming* file suara yang ada di situs web. Beberapa siaran radio internet merupakan situs web yang perlu membayar uang langganan.

2.4.6.3. Gambar Bergerak

Menurut Turow (2008), gambar bergerak adalah media yang terdiri dari rangkaian gambar sedikit berbeda yang berganti secara cepat sehingga otak

manusia menganggap gambar tersebut bergerak. Gambar bergerak tersebut juga sering disebut video atau film.

a. Penayangan gambar bergerak

Menurut Turow (2008), ada dua cara untuk menayangkan gambar bergerak, yaitu (hlm. 490-495):

1) Teater, yaitu penayangan film di teater melalui layar yang memproyeksikan gambar dari satelit secara digital (Turow, 2008, hlm. 490-492).

2) Non-teater, yaitu penayangan film yang dapat dikonsumsi secara pribadi yaitu (Turow, 2008, hlm. 493-495):

a) Melalui DVD yang dijual oleh toko penjual DVD atau yang disewakan oleh toko penyewa secara fisik maupun *online*.

b) Melalui televisi kabel atau satelit langganan.

2.4.6.4. Televisi

Menurut Turow (2008), televisi adalah siaran yang menyampaikan gambar dan suara melalui gelombang elektromagnetik yang diterjemahkan oleh

antena atau kabel untuk menayangkan gambar dan suara sesuai yang disampaikan oleh stasiun TV (hlm.). Berikut tiga domain televisi menurut

Turow (2008, hlm. 514-519):

a. *Broadcasting television*, yaitu pengiriman sinyal audio-visual melalui udara sudah stasiun televisi lokal dan diterjemahkan oleh antenna televisi

secara gratis. Ada dua tipe stasiun televisi yaitu (Turow, 2008, hlm. 514):

- 1) Komersial, yaitu stasiun televisi yang menjual waktu siaran untuk pengiklan yang ingin mempromosikan sesuatu.
- 2) Non-komersial, yaitu stasiun televisi yang pendapatannya berasal dari bantuan yayasan atau donatur dengan balasan menyebutkan nama yayasan atau donatur tersebut saat sedang siaran.

b. *Cable television*, yaitu penyedia program televisi melalui kabel *fiber optic* yang dapat diakses oleh pelanggan berbayar. Pemasukan penyedia televisi kabel ada dari iklan yang ditampilkan saat program yang sedang tayang dan tentunya biaya langganan konsumen (Turow, 2008, hlm. 517).

c. *Satelite television*, yaitu penyedia program televisi melalui satelit ke perangkat televisi pelanggan berbayar. Pemasukan penyedia televisi satelit sama seperti televisi kabel, yaitu dengan menampilkan iklan saat program yang sedang tayang dan tentunya biaya langganan konsumen (Turow, 2008, hlm. 519).

2.4.6.5. Internet

Menurut Turow (2008), internet adalah sebuah *platform* dengan teknologi *broadband* yang memungkinkan pengiriman dan penerimaan sinyal antar komputer berjalan bersamaan. Pengguna internet dapat membuat dan

mendistribusikan produk kreatif miliknya atau yang sering disebut dengan istilah *user generated content* (hlm. 547-555). Berikut jenis situs berdasarkan konten menurut Turow (2008, hlm. 556-558):

- a. Situs pembuatan gambar.
- b. Situs penjualan produk dan jasa.
- c. Situs berisi konten dengan langganan berbayar.
- d. Situs yang menjual iklan.

2.4.6.6. *Video Games*

Menurut Turow (2008), *video games* adalah sebuah produk hiburan dengan menjelajah dan berinteraksi melalui komputer (hlm. 568-571).

- a. Perangkat keras *video games*

Berikut perangkat keras untuk bermain *video games* yaitu:

- 1) *Gaming console*, yaitu perangkat yang pada dasarnya adalah komputer namun memang dioptimalkan untuk pengalaman bermain *video games* yang lebih baik karena kecepatan dan grafis yang sesuai dengan kebutuhan pemain *video games*, terutama penggemar beratnya.

