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.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pengertian Kuliner

Menurut buku *Larousse Gastronomic The World's Greatest Cookery Encyclopedia* (dalam Soenardi, 2013), istilah kuliner disebut *the art of cuisine*. Di dalamnya termasuk pemilihan bahan, persiapan bahan sebelum diolah, penyimpanan bahan, pengolahan makanan, *food tasting*, pemanfaatan sisa makanan, pemanfaatan alat masak, serta tata penampilan makanan (*plating*). Kumpulan kegiatan tersebut yang dikatakan sebagai kuliner.

Gambar 2.1 Bahan Makanan

(http://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20141007125013-262-5550/ironi-indonesia-negeri-kaya-pengimpor-bahan-makanan/, 2014)

Perancangan Informasi Kawasan..., Richard Sukhita Mintanto, FSD UMN, 2017

Gambar 2.2 Pengolahan Makanan

(http://www.indonesian-publichealth.com/prinsip-pengolahan-makanan/, 2016)

Gambar 2.3 *Food Testing*

(http://fawesome.ifood.tv/other/166240-sushi-and-japanese-tapas-food-tasting-a-new-york-food-tasting-tour/, n.d.)

Gambar 2.4 *Food Plating*

(http://twistedsifter.com/2015/04/instagram-chef-plates-junk-food-like-high-end-cuisine/, 2015)

Menurut konfrontasi.com mengenai Gastronomi dan Kuliner, pemahaman masyarakat Indonesia mengenai kuliner masih sebatas makna sekunder dan simbolisme, yakni sekedar makanan dan minuman saja. Masyarakat juga sering menyamakan gastronomi dengan kuliner. Padahal, gastronomi merupakan sebuah studi mengenai makanan dan pemetaannya, serta menghubungkan makanan dengan kondisi geografis, masyarakat, dan budaya setempat, sedangkan kuliner, seperti disebutkan di atas, secara menyeluruh merupakan sebuah proses dari pemilihan bahan makanan hingga penyajiannya.

Kuliner di Indonesia sendiri dibagi menjadi dua jenis, yaitu makanan berat dan makanan ringan. Makanan berat yaitu nasi dan lauk pauknya. Contohnya nasi

Perancangan Informasi Kawasan..., Richard Sukhita Mintanto, FSD UMN, 2017

uduk, nasi kuning, nasi liwet, dan semacamnya. Sementara kategori makanan ringan yaitu seperti kue-kue, gorengan, es, dan lain-lain (Rahmawaty, 2013).

Gambar 2.5 Makanan Ringan

(http://gosocio.co.id/10-jajanan-tradisional-khas-indonesia.html, n.d.)

Gambar 2.6 Makanan Berat

(https://www.greatnessindonesia.com/45-jenis-makanan-nasi-di-indonesia/, 2016)

2.1.1 Kuliner Malam

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), malam adalah suatu masa setelah matahari terbenam dan matahari terbit. Di Indonesia, waktu rata-rata matahari terbenam adalah pukul 6 sore. Jika digabungkan, maka pengertian kuliner malam adalah keseluruhan kegiatan memasak, *food tasting*, *food plating*, serta makan dan minum yang dilakukan di malam hari setelah matahari terbenam.

Perancangan Informasi Kawasan..., Richard Sukhita Mintanto, FSD UMN, 2017

2.2. Media Informasi

Sobur (dalam Martadhi, 2015, hlm. 11) mengatakan bahwa media informasi adalah alat-alat grafis, fotografis, serta elektronis untuk memproses serta menyusun sebuah informasi visual. Gunanya adalah agar informasi tersebut menjadi sesuatu yang berguna bagi penerima informasi.

Menurut Effendi (2005, hlm. 145) media informasi dapat dibagi menjadi 2 jenis berdasarkan bentuknya, yaitu media cetak dan media elektronik. Media cetak di dalamnya termasuk buku, koran, majalah, flyer, poster, dan lain-lain, sedangkan media elektronik contohnya televisi, radio, dan internet.

Selain itu, Dindire dalam jurnalnya *"Global Trends in Advertising Campaigns - Integration of Social Media"*, membedakan media informasi berdasarkan fungsinya sebagai promosi menjadi 3 (hlm. 1) :

2.2.1 Above The Line (ATL)

Above The Line merupakan jenis pengiklanan melalui media seperti televisi, iklan yang diputar di bioskop, radio, spanduk, dan lain-lain yang sifatnya meningkatkan *brand awareness* akan suatu produk atau jasa. Cakupan media *above the line* sangatlah luas dan tidak tertuju pada orang tertentu. Contohnya, orang-orang melihat sebuah iklan yang sama akan sebuah produk ternama meskipun saluran televisi yang ditonton berbeda-beda.

Perancangan Informasi Kawasan..., Richard Sukhita Mintanto, FSD UMN, 2017

Gambar 2.7 Media *Above The Line*

(http://www.ideaboxevents.com/services/atl-marketing-solutions/, 2016)

2.2.2 Below The Line (BTL)

Below The Line adalah jenis penyebaran informasi dengan target spesifik dan skala lebih kecil dibanding *above the line*. Media yang digunakan dalam penyebaran informasi menggunakan metode *below the line* adalah flyer, brosur, x-banner, apapun yang berupa *direct marketing*.

Gambar 2.8 Media *Below The Line*

(www.pinterest.com, n.d.)

2.2.3 Through The Line (TTL)

Through The Line adalah strategi penyebaran informasi menggunakan ATL dan BTL. Tidak semua perusahaan menggunakan metode ini. Namun, biasanya perusahaan yang menggunakan metode ini akan terlihat strategi pemasarannya karena banyaknya jumlah media yang dipakai untuk mengiklankan produk atau jasanya.

Dalam artikel *"The End of The Line:* Mengakhiri Istilah ATL vs BTL", Maulana (2008) menuliskan bahwa sekarang ini penggunaan ATL, BTL, dan TTL tidak lagi popular akibat kemunculan media berbasis teknologi tinggi (internet). Fungsi ATL, BTL, dan TTL menjadi semakin kabur karena internet sendiri dapat mencakup target audiens yang luas sekaligus spesifik. Menurutnya, penggunaan internet sebagai pengganti ATL, BTL, dan TTL juga sudah cukup efektif untuk meningkatkan *brand awareness* seseorang akan suatu produk atau jasa.

2.3. E-Book

Electronic book atau buku digital merupakan sebuah bacaan berisi teks dan gambar yang dibaca, layaknya buku cetak, melalui platform digital (Widodo, 2016, hlm. 1). Menurutnya, bacaan yang ditampilkan *E-Book* dapat menyesuaikan layar media digital apapun yang digunakan (*smartphone, tablet,* maupun layar komputer atau laptop). Para ahli lain juga memiliki pengertian serupa mengenai *E-Book*. Danang (dalam Winda, dkk., 2016) juga menjelaskan bahwa *E-Book* merupakan versi elektronik dari sebuah buku cetak yang dapat dibaca pada media yang didesain khusus untuk membacanya (hlm. 4).

Perancangan Informasi Kawasan..., Richard Sukhita Mintanto, FSD UMN, 2017

2.3.1 Kelebihan dan Kekurangan *E-Book*

Kemunculan *E-Book* banyak membawa dampak positif seperti pengurangan kegunaan kayu sebagai bahan baku kertas, lebih efisien dalam penyimpanan, dan lain-lain. Meskipun begitu, dalam kegunaannya, *E-Book* masih memiliki kelemahan-kelemahan tersendiri jika dibandingkan dengan buku cetak.

Juju (dalam Martadhi, 2015) menuliskan beberapa kelebihan dan kekurangan *E-Book* (hlm. 11-14) :

1. *E-Book* praktis karena bersifat digital. Pembaca hanya memerlukan perangkat membaca *E-Book* seperti tablet, ponsel, dan *e-readers*.
2. Biaya produksi *E-Book* lebih murah dibanding buku. Selain itu, *E-Book* ramah lingkungan karena tidak perlu dicetak dan menghabiskan kertas.
3. *E-Book* bersifat lebih awet karena berupa *file* digital, sedangkan buku cetak mudah rusak atau sobek.
4. Stok *E-Book* tidak akan habis karena bentuknya berupa *file* yang dapat diunduh kapanpun oleh siapapun.
5. Membaca *E-Book* biasanya dilengkapi dengan fitur '*search*' untuk mempermudah pembaca mencari teks tertentu.
6. *E-Book* rentan untuk dibajak, dipublikasikan, bahkan dijual kembali dengan harga murah.

Perancangan Informasi Kawasan..., Richard Sukhita Mintanto, FSD UMN, 2017

7. Ketika sudah diunduh, *file E-Book* bisa saja hilang karena adanya virus yang menyerang perangkat.

8. Hukum tentang *E-Book* dan publikasinya kurang tegas. Belum ada hukum tertulis bagi pembajakan *E-Book*.

Gambar 2.9 *E-Book*

(https://www.the1thing.com/family-health-happiness/how-to-gift-an-ebook/, n.d.)

Dalam sebuah artikel berjudul *"Do E-Books Make It Harder to Remember What You Just Read?"* yang dilansir situs berita Time Healthland, Kate Garland (2012) menyebutkan kelemahan *E-Book* dari sisi keefektifannya dibanding dengan buku cetak. Menurut penelitiannya, *E-Book* tidak memiliki kecenderungan untuk diingat dalam jangka panjang dibanding buku cetak. Pasalnya, media yang digunakan untuk membaca *E-Book* memancarkan radiasi yang dapat melelahkan mata sehingga mengurangi kemampuan pembaca untuk fokus. Menurutnya, orang-orang yang membaca dari kertas lebih cepat memahami informasi yang dibaca dibanding lewat media digital.

Perancangan Informasi Kawasan..., Richard Sukhita Mintanto, FSD UMN, 2017

2.3.2 Format E-Book

ÇETİN, dkk. (2016) dalam jurnalnya berjudul *"The Development of an E-Book with Dynamic Content for The Introduction of Algorithms and Programming"* menuliskan beberapa format yang sering digunakan dalam pembuatan *E-Book* (hlm. 200) :

1. Adobe Acrobat's Portable Document Format (PDF)

   PDF merupakan salah satu format *E-Book* yang sering digunakan. Selain karena pembuatannya mudah, PDF juga bisa dibaca dalam berbagai perangkat pembaca *E-Book*. Namun, format PDF sulit dibaca jika dibuka dalam perangkat kecil seperti *smartphone* karena ukuran teks tidak akan berubah. Berarti untuk dapat membaca konten *E-Book* pada *smartphone*, pembaca harus melakukan *zooming* terlebih dahulu.

2. ePub & ePub 3.0

   Format ePub dan ePub 3.0 adalah format kedua yang banyak dipakai karena kompatibel dengan berbagai perangkat keras (tablet, *smartphone*, *e-Readers*) maupun lunak (aplikasi).

3. iBook

   iBook merupakan format *E-Book* yang khusus dibuat oleh Apple untuk dibaca pada iPad (*tablet*) dan Mac (komputer). Meskipun perangkat membacanya terbatas pada produk Apple, pembuatan *E-Book* dengan aplikasi bernama iBook Author termasuk mudah karena sudah disediakan layout yang bisa digunakan oleh penulis.

Perancangan Informasi Kawasan..., Richard Sukhita Mintanto, FSD UMN, 2017

Gambar 2.10 Format *E-Book*

(http://ebookarchitects.com/learn-about-ebooks/formats/, 2017)

2.3.3 Perangkat Membaca E-Book (E-Book Devices)

Poudre Libraries Colorado mengeluarkan jurnal berjudul "*E-Books and E-Readers"* (2011) yang di dalamnya terdapat informasi mengenai perangkat untuk membaca *E-Book* (hlm. 22-27) :

1. *Dedicated E-Readers*

   E-Readers merupakan perangkat yang khusus digunakan untuk membaca *E-Book*. Contoh *E-Readers* yaitu Sony Reader, Amazon Kindle, Nook Black/White, dan KOBO Device. *E-Readers* memiliki daya hidup yang cukup lama sebelum diisi ulang dayanya, yaitu sekitar 10 hari hingga 1 bulan. *E-Readers* yang disebutkan hanya menampilkan warna hitam dan putih saja.

2. *Multi-Use Devices*

   Berbeda dengan *E-Readers*, perangkat multifungsi ini memiliki tampilan warna untuk mendukung pembacaan *E-Book*. Perangkat seperti tablet (Tab dan iPad) dan Color Nook adalah contoh perangkat multifungsi karena bisa digunakan untuk hal lain selain membaca *E-Book*. Sementara Color Nook

Perancangan Informasi Kawasan..., Richard Sukhita Mintanto, FSD UMN, 2017

tetap memiliki sifat khusus sebagai perangkat membaca *E-Book* dengan beberapa fitur tambahan (seperti permainan), tablet memerlukan aplikasi khusus untuk membaca *E-Book* seperti iBooks (khusus produk Apple), KOBO Apps, Nook Apps, dan lain-lain.

3. Aplikasi untuk Laptop dan Komputer

   Selain Tab dan iPad, *E-Book* juga bisa dibaca dalam mode *desktop* dengan laptop dan komputer sebagai perangkatnya. Beberapa aplikasi membaca *E-Book* untuk laptop dan komputer yaitu Blio (Windows), Stanza (Mac), iBooks (Mac), Nook Desktop (Windows), Kindle Desktop (Windows). Namun aplikasi tersbut jarang digunakan karena banyak pembaca *E-Book* memilih untuk menggunakan *E-Readers* dan tablet.

Gambar 2.11 *E-Readers, Multi-Use Devices*, Aplikasi
(http://ebookarchitects.com/learn-about-ebooks/devices/, 2017)

Perancangan Informasi Kawasan..., Richard Sukhita Mintanto, FSD UMN, 2017

2.3.4 Jenis *E-Book* berdasarkan Layout

Robley (2013) menjelaskan bahwa secara teknis, *E-Book* secara tampilan layout dibagi menjadi 2 yaitu *standard layout* dan *fixed layout*. *Standard layout* merupakan layout *E-Book* yang memberikan pengalaman 'mengalir' bagi pembacanya. Maksudnya adalah ketika sebuah *E-Book* dibaca menggunakan perangkat yang ukurannya berbeda-beda, pembaca dapat mengatur halaman sedemikian rupa agar nyaman dibaca. Ukuran *font* dapat diubah-ubah sehingga jumlah halaman dan jumlah kata per halaman bisa bertambah atau berkurang. *Standard layout* cocok untuk pembuatan *E-Book* yang mengutamakan teks dengan gambar-gambar kecil.

Berbeda dengan *standard layout, fixed layout* menurut Robley tidak memberikan pembaca kontrol untuk mengatur halamannya. *Fixed layout* cocok digunakan untuk pembuatan *E-Book* dengan mengutamakan gambar dan desain (buku resep, buku cerita anak-anak, *lookbook*). Pembaca tetap bisa memperbesar ukuran halaman pada layar namun setelah itu pembaca harus melakukan *scrolling* untuk dapat membaca keseluruhan konten.

Perancangan Informasi Kawasan..., Richard Sukhita Mintanto, FSD UMN, 2017

Gambar 2.12 *Reflowable (Standard)* dan *Fixed Layout E-Book*

2.4. Unsur-Unsur Desain

Anggraini dan Nathalia (2014) dalam bukunya menuliskan tentang elemen-elemen desain dalam desain komunikasi visual (hlm. 32-40) :

1. **Garis.** Garis merupakan goresan yang menghubungkan satu titik ke titik lain. Garis dapat berbentuk lurus, lengkung, atau zigzag, sesuai dengan kebutuhan desainnya. Selain itu, garis sering juga digunakan sebagai unsur pembatas seperti margin halaman, hingga unsur tanda seperti penanda potong atau lipat pada kemasan.

Perancangan Informasi Kawasan..., Richard Sukhita Mintanto, FSD UMN, 2017

2. **Bentuk.** Bentuk adalah sesuatu yang memiliki diameter, panjang, lebar, dan tinggi. Bentuk yang umum terlihat dan digunakan adalah kotak, lingkaran, segitiga, elips, dan lain-lain.

3. **Tekstur.** Tekstur adalah tampilan permukaan suatu benda. Biasanya dapat dirasakan ketika disentuh dengan tangan. Namun tekstur dalam desain grafis bisa bersifat semu atau sebatas visual saja (ketika di cetak tidak memberikan efek tertentu).

4. **Gelap/Terang atau Kontras.** Bermain gelap dan terang dapat memberikan efek kontras untuk menonjolkan informasi-informasi yang akan dimasukkan dalam desain sehingga meningkatkan keterbacaan, fokus, dan titik berat pada desain.

5. **Ukuran.** Sama seperti elemen gelap/terang, penentuan ukuran elemen-elemen desain dapat memengaruhi titik berat desain dan membedakan mana informasi yang lebih penting dibanding yang lainnya (hierarki).

6. **Warna.** Warna merupakan elemen yang dapat menarik perhatian. Dengan menggunakan warna, desain memiliki *mood* sesuai dengan kesan dan pesan apa yang ingin disampaikan oleh desainer.

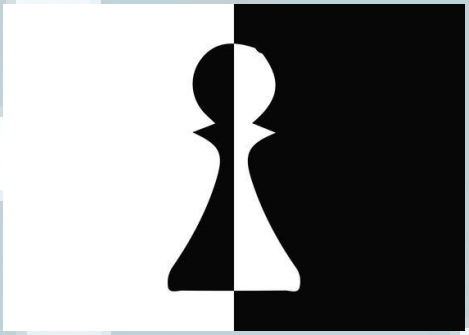
2.5. Prinsip-Prinsip Desain

Ketika mendesain, selain memilih dan menggunakan elemen desain dengan tepat, desainer juga harus mempertimbangkan prinsip dalam desain agar desain yang

Perancangan Informasi Kawasan..., Richard Sukhita Mintanto, FSD UMN, 2017

dihasilkan tidak terlihat asal-asalan. Anggraini dan Nathalia (2014) juga menuliskan beberapa prinsip dalam mendesain (hlm. 41-46) :

1. ***Balance.*** Keseimbangan dalam desain dapat tercipta ketika 'berat' peletakan elemen desain kiri dan kanan, atas dan bawah, atau secara keseluruhan tidak berat sebelah. Keseimbangan dapat berupa simetris (kiri dan kanan, atas dan bawah, memiliki berat yang sama) dan asimetris (ukuran elemen tidak sama tapi memenuhi bidang desain secara seimbang).

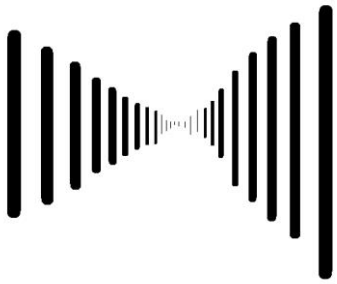


Gambar 2.13 *Balance*

(http://www.pinterest.com, n.d.)

2. ***Rythm.*** *Rythm* merupakan irama atau pengulangan dalam penyusunan elemen desain. Repetisinya dapat berupa repetisi dengan ukuran serupa maupun repetisi yang disertai dengan perubahan ukuran, bentuk, atau posisi.

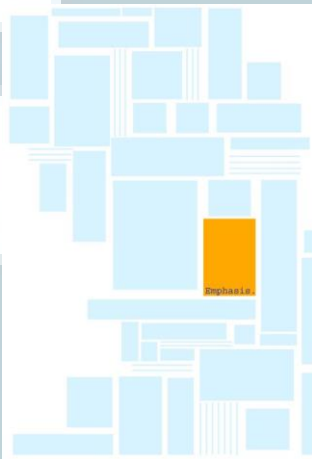
Perancangan Informasi Kawasan..., Richard Sukhita Mintanto, FSD UMN, 2017



Gambar 2.14 *Rythm*

(https://www.sewellandcompany.com/rhythm-design-principle/, 2014)

3. ***Emphasis.*** *Emphasis* atau penekanan menjadikan suatu elemen visual sebagai pusat perhatian. Biasanya informasi yang paling penting akan diberikan efek *emphasis*. Seperti disebutkan di atas, penekanan dapat dilakukan dengan pengaturan gelap/terang, ukuran, pemilihan warna, atau kombinasi ketiganya. Selain itu, penekanan juga bisa melalui isolasi dan penempatan objek.

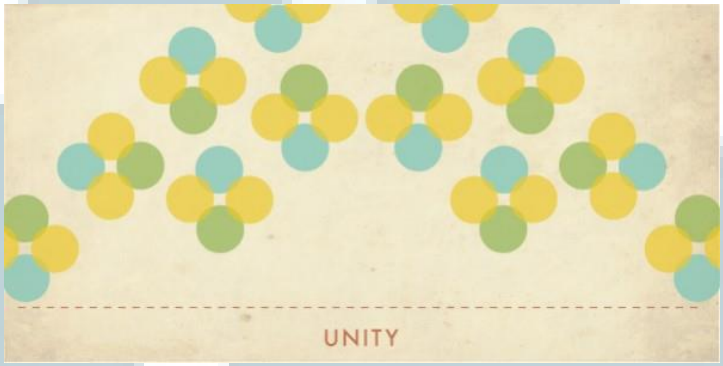


Gambar 2.15 *Emphasis*

(http://www.pinterest.com/ n.d.)

Perancangan Informasi Kawasan..., Richard Sukhita Mintanto, FSD UMN, 2017

4. ***Unity*.** *Unity* atau kesatuan merupakan suatu prinsip hubungan. Penggunaan elemen desain harus memiliki kesatuan tema atau *mood* agar terkesan harmonis dan tidak berantakan.



Gambar 2.16 *Unity*

(http://www.pamelaplatt.com/digital_course_resources/graphic_design_principles/introduction_principals_graphic_design.html, n.d.)

2.6. Tipografi

Squire, dkk. (2006) menjelaskan bahwa tipografi adalah sebuah mekanisme perancangan dan penyusunan kata-kata untuk memfasilitasi sebuah komunikasi visual. Penggunaan tipografi berbeda-beda sesuai dengan media apa yang digunakan dalam penyampaian sebuah informasi (hlm. 10).

Selain itu, menurut Carter, dkk. (2007), tipografi merupakan sebuah bentuk komunikasi visual karena tipografi merupakan sebuah elemen visual yang berguna menyampaikan pemikiran serta informasi yang dapat dilihat oleh mata manusia (hlm. 40).

Perancangan Informasi Kawasan..., Richard Sukhita Mintanto, FSD UMN, 2017

2.6.1 *Type Family*

Beberapa font memiliki keluarga font. Keluarga font merupakan kumpulan font serupa dengan sedikit perubahan aspek visual dari font induk. Carter, dkk. menjelaskan tentang *type family* berdasarkan 4 aspek (2007, hlm. 41-44) :

1. ***Weight changes***, kumpulan font dengan perubahan ketebalan/*stroke*. Adapun 8 jenis perubahan ketebalan yang paling umum mulai dari ***extralight, light, semilight, medium, semibold, bold, extrabold, ultrabold*.** Namun ada juga *type family* yang hanya terdiri dari 4 jenis perubahan ketebalan yaitu ***light, regular/book, medium, bold*.**
2. ***Proportion***, kumpulan font dengan perubahan proporsi (*expanded/condensed*). Jenis perubahan berdasar proporsi yang paling umum yaitu ***ultraexpanded, extraexpanded, expanded, regular, condensed, extracondensed, ultracondensed***.
3. ***Angle,*** kumpulan font dengan perubahan sudut kemiringan. Biasa tertulis pada opsi adalah *italic* atau *oblique*.
4. ***Elaboration,*** kumpulan font dengan perubahan yang lebih kompleks, adanya penambahan detail atau ornamen seperti garis luar ataupun memberikan efek 3D. Kumpulan font seperti ini harus digunakan dengan sangat hati-hati karena berupa font dekoratif.

Perancangan Informasi Kawasan..., Richard Sukhita Mintanto, FSD UMN, 2017

2.6.2 Klasifikasi Huruf

Davis, dkk. (2009) menjelaskan beberapa jenis font berdasarkan fungsinya yang sering digunakan dalam desain :

1. **Serif**. Font jenis ini dikembangkan berdasarkan bentuk pilar-pilar pada masa Romawi sehingga pada setiap ujung goresan terdapat 'ekor' menyerupai pilar tersebut. Serif sering digunakan untuk keperluan profesional seperti menulis email dan surat resmi karena memiliki kesan klasik, formal, dan elegan. Contohnya adalah Georgia, Times New Roman, dan Perpetua. (hlm. 13)

SERIF

Gambar 2.17 Serif

(http://www.brighthub.com/multimedia/publishing/articles/122044.aspx, 2012)

2. **Sans Serif**. Font jenis ini berlawanan dengan serif, yaitu tanpa 'ekor' pada setiap ujung goresannya. Karena itu, Sans Serif sering digunakan untuk penulisan teks dalam jumlah banyak (*long passages*) dalam konten semi-formal dan non-formal seperti pada majalah. Contohnya adalah Tahoma, Trebuchet MS, dan Myriad. (hlm. 183)

Perancangan Informasi Kawasan..., Richard Sukhita Mintanto, FSD UMN, 2017

SANS
SERIF

Gambar 2.18 Sans Serif

(http://www.brighthub.com/multimedia/publishing/articles/122044.aspx, 2012)

3. ***Display* Font**. *Display* font sering digunakan dalam penulisan judul sebuah artikel atau tulisan karena bentuknya yang unik dan memberi kesan inovatif. *Display* font tidak cocok digunakan untuk teks panjang (hlm. 281).

IS THAT YOUR NEIGHBOR AGAIN? OF COURSE, HE LIVES UPSTAIRS

MINNEHAHA

MAYBE HE CAN'T TAKE HIS SHOES OFF... I'VE THOUGHT OF THAT

LINCOLN

YOU MEAN PERMANENT SHOES? YES! BUT WITH CEMENT SOLES

Gambar 2.19 *Dsiplay* Font

(https://processtypefoundry.com/fonts/locator-display/, 2003)

4. **Script**. Font jenis ini merupakan perkembangan dari font hasil buatan tangan/*handwriting*. Biasanya, goresannya berupa *brush and marker based*. Contohnya adalah Bank Gothic dan Colonna (hlm. 337).

Perancangan Informasi Kawasan..., Richard Sukhita Mintanto, FSD UMN, 2017

Gambar 2.20 *Script* Font

(http://www.dafont.com/quincho-script.font, 2016)

5. **Monospaced**. Font jenis ini merupakan font dengan lebar yang sama. Mulai dari huruf besar, angka, hingga tanda bacanya mengacu kepada bentuk kotak (jika terlalu kecil seperti tanda baca, maka akan ditaruh di tengah-tengah kotak). Biasanya digunakan untuk keperluan penulisan yang berhubungan dengan keuangan dan *coding* (hlm. 417).

Gambar 2.21 *Monospaced* Font

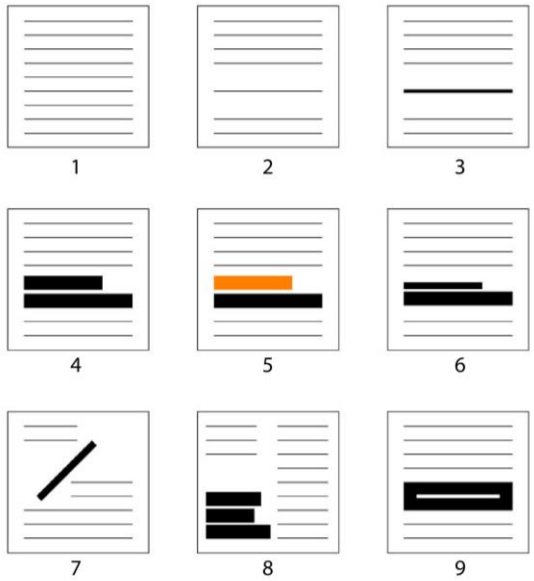
(http://www.hongkiat.com/blog/monospaced-fonts/, n.d.)

2.6.3 *Visual Hierarchy*

Menurut Carter, dkk. (2007), hierarki visual sangat membantu dalam penyusunan elemen-elemen tipografi dalam sebuah karya. Hierarki visual menonjolkan bagian-

Perancangan Informasi Kawasan..., Richard Sukhita Mintanto, FSD UMN, 2017

bagian yang penting, kemudian mengarahkan mata pembaca pada informasi berikutnya, sesuai dengan keinginan pembuat karya. Ketika beberapa elemen visual berbeda dan terlihat kontras, maka dapat terlihat hierarki visualnya. Carter, dkk. juga menggambarkan 9 hierarki visual sederhana yang dapat digunakan dalam desain (hlm. 62-63) :



Gambar 2.22 *Common Visual Hierarchy*

1. Gambar pertama menunjukkan tidak adanya hierarki visual.
2. Gambar kedua menunjukkan hierarki visual berdasarkan jarak antar baris (*spatial interval*).
3. Gambar ketiga menunjukkan hierarki visual berdasarkan jarak antar baris dengan perbedaan goresan (*bolder spatial interval*).

Perancangan Informasi Kawasan..., Richard Sukhita Mintanto, FSD UMN, 2017

4. Gambar keempat menunjukkan hierarki visual berdasarkan perbedaan goresan dan ukuran font (*size and weight*).
5. Gambar kelima menunjukkan hierarki visual berdasarkan perbedaan goresan, ukuran font, dan warna (*size, weight, and color changes*).
6. Gambar keenam menunjukkan hierarki visual berdasarkan perbedaan ukuran font (*font size*).
7. Gambar ketujuh menunjukkan hierarki visual dengan meletakkan *emphasis* dengan posisi diagonal.
8. Gambar kedelapan menunjukkan hierarki visual berdasarkan ukuran font, goresan, dan jarak (*font size, weight, and distance*).
9. Gambar kesembilan menunjukkan hierarki visual menggunakan kotak sebagai latar sebuah teks.

2.6.4 *Typography on Screen*

Tipografi yang terlihat pada layar dapat berbeda-beda. Hal ini tergantung pada ukuran layar, *operating system*, serta *browser* yang digunakan. Dalam membaca di layar digital, pengguna membutuhkan waktu 10-30% lebih lama dibanding dengan membaca tulisan cetak (Bailey, seperti dikutip dalam Kurniawan dan Zaphiris, n.d.). Oleh karena itu, ada beberapa hal yang harus diperhatikan saat menyusun teks pada layar :

Perancangan Informasi Kawasan..., Richard Sukhita Mintanto, FSD UMN, 2017

1. Teks dalam sebuah baris atau paragraf tidak boleh terlalu panjang atau terlalu banyak karena akan melelahkan pembaca.
2. Ukuran teks disesuaikan, jangan terlalu kecil dan jangan pula terlalu besar. Ukuran minimal *body text* adalah setara dengan Times New Roman 12pt, sedangkan ukuran terbesarnya disesuaikan dengan kebutuhan.
3. Pemisahan teks ke baris baru jika terlalu panjang hendaklah memperhatikan isi konten agar pembaca dapat mengikuti kontennya dengan baik.
4. Pemilihan warna teks harus kontras dengan latar agar mudah terbaca.
5. Menghindari penggunaan horizontal scrolling. Jika pembaca tidak sadar, maka beberapa konten bisa terlewat. Scrolling yang paling umum digunakan dalam *E-Book* adalah vertical scrolling.

2.7. Warna

Warna merupakan salah satu elemen penting dalam seni visual. Banyaknya warna dibagi menjadi 3 bagian, yaitu warna primer, sekunder, dan tersier. Warna primer terdiri dari warna merah, kuning, dan biru. Warna sekunder adalah campuran dari 2 warna primer. Lalu warna tersier merupakan campuran warna primer dan sekunder.

Perancangan Informasi Kawasan..., Richard Sukhita Mintanto, FSD UMN, 2017

Gambar 2.23 *Color Wheel*

(https://www.colormatters.com/color-and-design/basic-color-theory, n.d.)

Warna dalam desain dapat menunjukkan sifat dan *mood* dari sebuah karya (Kusrianto, 2007, hlm. 47). Hal tersebut dijelaskannya melalui psikologi dalam warna :

1. Warna hitam mewakili kekuasaan, misteri, dan kemewahan.
2. Warna putih mewakili kepolosan, kemurnian, dan kesucian.
3. Warna merah mewakili ekstrim, agresif, keberanian, dan gairah.
4. Warna biru mewakili harga diri, ketenangan, dan keamanan. Dalam desain, warna biru sering dipakai untuk logo terkait pendidikan dan kesehatan.
5. Warna hijau mewakili alam dan kesuburan. Dalam desain, warna hijau sering dipakai di bidang olahraga, *real estate*, dan konservasi alam.
6. Warna kuning mewakili optimisme. Namun, dalam desain penggunaan warna kuning seringkali sulit ditangkap mata sehingga disarankan penggunaan warna kuning dalam desain dikurangi.
7. Warna ungu mewakili kemewahan, spiritualitas, kekuasaan, sekaligus sebagai warna romantis.

Perancangan Informasi Kawasan..., Richard Sukhita Mintanto, FSD UMN, 2017

8. Warna cokelat mewakili bumi, alam, dan tanah.

9. Warna oranye mewakili energi, antusiasme, keceriaan, dan perhatian.

Selain itu, sebuah artikel berjudul "*Designing with Color*" yang dipublikasikan oleh Event Leadership Institute dalam *website*nya (n.d.) menuliskan 4 buah penerapan dan kombinasi warna yang bisa diterapkan pada desain atau gambar :

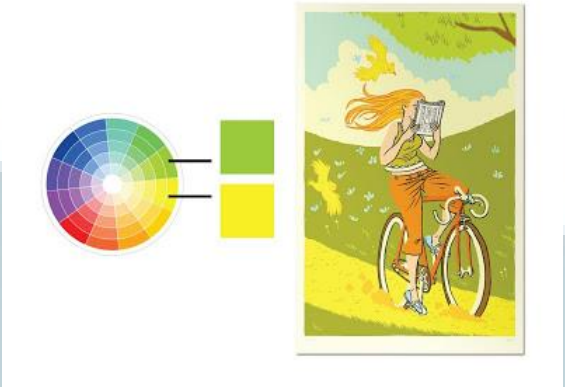
1. *Monochromatic Color* adalah penggunaan warna yang merupakan perpaduan dari warna itu sendiri dan tingkat intensitasnya (*opacity*) sehingga menciptakan keharmonisan.

Gambar 2.24 *Monochromatic Color*

(http://www.desainstudio.com/2010/05/5-hal-penting-terkait-warna-pada-desain.html, 2010)

2. Warna Analog merupakan kombinasi warna-warna terdekat dalam roda warna.

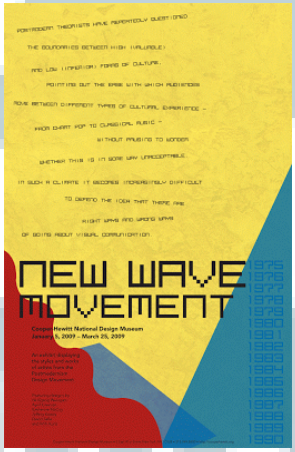
Perancangan Informasi Kawasan..., Richard Sukhita Mintanto, FSD UMN, 2017



Gambar 2.25 Warna Analog

(http://www.desainstudio.com/2010/05/5-hal-penting-terkait-warna-pada-desain.html, 2010)

3. Warna Pelengkap digunakan ketika dibutuhkan sesuatu yang kontras dalam desain untuk menarik perhatian pembaca visual. Misalnya kombinasi warna biru dan oranye.



Gambar 2.26 Warna Pelengkap

(http://www.desainstudio.com/2010/05/5-hal-penting-terkait-warna-pada-desain.html, 2010)

4. Warna Triad merupakan kombinasi warna non-primer dengan warna primer, sekunder, maupun tersier sehingga menghasilkan warna-warna baru. Misalnya perpaduan kuning dan cokelat, serta biru dan pink.

Gambar 2.27 Warna Triad

(http://www.desainstudio.com/2010/05/5-hal-penting-terkait-warna-pada-desain.html, 2010)

2.8. Layout

Menurut Amborse dan Harris (dalam Anggraini dan Nathalia, 2014), layout merupakan penyusunan elemen-elemen desain yang saling berhubungan secara artistik ke dalam suatu bidang. Layout dibuat bertujuan untuk memudahkan penyajian informasi yang hendak disampaikan.

2.8.1 Elemen Layout : Teks

Rustan (2009, hlm. 28-52) menyebutkan elemen-elemen teks yang sering digunakan dalam melayout halaman (penulis menyesuaikan teori dengan kebutuhan desain) :

1. *Headline* merupakan judul yang diberikan untuk artikel dan berukuran besar untuk menarik perhatian pembaca. *Headline* dapat berupa teks polos atau didesain secara estetis (banyak dalam majalah).

Perancangan Informasi Kawasan..., Richard Sukhita Mintanto, FSD UMN, 2017

2. *Body text* merupakan informasi berupa teks dalam jumlah banyak pada suatu halaman. *Body text* umumnya berukuran kecil dibanding *headline* (mengacu pada font Times New Roman, 12pt).

3. *Caption* merupakan keterangan singkat yang biasanya ditulis untuk memberikan informasi tambahan (seperti sumber) pada gambar/ilustrasi/foto. Jarak antara elemen gambar dan *caption* harus dekat agar informasinya tersampaikan dengan baik.

4. Nomor halaman merupakan elemen untuk mempermudah pencarian lokasi informasi melalui daftar isi jika buku memiliki lebih dari 8 halaman atau memiliki banyak topik.

2.8.2 Elemen Layout: Visual

Menurut Rustan (2014), elemen pada layout tidak selalu berupa teks. Ia menjelaskan mengenai elemn-elemen visual yang mendukung atau sebagai sorot utama dari informasi (hlm. 54-62) :

1. Foto. Penempatan foto-foto pada layout bisa membuat sebuah layout lebih menarik dan dapat dipahami (foto sebagai pendukung informasi).

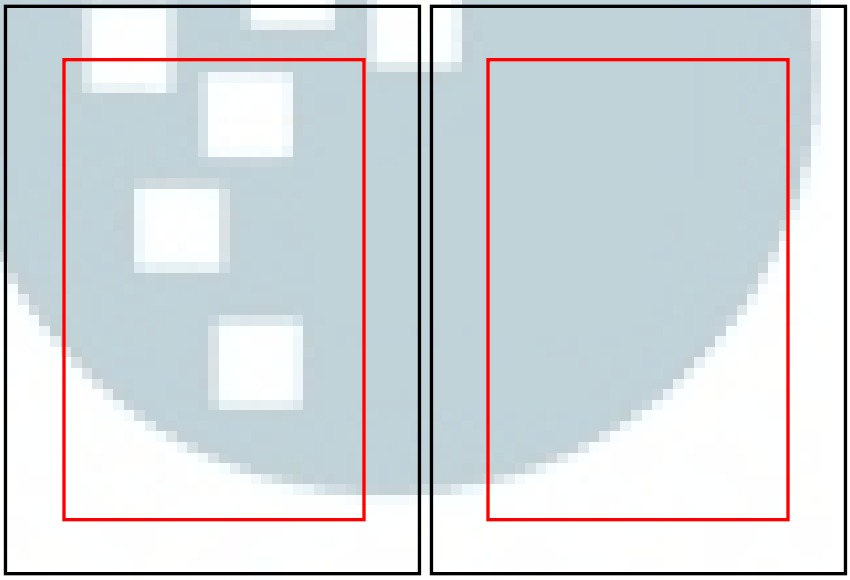
2. Garis. Elemen visual garis berfungsi menciptakan keseimbangan desain dalam layout dan juga sebagai pemisah konten informasi sesuai kategorinya.

Perancangan Informasi Kawasan..., Richard Sukhita Mintanto, FSD UMN, 2017

2.8.3 Margin

Margin adalah jarak antara pinggir kertas atau bidang dengan elemen desain (Rustan, 2009, hlm. 64). Tujuan margin adalah agar posisi elemen desain tidak terlalu ke pinggir atau tidak terpotong saat proses cetak.

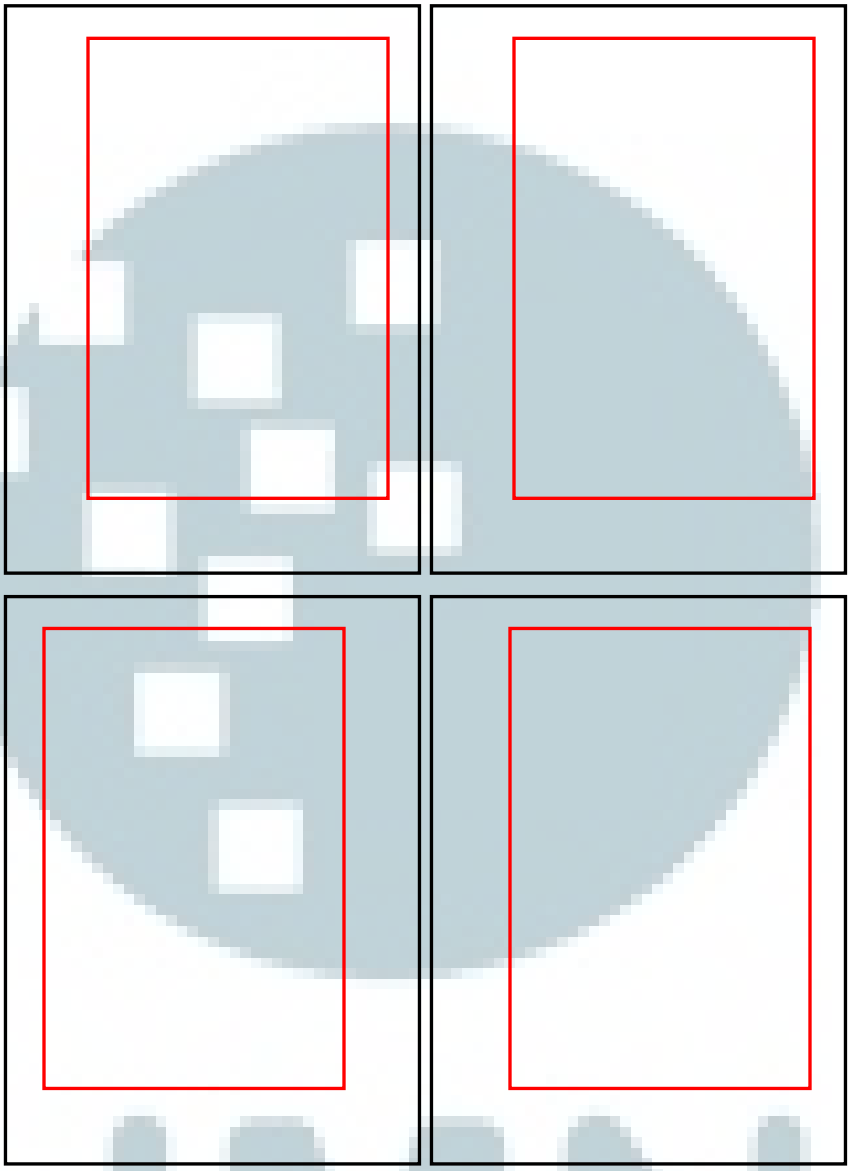
Margin memiliki banyak macam. Menurut Rustan (2009, hlm. 64-65), ada 2 jenis margin yaitu margin simetris dan asimetris.



Gambar 2.28 Margin Simetris

Margin simetris memiliki jarak antara tepi halaman dengan konten yang sama di seluruh sisinya. Margin jenis ini terkesan kaku, tetapi masih banyak digunakan sesuai dengan kebutuhannya. Ketika sebuah buku dengan margin simetris dijilid (*perfect binding*), informasi pada bagian tengah-tengah halaman masih dapat terbaca.

Perancangan Informasi Kawasan..., Richard Sukhita Mintanto, FSD UMN, 2017



Gambar 2.29 Margin Asimetris

Margin asimetris merupakan jenis margin yang banyak digunakan ketika membuat buku. Alasannya karena margin ini memiliki ruang yang cukup untuk *header* dan *footer* (sisi atas dan bawah). Selain itu, margin asimetris dapat diatur sisi

Perancangan Informasi Kawasan..., Richard Sukhita Mintanto, FSD UMN, 2017

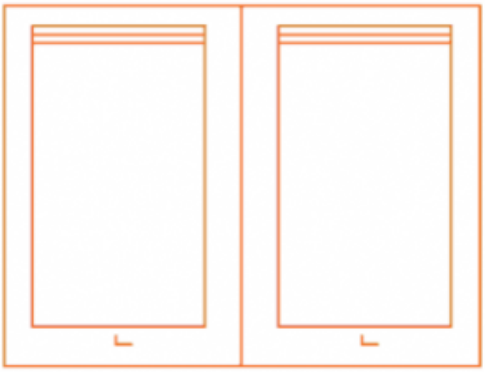
mana yang akan lebih lebar tergantung keperluan cetaknya (*mirror* dan *non-mirror*, lihat pada gambar 2.28).

2.8.4 *Grid*

Grid dalam layout digunakan untuk mempermudah peletakan elemen desain. Selain itu, menggunakan *grid* bisa mempertahankan konsistensi ketika mendesain untuk jumlah halaman yang banyak (contohnya dalam mendesain buku) (Rustan, 2009, hlm. 68-69).

Carter, dkk. (2007) menuliskan ada 3 jenis grid yang digunakan dalam melayout berdasarkan kegunaannya (hlm. 97-106) :

1. *Single Column Grid* merupakan *grid* yang cocok digunakan untuk pembuatan buku atau halaman dengan banyak teks naratif seperti novel.

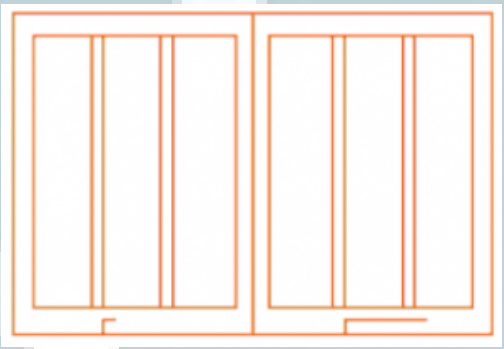


Gambar 2.30 *Single Column Grid*

(http://www.webdesignstuff.co.uk/ta006/category/applied-art-for-the-web/page-layout-essay/, 2011)

Perancangan Informasi Kawasan..., Richard Sukhita Mintanto, FSD UMN, 2017

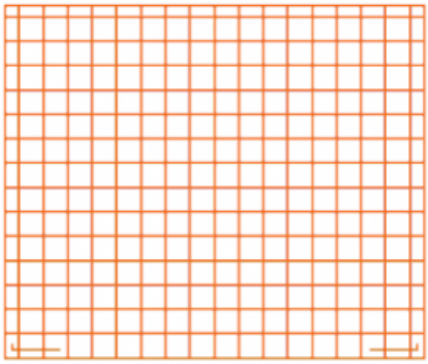
2. *Multi Column Grid* merupakan *grid* yang cocok digunakan untuk pembuatan buku atau halaman dengan kombinasi teks yang jumlahnya lebih sedikit dibanding teks naratif dan gambar. Biasanya memiliki 2 kolom atau lebih



Gambar 2.31 *Multi Column Grid*

(http://www.webdesignstuff.co.uk/ta006/category/applied-art-for-the-web/page-layout-essay/)

3. *Modular Grid* adalah *grid* berupa acuan kotak-kotak kecil untuk memasukkan informasi yang lebih banyak dan kompleks, dengan variasi komposisi yang berbeda-beda pula.



Gambar 2.32 *Modular Grid*

(http://www.webdesignstuff.co.uk/ta006/category/applied-art-for-the-web/page-layout-essay/)

Perancangan Informasi Kawasan..., Richard Sukhita Mintanto, FSD UMN, 2017

2.9. Logo

Logo berasal dari Bahasa Yunani "logos" yang berarti buah pemikiran atau ide. Rockport (seperti dikutip dalam Kurniawan, n.d.) menjelaskan bahwa logo sebagai hasil buah pemikiran yang telah dijadikan identitas atau tanda visual harus mampu berbicara kepada konsumen mewakili nilai dan fungsi sebuah perusahaan.

Sementara itu, Carter (seperti dikutip dalam Kusrianto, 2007) menambahkan bahwa logo merupakan identitas dari sebuah perusahaan barang atau jasa dalam bentuk visual yang diaplikasikan dalam berbagai sarana serta fasilitas perusahaan sebagai bentuk komunikasi visual. Carter menjelaskan lebih lanjut tentang syarat-syarat sebuah logo yang baik :

1. *Original & Distinctive*. Logo harus memiliki keunikan tersendiri agar berbeda dengan yang lain.
2. *Legible*. Logo harus memiliki keterbacaan yang jelas dalam media dan ukuran apapun sesuai kebutuhan.
3. *Simple*. Logo tidak harus selalu ramai dengan elemen-elemen desain. Logo yang sederhana namun kuat bisa memberi kesan tertentu walaupun hanya dilihat sekilas saja.
4. *Memorable*. Logo harus mampu melekat di ingatan orang-orang dalam kurun waktu yang lama.

Perancangan Informasi Kawasan..., Richard Sukhita Mintanto, FSD UMN, 2017

5. *Easily associated with company*. Logo harus bisa dengan mudah diasosiasikan dengan jenis usaha dan citra perusahaan.

6. *Easily adaptable for all graphic media*. Seperti disebutkan di atas, logo harus bisa masuk ke media apapun sesuai kebutuhannya. Oleh karena itu, pembuatan logo tidak hanya menghasilkan satu pilihan, namun warna-warna dan peletakan teks juga harus dipertimbangkan.

2.9.1 Jenis Logo

Menurut Shimp (dalam Yenata dan Herawati, n.d.), logo dapat diklasifikasikan menjadi tiga jenis (hlm. 4) :

1. *Picture Mark* dan *Letter Mark*

   Logo berupa gambar dan tulisan yang saling terpisah, namun masih memiliki kesatuan.

Gambar 2.33 *Picture* dan *Letter Mark*

(http://hellomotion.com/woroworo/jenis-jenis-logo-yang-harus-kamu-ketahui, 2017)

2. *Picture Mark* sekaligus *Letter Mark*

   Logo jenis ini berupa gambar dan tulisan yang saling berbaur.

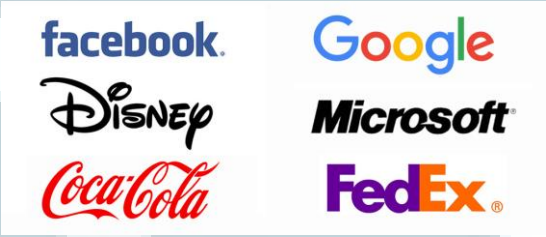
Perancangan Informasi Kawasan..., Richard Sukhita Mintanto, FSD UMN, 2017

Gambar 2.34 *Picture* sekaligus *Letter Mark*

(http://hellomotion.com/woroworo/jenis-jenis-logo-yang-harus-kamu-ketahui, 2017)

3. Letter Mark

Logo yang berupa tulisan saja.



Gambar 2.35 *Letter Mark*

(http://hellomotion.com/woroworo/jenis-jenis-logo-yang-harus-kamu-ketahui, 2017)

2.10. Cover

Pengertian cover menurut Macmillan English Dictionary merupakan bagian paling depan dan paling belakang yang menyatukan halaman-halaman sebuah buku. Ketika mendesain sebuah cover buku, berarti kita sedang merepresentasikan bab, sub-bab, karakter, suasana, serta ide menjadi satu kesatuan.

Jamie Keenan (dalam sebuah artikel berjudul *"We Talk to Jamie Keenan about Turd Theory and Designing an Exceptional Book Covers"* oleh Cartwright,

Perancangan Informasi Kawasan..., Richard Sukhita Mintanto, FSD UMN, 2017

2014), seorang desainer cover buku ternama di Inggris, mengatakan bahwa dalam membuat cover hendaknya tidak hanya membuat satu saja. Sama seperti logo, desain alternatif juga diperlukan dengan berbagai *style* sesuai target dan konsep konten bukunya.

2.11. Fotografi

Fotografi merupakan gabungan dari sebuah sistem, kejadian, proses, dan visual pada sebuah kamera. 'Sistem' berupa gabungan lensa, pencahayaan, sensor, badan kamera, hingga pengarah gaya (Ang, 2008). 'Kejadian' berupa cahaya masuk ke lensa, pergerakan objek, atau keputusan fotografer saat mengambil angle. 'Proses' berupa proses elektronik di dalam tubuh kamera serta proses digital di komputer. 'Visual' berupa sebuah gambar statis yang tidak berubah seiring waktu, dapat dicetak ulang, dan diperbanyak (hlm. 10).

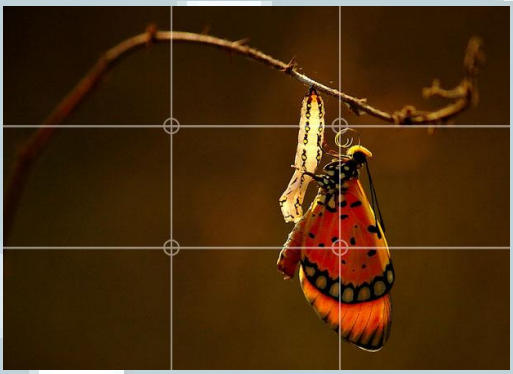
2.11.1 Komposisi

Herlina (2007, hlm. 82) menyebutkan bahwa komposisi dalam fotografi merupakan rangkaian gambar dalam suatu ruang/bidang foto. Komposisi foto dapat memperkuat pesan foto serta memberikan dampak yang kuat bagi para pengamatnya.

Rutter (2007, hlm. 89-94) menjelaskan mengenai beberapa jenis komposisi dalam foto.

Perancangan Informasi Kawasan..., Richard Sukhita Mintanto, FSD UMN, 2017

1. *Rule of third* merupakan komposisi dengan aturan sepertiga. Pada komposisi ini, posisi objek berada pada 4 titik perpotongan antara 2 garis horizontal dan 2 garis vertikal.



Gambar 2.36 *Rule of Third*

(http://www.photographymad.com/pages/view/rule-of-thirds, n.d.)

2. *Lead-in lines* merupakan komposisi foto dengan garis khayal yang mengarahkan mata mengikuti garis tersebut menuju objek.

Gambar 2.37 *Lead-In Lines*

(http://www.photography-art-cafe.com/photography-composition-tips.html, n.d.)

3. *Foreground interest* merupakan komposisi foto dengan objek utama berjarak dekat dan terlihat besar dan objek pendukung di belakangnya.

Perancangan Informasi Kawasan..., Richard Sukhita Mintanto, FSD UMN, 2017

Gambar 2.38 *Foreground Interest*

(http://www.outdoorexposurephoto.com/photoblog/digital-photography-tips/73/, 2008)

4. *Color* adalah komposisi foto dengan warna-warna cerah untuk mendapatkan keindahan objek.

Gambar 2.39 *Color*

(http://121clicks.com/inspirations/feel-the-yellow-vibrant-examples-of-color-yellow-in-photography, 2012)

5. *Depth of field* merupakan komposisi foto dengan bermain pada titik fokus.

Gambar 2.40 *Depth of Field*

(https://digital-photography-school.com/an-exercise-for-you-to-practice-depth-of-field-without-going-outside/, n.d.)

6. *Radical crops* merupakan komposisi dengan objek seolah-olah ingin memasuki frame.

Gambar 2.41 *Radial Crops*

(http://121clicks.com/inspirations/have-a-cup-of-coffee-delicious-photographs, 2011)

2.11.2 *Fixed Lens/Macro Lens*

Fixed lens/macro lens merupakan jenis lensa yang tidak memiliki kemampuan untuk *zooming*. Jarak fokusnya berkisar antara 50mm-300mm. Semakin panjang jarak

Perancangan Informasi Kawasan..., Richard Sukhita Mintanto, FSD UMN, 2017

fokusnya, maka fotografer harus mengambil foto dari jarak yang lebih jauh dari objek. Meskipun *fixed lens* memiliki kelebihan estetis untuk pengambilan foto objek dengan jarak dekat, namun perlu dipertimbangkan kesesuaian lensa dengan kebutuhan fotografer (Rutter, 2007, hlm. 34-35). Foto yang dihasilkan dengan *fixed lens* mirip dengan contoh komposisi *depth of field* namun objek di sekitar objek utama bisa lebih *blur* dibanding menggunakan lensa biasa.

2.11.3 Jenis Fotografi

Secara teori, terdapat banyak jenis fotografi berdasar objek dan teknik pengambilan gambarnya. Paulina (2014) dalam jurnalnya menuliskan ada sebanyak 11 jenis fotografi yang populer (hlm. 1238-1244) :

1. *Jurnalistic Photography*, merupakan foto yang diambil ketika meliput sebuah kejadian atau tragedi dan biasanya digunakan untuk penyampaian berita.
2. *Still Life Photography*, merupakan foto objek mati dengan menonjolkan sisi artistiknya dengan menambahkan cahaya, hiasan, atau lensa khusus.
3. *Portrait Photography*, merupakan foto dengan objek wajah orang yang menunjukkan emosi tertentu si objek.
4. *Commercial Photography*, merupakan foto dengan objek produk yang hendak dijual untuk keperluan promosi.
5. *Wedding Photography*, merupakan foto untuk kepentingan pernikahan. Biasanya diambil pada saat sebelum pernikahan (*pre-wedding*).

Perancangan Informasi Kawasan..., Richard Sukhita Mintanto, FSD UMN, 2017

6. *Fashion Photography*, merupakan foto dengan objek orang dengan memakai *fashion* tertentu. Tidak hanya pakaian, tas, dan sepatu, biasanya *make-up* model juga dibutuhkan untuk *fashion photography*.
7. *Food Photography*, merupakan foto dengan objek makanan dan minuman. Jenis foto ini bisa masuk dalam *still life* maupun *commercial photography* tergantung keperluannya.
8. *Fine Art Photography*, merupakan foto dengan objek yang diatur sedemikian rupa sehingga memiliki makna dalam tersendiri. Jenis foto ini identik dengan objektivitas fotografer, di mana interpretasi foto terkadang tidak sesuai dengan apa yang diinginkan fotografer.
9. *Landscape Photography*, merupaka foto dengan objek alam dan pemandangan yang luas.
10. *Wildlife Photography*, merupakan foto dengan objek hewan-hewan liat yang ada di alam. Pengambilan foto ini biasa membutuhkan waktu dan kesabaran si fotografer.
11. *Macro Photography*, merupakan foto dengan fokus objek yang relatif kecil dan dengan jarak yang sangat dekat. Biasanya menggunakan lensa tertentu sehingga bagian latar foto terlihat *blur*.

2.11.4 Food Photography

Seperti dijelaskan di atas, *food photography* merupakan salah satu jenis foto dengan objek makanan (dan minuman). Fotografi makanan harus menonjolkan keunikan sebuah makanan dan mampu mengundang selera orang lain yang melihatnya. IDSEducation.com, sebuah situs sekolah desain internasional di Jakarta, menuliskan 7 buah faktor yang mempengaruhi hasil foto makanan agar maksimal :

Perancangan Informasi Kawasan..., Richard Sukhita Mintanto, FSD UMN, 2017

1. Membersihkan *background* diperlukan agar makanan yang akan difoto menjadi menonjol. Membersihkan *background* bukan berarti menyisakan makanan itu sendiri, melainkan menyingkirkan objek yang tidak diperlukan dan bisa juga menambah objek yang sesuai dengan konsep.
2. Makanan dapat dipercantik dengan menambahkan objek lain di sekitarnya (sendok dan garpu, kain, taburan rempah, dan lain-lain).
3. Pencahayaan yang baik adalah pencahayaan alami. Meski begitu, *expert food photographer* biasanya akan tetap menggunakan pencahayaan tambahan yang lebih rumit agar hasilnya lebih maksimal dan menjual.
4. Komposisi *close-up* atau makro merupakan salah satu teknik umum untuk menghasilkan foto makanan yang menggiurkan.
5. Teknik foto makanan *flat lay* (di mana makanan difoto dari atas dan dikomposisikan dengan objek-objek lain) menjadi teknik yang populer meskipun cukup sulit karena butuh waktu untuk penataannya. Namun yang pengambilan foto dari sisi samping juga bisa jadi tidak kalah menarik.

Perancangan Informasi Kawasan..., Richard Sukhita Mintanto, FSD UMN, 2017

Gambar 2.42 *Flatlay Food Photography*

(http://www.hypop.com.au/blog/flat-lay-photography-lighting-essentials/, 2016)

6. Pengambilan foto secara vertical atau horizontal menjadi pilihan bebas bagi fotografer. Namun sebaiknya ketika mengambil foto mencoba keduanya agar tahu mana yang lebih cocok.

7. *Editing* foto menjadi hal wajib bagi fotografer makanan untuk menaikkan kecerahan foto, menonjolkan warna, *cropping*, dan lain-lain.

Perancangan Informasi Kawasan..., Richard Sukhita Mintanto, FSD UMN, 2017