- 2) Komputer, yaitu perangkat dasar untuk memainkan *video games*. Pemain *video games* dengan perangkat ini cenderung menyukai permainan strategi daripada petualangan.

- 3) Komputer dengan internet, yaitu komputer yang telah terhubung dengan internet sehingga dapat menyediakan pengalaman lebih maksimal untuk *video games* petualangan yang lebih intens, kompleks, dan interaksi dengan pemain lain.
- 4) *Handheld device* dan *mobile devices*, yaitu perangkat portabel untuk bermain *video games*. Namun, *handheld device* memang dirancang khusus untuk bermain *video games*, sehingga *handheld devices* lebih optimal dibanding *mobile devices* yang fungsinya lebih umum dan tidak seoptimal perangkat khusus *video games*.

b. Aliran *video games*

Berikut aliran *video games* menurut Turow (2008, hlm. 572-574):

- 1) *Action games*, yaitu permainan menantang dan fokus dengan perkelahian atau kabur dari penangkapan atau pembunuhan.
- 2) *Casual games*, yaitu permainan yang cukup mudah karena aturan dan tantangannya sudah jelas.
- 3) *Simulator games*, yaitu permainan menciptakan dunia baru yang seakan-akan seperti kenyataan.
- 4) *Strategy*, yaitu permainan untuk melatih ketelitian terhadap situasi dan menuntut aksi yang bijaksana untuk memenangkan permainan.
- 5) *Sport games*, yaitu permainan dari hasil campuran *action* dan *strategy*.

2.5. Fotografi

Fotografi berasal dari Bahasa Yunani, yaitu *fos* yang berarti cahaya dan *grafo* yang berarti menulis atau melukis (International Design School, 2015).

2.5.1. Definisi Fotografi Menurut Para Ahli

Menurut Tom Ang (2008), fotografi adalah sebuah sistem yang dirancang untuk memproduksi rekaman visual suatu kejadian melalui perantaraan cahaya dan menggunakan material peka cahaya (hlm.14).

2.5.2. Fungsi Fotografi

Menurut Tom Ang (2008, hlm. 22-25), fotografi memiliki tujuh fungsi yaitu:

- a. Fotografi digunakan untuk kegiatan ilmiah, seperti merekam penelitian, mengukur gedung, dan memantau perkembangan eksperimen dan pergerakan binatang.
- b. Fotografi digunakan untuk memantau kawasan publik maupun pribadi. Pada fungsi ini, kebanyakan foto ditangkap dengan mesin atau robot.
- c. Fotografi digunakan untuk mengawasi proses pengontrolan kualitas dari proses produksi dalam industri.
- d. Fotografi digunakan sebagai bukti forensik dan kegiatan medis. Fotografi untuk mencatat kejadian dengan seksama, objektif, dan dapat dipercaya. Bukti forensik dari foto merupakan sesuatu yang sah secara hukum. Foto juga sangat berguna pada bidang medis sebagai catatan, dan materi mengajar serta mendianogsis.

- e. Fotografi digunakan untuk kegiatan komersial yaitu memberikan informasi berupa gambar mengenai kondisi dan bentuk suatu produk.
- f. Fotografi digunakan masyarakat awam untuk mendokumentasikan kejadian yang menurut mereka penting dalam hidup mereka.
- g. Fotografi digunakan sebagai profesi untuk memperoleh penghasilan, seperti menjadi fotografer untuk iklan komersial, iklan layanan masyarakat, editorial, laporan, dan promosi.

2.5.3. Proporsi dalam Fotografi

Menurut Tom Ang (2008, hlm. 31), ada empat proporsi dalam proporsi yaitu:

- a. Subjek diletakkan di tengah
Foto terbagi menjadi dua bagian sama besar. Proporsi ini menampilkan stabilitas dan kepadatan.
- b. Subjek diletakkan pada sepertiga bagian
Foto dibagi dalam tiga bagian tidak sama besar. Subjek utama dapat mengisi sepertiga atau seperdua bagian dari foto. Proporsi ini menampilkan keseimbangan yang dinamis.
- c. Subjek diletakkan pada *Golden Ratio*
Foto terbagi dalam sembilan bagian dengan rasio 1,618, yang diambil dari keseimbangan alam. Proporsi ini menampilkan keseimbangan dan proposi elegan.
- d. Subjek diletakkan di dekat sudut *frame*

Proporsi ini menampilkan ketidakseimbangan, kekuatan, dan dekat dengan perubahan.

2.6. Warna

Menurut Sutton dan Whelan (2008), warna memiliki efek psikologi bagi tubuh dan dapat membangun *mood* dengan sangat cepat. Berikut *mood* warna menurut Sutton dan Whelan (2008).

2.6.1. *Powerful*

Warna *powerful* merupakan simbol dari emosi yang paling kuat yaitu cinta dan benci dan membawa makna kekuatan dan kesadaran (Sutton & Whelan, 2008).

2.6.2. *Rich*

Warna *rich* terbentuk dari campuran warna hitam ke merah yang membawa kesan dramatis, dampak yang tak terlupakan, kekayaan, dan status (Sutton & Whelan, 2008).

2.6.3. *Romantic*

Warna *romantic* tercipta dari campuran warna putih ke merah yang membawa kesan lembut, menarik, dan simpati (Sutton & Whelan, 2008).

2.6.4. *Vital*

Warna *vital* atau *vermillion* atau warna merah dan oranye membawa kesan muda, menyenangkan, energik dan kehangatan (Sutton & Whelan, 2008).

2.6.5. *Earthy*

Earthy merupakan warna merah-oranye gelap yang kerap disebut *terra-cotta*.

Warna ini membawa kesan masa muda yang menyenangkan (Sutton & Whelan, 2008).

2.6.6. *Friendly*

Warna *friendly* membawa kesan energik dan bercahaya (Sutton & Whelan, 2008).

2.6.7. *Soft*

Warna *soft* membawa kesan ceria, ramah, menenangkan dan mengajak (Sutton & Whelan, 2008).

2.6.8. *Welcoming*

Warna *welcoming* membawa kesan yang sungguh mengundang (Sutton & Whelan, 2008).

2.6.9. *Moving*

Warna *moving* memiliki arti aktivitas dan pergerakan (Sutton & Whelan, 2008).

2.6.10. *Elegant*

Warna *elegant* menampilkan versi yang lebih hangat dari warna lain di sekeliling (Sutton & Whelan, 2008).

2.6.11. *Trendy*

Warna *trendy* adalah warna yang menampilkan kemudaan dan yang ketinggalan zaman atau tidak (Sutton & Whelan, 2008)

2.6.12. *Fresh*

Warna *fresh* membawa kesan alam, seperti rumput di siang hari, kesegaran, dan kealamian. Menggunkan analogus dengan warna ini dapat memperkuat kesan lingkungan di luar rumah (Sutton & Whelan, 2008).

2.6.13. *Traditional*

Warna *tradisional* membawa kesan berharga dan permanen (Sutton & Whelan, 2008).

2.6.14. *Refreshing*

Warna *refreshing* adalah warna yang membawa sensasi menyejukan dan kesegaran (Sutton & Whelan, 2008).

2.6.15. *Tropical*

Warna *tropical* memberikan kesan menenangkan (Sutton & Whelan, 2008).

2.6.16. *Classic*

Warna *classic* mencerminkan kebenaran, tanggung jawab, dan kepercayaan (Sutton & Whelan, 2008).

2.6.17. *Dependable*

Warna *dependable* membawa kesan kuat atas kewenangan dan dapat dipercaya (Sutton & Whelan, 2008).

2.6.18. *Calm*

Warna *calm* membawa kesan kejujuran dan damai (Sutton & Whelan, 2008).

2.6.19. Regal

Warna *regal* mencerminkan kewenang dan inspirasi (Sutton & Whelan, 2008).

2.6.20. Magical

Warna *magical* mencerminkan kepribadian yang tidak tertebak (Sutton & Whelan, 2008).

2.6.21. Nostalgic

Warna *nostalgic* membawa kembali momen yang diidamkan (Sutton & Whelan, 2008).

2.6.22. Energetic

Warna *energetic* melambangkan kepribadian yang antusias (Sutton & Whelan, 2008).



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA