



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. Parenting

Menurut Feldman (2009), pola asuh anak memiliki peranan besar dalam pembangunan kompetensi sosial anak (hlm. 347). Pendidikan karakter merupakan hal penting dalam membangun kepribadian anak. Pakar Psikologi Perkembangan Thomas Lickona dalam buku Soedarmanta (2014) menyatakan bahwa dalam penanaman nilai karakter, diperlukan aspek kognitif, perasaan, serta tindakan (hlm. 80).

2.1.1. Perkembangan Kognitif Anak

Perkembangan kognitif menurut Feldman (2009) merupakan proses anak dalam memahami hal serta fenomena yang terjadi seiring dengan tahapan umur dan pengalamannya. Feldman menyatakan hingga kini, teori perkembangan kognitif anak yang digunakan secara global mengacu pada teori perkembangan yang dikemukakan psikologi Swiss bernama Jean Piaget. Piaget dalam Feldman (2009) membagi perkembangan kognitif anak menjadi empat tahap.

Anak pada tahap usia kelahiran bayi hingga dua tahun berada pada tahap sensoris, mulai mempelajari segala sesuatu yang dihadapkan langsung dengan dirinya (interaksi langsung). Contoh tindakan yang dapat dipahami oleh tahap ini adalah sentuhan, getaran, suara, mengunyah. Pada tahap ini secara bertahap anak mulai mempelajari *object permanence*, bahwa objek yang hilang dari sudut mata

(pandangannya) masih eksis (masih ada). Usia ini belum memahami simbol, bahasa, atau representasi lainnya.

Usia dua sampai tujuh tahun berada dalam fase *Preoperational*. Dalam tahap ini anak mengalami perkembangan signifikan yakni dapat menggunakan bahasa. Anak juga menggunakan cara tersendiri untuk merepresentasikan orang, benda, serta perasaan. Maka anak pada umur ini bermain *play pretend*, misal mendorong buku di atas meja dan menganggapnya sebagai mobil. Anak juga dapat bermain dengan berpura-pura berperan sebagai dokter, hal ini disebabkan imajinasi yang tinggi.

Fase *preoperational* ini juga berpikir dengan sudut pandang egosentris. Pada pemahaman ini anak memandang dunia dari sudut pandang dirinya sendiri. Pemikiran egosentris ini dapat dilihat pada permainan menutup wajah anak. Anak fase ini berpikir bahwa bila dia tidak melihat orang lain dengan menutup wajahnya sendiri, maka orang lain juga tidak bisa melihat dirinya. Hal ini disebabkan pemikiran bahwa pandangan mata dirinya dan orang lain adalah sama.

Usia tujuh sampai dua belas tahun disebut fase *Concrete Operational*. Pada fase ini anak sudah berpikir secara logika, tidak lagi memegang konsep egosentris. Anak *concrete operasional* sudah paham konsep *reversibility*, yakni suatu objek yang mengalami perubahan dapat dikembalikan seperti kondisi sebelumnya bila ia membalik tindakannya. Namun dalam memahami sesuatu, anak tetap perlu contoh konkret, belum terlalu memahami konsep nilai abstrak.

Anak pada usia ini juga masih mengalami kebingungan bila dihadapkan dengan ukuran besar kecil dalam penyajian minuman/benda cair.

Dua belas tahun hingga dewasa merupakan fase *Formal Operational*. Pada fase ini, seseorang telah mampu memahami konsep abstrak, berpikir dengan logika dan mampu mempelajari hal secara sistematis (hlm. 350-353).

2.1.2. Perkembangan Psikososial Anak

Ilmu Psikososial menurut Feldman (2009) adalah ilmu yang mempelajari perkembangan manusia dalam berinteraksi serta memahami satu sama lain dalam interaksi lainnya, serta perannya dalam lingkup sosial. Erikson dalam Feldman (2009) membagi tahap psikososial manusia dalam delapan tahap. Tahapan tersebut adalah *trust vs mistrust*, *autonomy vs shame and doubt*, *initiative vs guilt*, *industry vs inferiority*, *identity vs role-confusion*, *intimacy vs isolation*, *generativity vs stagnation*, dan *ego integrity vs despair*. Empat fase pertama berlangsung pada masa kanak-kanak (hingga usia 12 tahun).

Fase *trust vs mistrust* dialami oleh bayi hingga berusia satu setengah tahun. Pada fase ini, kebutuhan fisik serta psikologi dan interaksinya dengan dunia yang baik harus dapat terpenuhi. Dengan terpenuhinya kebutuhan-kebutuhan tersebut, maka ia memperoleh rasa aman yang dapat menunjang kebutuhan untuk tahap selanjutnya. Bila kebutuhan pada fase ini tidak terpenuhi, rasa aman menghilang sehingga ia berkembang menjadi anak yang penakut.

Fase *autonomy vs shame and doubt* berlangsung pada usia satu setengah tahun hingga tiga tahun. Bila anak pada usia ini dibiarkan mengeksplorasi lingkungan sekitarnya, maka ia akan tumbuh menjadi anak yang memiliki rasa

percaya diri dan mandiri. Sebaliknya, bila anak pada fase ini mendapatkan perlindungan berlebihan serta peraturan yang terlalu ketat, maka anak menjadi tidak mandiri, rasa percaya diri yang hilang.

Initiative vs guilt merupakan fase pada usia tiga sampai enam tahun. Pada fase ini anak belajar untuk menentukan keputusan sendiri atas masalahnya (*initiative*), dan menyesali konsekuensi yang tidak diharapkannya (*guilt*). Anak perlu didukung agar ia mengeksplorasi cara menyelesaikan masalahnya.

Fase *industry vs inferiority* terjadi pada usia enam hingga dua belas tahun. Anak pada fase ini dibutuhkan untuk menjadi kompeten baik dalam akademis maupun interaksi sosialnya. Sebaliknya bila tidak terpenuhi maka akan timbul perasaan gagal dan lemah dalam interaksi sosial (hlm. 349-350).

2.1.3. Emosi

Emosi menurut Feldman (2009) merupakan perasaan dengan melibatkan proses kerja tubuh serta elemen kognitif dalam tingkah laku. Beberapa pakar psikologi (Frederickson & Branigan, 2005; Frijda, 2005; Gross, 2006; Siemer, Mauss, & Gross, 2007) dalam Feldman (2009) memaparkan fungsi penting dari emosi. Fungsi penting tersebut di antaranya untuk menjembatani tindakan dengan kondisi yang ada. Fungsi kedua adalah untuk membentuk sikap di kemudian hari (menghindarkan dari kejadian buruk yang sama di kemudian hari atau sebaliknya bila kejadian/kondisi baik). Fungsi ketiga emosi adalah untuk membantu orang memahami dengan lebih baik dalam interaksi sosial (hlm. 314). Kemampuan untuk memahami orang lain menurut Gardner dalam de Silva (2017) disebut sebagai kecerdasan interpersonal (hlm. 3).

Ekman & Frierson dalam de Silva (2017) mengatakan bahwa ada enam emosi yang dapat digolongkan ke dalam emosi dasar. Enam emosi tersebut yakni *anger* (marah), *disgust* (jijik), *joy* (bahagia), *sadness* (sedih), *fear* (takut), *surprised* (terkejut). Emosi-emosi tersebut digolongkan ke dalam emosi primer karena dapat tampak serta diamati perubahan emosinya pada tubuh dan wajah (hlm. 8).

Menurut Feldman (2009), ada beberapa pakar psikologi yang membagi klasifikasi emosi menjadi emosi positif dan negatif. Kemudian membaginya dalam struktur hirarki emosi primer. Selanjutnya dibagi kembali menjadi emosi yang lebih spesifik; subkategori yang lebih sempit (hlm. 314). Juga didukung oleh Ekman sebagaimana yang dikutip oleh de Silva (2017) memandang *guilt*, *envy*, dan *jealousy* sebagai emosi kognitif yang lebih tinggi (spesifik), tidak dapat digolongkan dalam emosi primer (hlm. 7).

2.1.3.1. Iri Hati

De Silva (2014) menggolongkan iri hati ke dalam salah satu subkategori emosi negatif yang berelasi dengan *anger* atau kemarahan (hlm. 1-2).

Dalam Bahasa Inggris, yakni *envy* dan *jealousy*. Perbedaan emosi *envy* serta *jealousy* dijelaskan oleh Tov-Ruach dalam de Silva (2014). *Jealousy*

(cemburu) adalah emosi seseorang yang timbul akibat rasa takut kehilangan hubungan personal penting dikarenakan orang lain. Sedangkan *envy* adalah rasa iri yang dialami seseorang atas sesuatu yang dimiliki oleh orang lain namun tidak dimiliki dirinya.

Tradisi Buddhis Tibetan sebagaimana yang dikutip dalam De Silva (2014) meyakini terdapat lima emosi yang perlu dikurangi, yakni *hatred* (kebencian), *desire* (nafsu keinginan), *confusion* (keraguan), *pride* (kesombongan), dan *jealousy* (cemburu/iri). *Jealousy* pada konteks ini bermakna ketidakmampuan seseorang untuk turut senang pada kebahagiaan orang lain. Definisi ini cenderung sama dengan definisi *envy* (iri). Istilah Buddhis secara umum menyebut iri sebagai *issā*, yang mencakup *envy* dan *jealousy*.

Analisa Buddhis mengenai *jealousy* dipandang De Silva sejalan dengan teori yang dikemukakan Freud, interpretasi Neu dan Ruach, serta analisis Ernest Jones. Analisis tersebut memaparkan tiga elemen dalam pembentukan rasa *jealousy*, yakni ketakutan akan kehilangan orang tersayang, benci dengan rivalnya, serta melukai harga diri sendiri. Khusus dalam analisa Buddhis, terdapat percampuran emosi antara takut, marah, cinta, kesedihan, kesombongan.

De Silva (2014) menyatakan bahwa orang yang mengalami *envy* seringkali tidak menyadari bahwa dirinya sedang merasa iri dan merasa kesal atas sesuatu yang tidak bisa dimilikinya. Karena itu, *envy* merupakan emosi yang merusak diri dan menurunkan kepercayaan diri (hlm. 80). Menurut Salovey (1991), emosi *envy* dapat dibedakan menjadi enam emosi turunan, yang dapat dikatakan sebagai proses pengembangan rasa iri. Enam emosi turunan dari *envy* adalah *longing*, *inferiority*, *agent-focused resentment*, *global resentment*, *guilt*, *admiration*. Seseorang yang

mengalami rasa iri dapat merasakan lebih dari satu jenis emosi turunan *envy*. Hanya bila seseorang menyadari bahwa rasa iri yang ia alami merupakan hal yang keliru dan menyengsarakan, barulah ia mengalami *guilt* (menyesal), yang kemudian berubah menjadi *admiration*.

Tabel 2.1. Pengalaman Emosional yang Terjadi pada Emosi *Envy*

No.	Pengalaman Emosional	Penjelasan
1	<i>Longing</i>	Menginginkan objek milik orang lain, menjadi frustrasi akan keinginannya
2	<i>Inferiority</i>	Sedih karena merasa diri lebih rendah dari orang yang menjadi objek iri, putus asa mengejar posisi orang tersebut.
3	<i>Agent-focused resentment</i>	Benci terhadap orang atau grup tertentu, tidak senang akan kekuasaan mereka
4	<i>Global resentment</i>	Kebencian atas ketidakadilan situasi
5	<i>Guilt</i>	Merasa bersalah atas keinginan jahat (orang iri yang tersadarkan)
6	<i>Admiration</i>	Takjub

2.2. *Muditā*

Muditā, merupakan salah satu dari empat sifat Brahnavihara (sifat luhur) Buddhisme, menggunakan Bahasa Pali (De Silva, 2014). Empat sifat tersebut di antaranya *mettā* (*loving kindness*), *karunā* (*compassion*), *muditā* (*sympathetic joy*), dan *upekkhā* (*equanimity*) (hlm. 99). Umumnya *muditā* diterjemahkan sebagai *Sympathetic Joy*. Dalam konteks ini kata simpati tidak hanya bermakna

ikut merasakan perasaan orang lain, empati, serta iba, namun juga bermaksud sebagai kemampuan untuk merespon sesuatu yang dialami oleh orang lain, baik maupun buruk kejadian tersebut (Pa-Auk Sayadaw, 2017). Beberapa terjemahan yang juga sering digunakan untuk menyebut *muditā* adalah *altruistic joy*, *appreciate joy*, *empathetic joy* (hlm. 374). Adapun Monteiro menyebut *muditā* sebagai *unselfish joy* (seperti dikutip dalam Shonin, Gordon, & Singh, 2015, hlm. 204).

Penerapan *muditā* merupakan sebagai antidot; efektif menenangkan amarah yang disebabkan oleh rasa *envy* dan *jealousy* (De Silva, 2014). *Muditā* dapat digolongkan sebagai emosi positif. De Silva menambahkan bahwa penggunaan emosi positif seperti *muditā* lebih efektif menghadapi emosi negatif ketimbang menggunakan alasan logis serta rasionalitas. Menurutnya, *muditā* bukanlah sebuah emosi yang mudah untuk dipraktikkan, namun sangat bermanfaat (hlm. 100).

Sejalan dengan pandangan Monteiro, Bommarito (2018) mengatakan akan mudah untuk turut merasa senang dalam kebahagiaan orang lain bila hal baik tersebut hal baik tersebut juga memiliki benefit pada diri sendiri. Perasaan tersebut dilandasi motivasi *self-centered*, namun *muditā* bukan demikian. Contoh tindakan turut bahagia atas kebahagiaan orang lain yang bukan merupakan *muditā* adalah sebagai berikut:

1. Misalnya, seorang kontraktor yang turut senang atas terpilihnya kerabat menjadi pemimpin daerah. Namun, di balik rasa senang tersebut, kontraktor

tersebut berharap kerabatnya sebagai pemimpin kelak akan mempercayakan pekerjaan kontrak pembangunan daerah pada dirinya.

2. Atau contoh lainnya seorang ibu yang senang atas prestasi akademis anaknya. Bila ibu tersebut bukan dengan tulus senang karena anaknya berhasil, melainkan karena ia dapat menyombongkan hasil didikannya kepada teman, keluarga, atau komunitas (secara sosial dirinya menjadi meningkat), maka tidak tergolong sebagai tindakan berlandaskan *muditā*.

Untuk mengembangkan perasaan *muditā*, Buddhagosa seorang filsuf India (dalam De Silva, 2014) merekomendasikan untuk memulainya dari teman, kemudian kepada orang yang dipandang netral (sekadar kenal), hingga musuh. *Muditā* tidak dikembangkan bermula dari orang-orang terdekat karena adanya rasa saling peduli satu sama lain dalam lingkup tersebut. Dalam mengembangkan *muditā*, sedapat mungkin mengurangi keegoisan; mengurangi keinginan untuk mementingkan diri sendiri (Bommarito, 2018). Sehingga rasa turut senang yang dialami merupakan rasa yang tulus ditujukan untuk orang yang bersangkutan. Maka sebab itu *muditā* dapat menjadi antidot dari rasa *envy* dan *jealousy*.

Menurut Monteiro dan Musten (dalam Shonin, Gordon, & Singh, 2015, hlm. 204), seseorang harus memiliki kapasitas untuk mengenal kebahagiaan dalam diri sendiri terlebih dahulu. Dengan demikian, kebahagiaan bergema dan diri menjadi paham akan rasa bahagia yang dirasakan orang lain. Paham bahwa momen tersebut adalah sesuatu yang menyenangkan dan getarannya dapat dirasakan diri, tanpa memandang apakah orang tersebut memiliki hubungan dekat maupun tidak.

2.3. Desain

Landa (2011) menyatakan bahwa desain grafis adalah upaya penyampaian pesan dengan memadukan elemen visual dengan menggunakan prinsip desain melalui proses kreatif. Desain grafis dapat berfungsi secara persuasif, informatif. Desain grafis juga dapat berfungsi memberi identitas, memotivasi, meningkatkan performa *brand*, dan menciptakan sistem komunikasi visual secara terorganisir. Solusi penyelesaian desain dapat dibagi dalam beberapa kategori desain. Kategori tersebut sebagai berikut: *Advertisement, Branding, Identity Design, Environmental Design, Information Design, Interactive Design, Motion Graphic, Package Design, Promotional Design, Publication Design, Typographical Design, Lettering*, dan *Mass Media* (hlm. 2-8).

2.3.1. Elemen Desain

Elemen desain dua dimensi menurut Landa (2011) adalah garis, bentuk, warna, dan tekstur.

2.3.1.1. Garis

Garis merupakan salah satu elemen desain yang tersusun dari titik. Titik merupakan unit terkecil dari sebuah garis. Besaran yang digunakan untuk mengukur garis adalah panjang. Garis tergolong dalam elemen desain karena dapat berperan banyak dalam komposisi desain. Garis dapat memiliki arah serta kualitas tertentu, dapat memberi arahan pada mata *audience* dengan rupa garis lurus maupun kurva. Sedangkan kualitas garis tampak pada tebal-tipisnya garis tersebut.



Gambar 2.1. Kualitas Garis
(Landa, 2010)

Garis dapat dikategorikan sebagai berikut:

- a. *Solid Line*: garis sebagai sebuah tanda pada permukaan.
- b. *Implied Line*: garis terpisah yang dilihat sebagai garis yang bersambung
- c. *Edges*: garis batas sebagai titik temu garis yang membentuk bidang.
- d. *Line of Vision*: garis astral sebagai arah baca mata dengan mengikuti alur komposisi, disebut juga sebagai *directional line*.

Sedangkan fungsi garis adalah sebagai berikut:

1. Menegaskan bentuk, tepian, menciptakan *image*, membentuk huruf dan pola.
2. Memberi batas serta memperjelas area.
3. Turut berperan mengatur komposisi visual.
4. Membantu membuat *line of vision* (arah baca mata)
5. Menunjukkan ekspresi
6. Membantu sebagai penjelas objek dalam desain poster

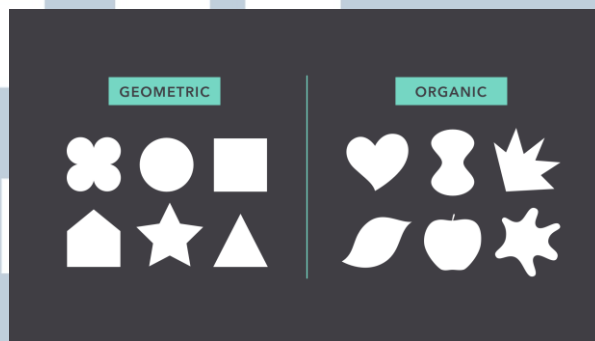
2.3.1.2. Bidang

Bidang merupakan area dua dimensi yang dibentuk oleh garis (*outline*, *contours*), atau oleh warna, maupun tekstur. Besaran yang dapat digunakan untuk mengukur bidang adalah lebar dan tinggi. Bidang-bidang yang ada merupakan pengembangan yang berasal dari tiga dasar penggambaran bidang, yakni persegi, segitiga, dan lingkaran. Tiga penggambaran bidang ini memiliki bentuk tiga dimensi, yakni kubus, piramida, serta bola.

Berikut merupakan macam-macam bidang:

- a. *Geometric Shape* adalah bidang yang terdiri dari tepian lurus, sudut yang terukur, terkesan lebih kaku.
- b. *Organic, Biomorphic*, atau *Curvilinear Shape* memiliki kesan yang lebih natural, lebih santai.
- c. *Rectilinear Shape* terdiri dari garis-garis atau sudut yang lurus.
- d. *Irregular Shape* adalah bidang yang merupakan kombinasi dari garis lurus dan lengkung.
- e. *Accidental Shape* adalah bidang yang terbentuk dari hasil proses atau bahan yang tidak disengaja.
- f. *Nonobjective* atau *Nonrepresentational Shape* adalah bidang yang terbentuk secara murni tanpa pengembangan dari objek lainnya.

- g. *Abstract Shape* merupakan bidang yang mengalami rekonstruksi dengan distorsi yang digunakan baik untuk seni maupun komunikasi.
- h. *Representational Shape* adalah bidang yang dikenali menyerupai objek yang nyata di lingkungan sekitar.



Gambar 2.2. Bidang Geometris dan Organik

(<https://edu.gcfglobal.org/en/beginning-graphic-design/fundamentals-of-design/print/> , 2017)

2.3.1.3. Warna

Warna merupakan uraian dari energi cahaya. Warna hanya dapat dilihat dengan adanya cahaya. Warna menurut sumbrnya dapat dibedakan menjadi dua, warna reflektif (atau warna substraktif) dan warna digital. Pada warna reflektif, sebuah objek yang tersinari cahaya menyerap cahaya tersebut. Cahaya yang tidak terserap kemudian terpantulkan menjadi warna yang dapat dilihat dengan mata. Cahaya warna yang terpantul bergantung pada pigmen yang terkandung dalam susbstansi objek tersebut. Sedangkan warna digital adalah warna yang menggunakan energi cahaya, bukanlah cahaya yang dipantulkan.

1. Penamaan Warna

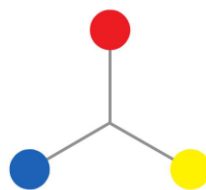
Hue merupakan nama warna murni, *value* adalah tingkat terang-gelapnya warna. *Saturation* merupakan cerah-kusamnya warna. Dan pada *hue*, warna juga dapat dilihat temperaturnya. Warna hangat biasa diasosiasikan dengan merah, oranye, dan kuning. Sedangkan warna dingin diasosiasikan dengan warna biru, hijau, dan ungu.



Gambar 2.3. *Hue Color Wheel*

(<https://ifactory.com.au/news/colour-basics-hues-tints-tones-and-shades>, 2017)

Warna dasar disebut juga warna primer. Pada warna digital, merah, hijau, dan biru merupakan warna dasar yang bila digabungkan akan menjadi putih (biasa disebut RGB; *red, green, blue*). Sedangkan pada warna substraktif, warna primernya terdiri dari biru, merah, dan kuning. Disebut warna primer karena tidak berasal dari pencampuran dengan warna lainnya, namun pencampuran warna primer satu sama lain dapat menghasilkan warna baru.



Gambar 2.4. Warna Primer Substraktif

(Sutton & Whelan, 2017)

2. Psikologi Warna

Menurut Sutton dan Whelan (2004), mata manusia memiliki reaksi yang berbeda-beda terhadap setiap warnanya. Warna panas seperti merah, oranye, dan kuning memiliki gelombang warna yang lebih panjang sehingga membutuhkan energi lebih untuk melihatnya. Hal ini yang membuat warna-warna tersebut terlihat seperti menyala bagi mata. Warna panas turut menstimulasi kinerja otak, detak jantung, hingga nafas. Sedangkan warna dingin adalah kebalikannya. Dan efek pada tubuh manusia dapat menenangkan serta memperlambat metabolisme tubuh.



Gambar 2.5. Warna Hangat/Panas
(Sutton & Whelan, 2004)



Gambar 2.6. Warna Dingin
(Sutton & Whelan, 2004)

a. Merah

- 1.) Meningkatkan detak jantung,
- 2.) Meningkatkan kinerja kelenjar saliva, sehingga timbul rasa lapar.
- 3.) Memberi kesan kuat akan kemampuan menyelesaikan sesuatu.

- 4.) Termudah menarik perhatian dibandingkan objek lainnya.
- 5.) Sulit dipandang dari jarak sangat jauh.
- 6.) Merah juga merupakan warna yang paling mudah diingat.
- 7.) Warna merah juga memancing penarikan keputusan yang cepat, seperti dalam berbelanja.
- 8.) Wanita yang berpakaian merah dapat memberi kesan ekstrovert dan menggoda.
- 9.) Di China, warna merah juga dipandang mampu mengusir energi buruk.

b. Kuning

- 1.) Mentransmisikan perasaan optimis, kebahagiaan, dan spontanitas.
- 2.) Kuning juga menyimbolkan kebijaksanaan, intelektual, dan imajinasi. Hal ini disebabkan kuning membantu seseorang berpikir jernih.
- 3.) Kuning juga tergolong sebagai warna yang mudah diingat
- 4.) Birren (dalam Sutton dan Whelan, 2004) mengatakan bahwa penggunaan latar kuning dengan huruf hitam merupakan pemilihan warna yang efektif diingat *audience*.
- 5.) Paparan kuning dalam waktu yang berlebihan menimbulkan kecemasan dan masalah mental, maka disarankan menggunakan warna kuning yang lebih pucat untuk kebutuhan sosialisasi.

6.) Kuning emas menyimbolkan kekayaan.

c. Oranye

- 1.) Merupakan penggabungan sifat warna merah dan kuning.
- 2.) Bersifat ramah, ceria, segar, dan menantang.
- 3.) Lebih ringan dilihat bagi mata.
- 4.) Mudah terlihat, sehingga ideal digunakan untuk menarik perhatian ataupun tanda peringatan.
- 5.) Orang yang mengenakan oranye dipandang kreatif, memiliki semangat tinggi, dapat menjadi teman yang baik, namun juga dipandang kurang bertanggungjawab.

d. Hijau

- 1.) Menyimbolkan kehidupan serta pertumbuhan.
- 2.) Warna yang ringan dilihat mata.
- 3.) Hijau muda merupakan warna yang paling menenangkan dalam semua spektrum.
- 4.) Hijau tua menyimbolkan stabilitas dan perkembangan.
- 5.) Menyimbolkan rasa aman.
- 6.) Orang yang mengenakan hijau dipandang baik, dapat diandalkan, serta murah hati.
- 7.) Pada produk, hijau menyiratkan kesehatan, ramah lingkungan, dan natural.
- 8.) Warna hijau *pea green* juga terasosiasi sifat buruk, yakni iri, serta adapun *chartreuse* merupakan warna paling memuakkan.

e. Biru

- 1.) Menatap biru dapat membantu mengistirahatkan detak jantung dan menurunkan tekanan darah.
- 2.) Merupakan warna yang paling disukai
- 3.) Membuat sebuah tempat terasa lebih lebar
- 4.) Berada pada ruangan berwarna biru turut meningkatkan produktifitas kerja.
- 5.) Membuat waktu terasa melambat
- 6.) Menyimbolkan rasa perdamaian, loyal, serta biru yang lebih dalam menyimbolkan penghargaan; kemewahan.
- 7.) Orang yang memakai warna biru cenderung dipandang ramah dan menyenangkan.

f. Ungu

- 1.) Diasosiasikan dengan kekayaan, kehormatan, bersifat mewah, serta sensual.
- 2.) Ungu *Deep plum* menyiratkan kesan misterius dan spiritualitas.
- 3.) Ungu *violet* dan *lavender* bersifat romatis dan membangkitkan nostalgia.
- 4.) Orang yang berada dalam ruangan berwarna cenderung menjadi kurang produktif karena warna ungu mendorong orang untuk melamun serta memudahkan orang untuk tidur.

g. Pink

- 1.) Warna terpasif, meredakan agresi

2.) Warna yang feminin, terasosiasi dengan *parenting* dan kasih sayang.

3.) Pink juga menenangkan, membantu orang untuk menjadi pribadi yang lebih ikhlas. Selain itu membantu pencernaan bekerja lebih baik.

4.) *Shocking pink* menyiratkan semangat dan trendi.

h. Cokelat

1.) Memberi rasa nyaman, terasosiasi dengan Bumi, pohon, dan rumah.

2.) Dalam pakaian memberi kesan umum serta netral yang hangat, sehingga terlihat tulus, tidak sombong.

3.) Warna yang bersifat maskulin.

4.) Pada produk berkemasan kertas cokelat, warna ini memberi kesan natural.

i. Abu-abu

1.) Melambangkan sifat netral, formal, cuek, otoritas yang konservatif.

2.) Bersifat netral namun dapat juga berkesan dingin sehingga tampak asing, jauh, dan kesan sedih.

3.) Melambangkan kedewasaan serta kebijaksanaan.

4.) Abu-abu merupakan warna dingin dan menenangkan untuk dipakai dalam interior, namun tidak mendorong adanya obrolan yang hangat.

j. Putih

- 1.) Merupakan warna netral yang cenderung dingin, karena terasosiasi dengan warna salju.
- 2.) Melambangkan kesucian dan kebaikan.
- 3.) Bendera putih merupakan tanda menyerah.
- 4.) Putih juga terasosiasi dengan produk susu, produk rendah lemak.

k. Hitam

- 1.) Warna paling berwibawa, namun pemakaian berlebih dapat menampilkan kesan agresif.
- 2.) Dapat digunakan untuk kebutuhan formal, terkesan serius, dan konservatif.
- 3.) Hitam cenderung lebih berat dari warna lainnya.

3. Tren Warna

Hal-hal yang mempengaruhi trend warna adalah tren gaya hidup, budaya, politik, serta dampak ekonomi.

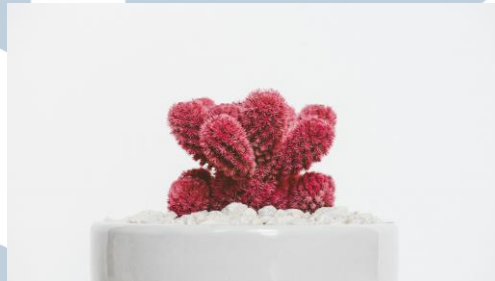
4. Warna dan usia

Konsumer muda cenderung bersifat lebih optimis, sehingga dalam pembelian barang dengan angka yang besar, mereka memilih warna-warna yang berani. Sedangkan generasi *baby boomer* masih memiliki keinginan untuk mengikuti tren, generasi X lebih menyukai sesuatu yang bersifat tradisional. Lansia akan memilih warna yang cenderung lebih bersih dan cerah karena menuanya usia menyebabkan mereka

juga kesulitan untuk memilih warna di antara banyak pilihan (hlm. (155-175).

2.3.1.4. Tekstur

Tekstur merupakan representasi secara visual dari suatu permukaan, yang terkait dengan perabaan. Tekstur dapat dibedakan menjadi dua, yakni tekstur taktil dan tekstur visual. Tekstur taktil disebut juga tekstur nyata, yang dapat diraba. Sedangkan tekstur visual merupakan ilusi dari tekstur yang ada di realita. Ilusi tersebut dapat berupa foto atau hasil *scan* tekstur, maupun hasil rekayasa tangan. Tekstur taktil memberi kesan nyata yang hidup.



Gambar 2.7. Tekstur Nyata

(<https://edu.gcfglobal.org/en/beginning-graphic-design/fundamentals-of-design/print/> , 2017)



Gambar 2.8. Tekstur Visual

(<https://edu.gcfglobal.org/en/beginning-graphic-design/fundamentals-of-design/print/> , 2017)

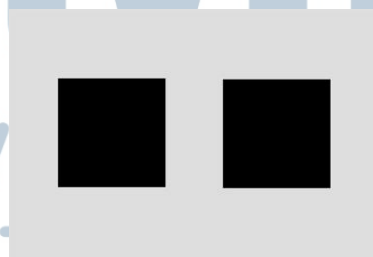
Pattern atau pola merupakan elemen yang berulang dalam sebuah area secara konsisten. Pada dasarnya, sebuah pola dapat terbentuk dari titik, garis, dan *grid*. Dan sebuah pola dengan elemen yang berdasar pada garis disebut strip.

2.3.2. Prinsip Desain

Prinsip desain diperlukan dalam penyusunan elemen desain. Antara satu prinsip dengan prinsip desain lainnya saling bergantung sehingga mampu menyusun karya visual yang baik.

2.3.2.1. Keseimbangan

Keseimbangan merupakan prinsip desain yang memungkinkan adanya komposisi yang stabil dengan persebaran bobot pada masing-masing elemen di sumbu pusat area desain. Dengan prinsip ini dapat membantu tercapainya harmoni pada karya desain, dibantu dengan prinsip desain lainnya. Keseimbangan, dapat dibedakan menjadi beberapa, yakni simetris, asimetris, dan radial. Keseimbangan simetris didapat dengan meletakkan dua elemen dengan bobot yang sejenis dengan komposisi reflektif seperti objek pada kaca (kaca di sumbu tengah).



Gambar 2.9. Keseimbangan Simetris
(Tetali, 2017)

Sedangkan keseimbangan asimetri dicapai dengan menata komposisi dua objek dengan bobot yang berbeda tanpa reflektif. Keseimbangan radial adalah elemen-elemen yang membentuk stabilitas komposisi secara melingkar dari sebuah titik dengan repetitif.



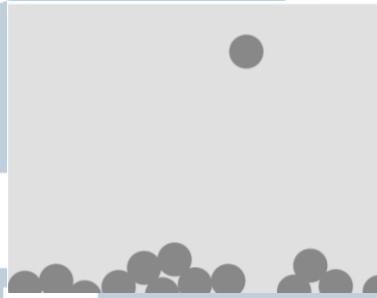
Gambar 2.10. Keseimbangan Asimetris
(Tetali, 2017)

2.3.2.2. Penekanan

Prinsip penekanan dilakukan untuk mendapat hirarki visual yang baik. Dengan demikian, pembaca mengetahui hal penting yang perlu dilihat terlebih dahulu. Dengan prinsip ini, desainer memiliki kemampuan untuk membuat suatu elemen menjadi penting dan mengesampingkan elemen lainnya. Atau desainer mampu menyusun desain sehingga timbul suatu hirarki yang urut.

1. Penekanan melalui Isolasi

Salah satu cara mencapai penekanan adalah menempatkan sebuah objek terisolasi, sehingga mendapat perhatian yang lebih. Hal ini perlu tetap ditunjang dengan elemen yang mengimbangi komposisinya.

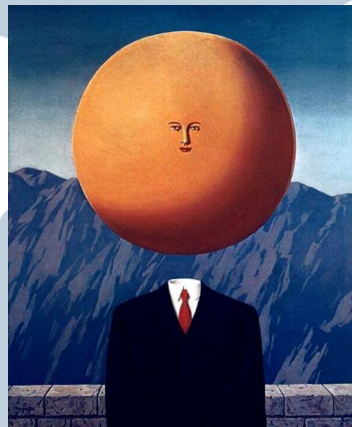


Gambar 2.11. Contoh Penekanan melalui Isolasi
(MT. Sac, 2017)

2. Penekanan Berdasarkan Penempatan

Penekanan yang dicapai dengan mengatur penempatan posisi objek pada komposisi kertas. Dengan meletakkan objek pada tempat-tempat yang mudah dipandang mata, maka objek akan mendapat penekanan.

Hal ini berkaitan dengan arah gerak mata.



Gambar 2.12. Contoh Penekanan Berdasarkan Penempatan

(<http://kimoycanmot.com/emphasis-in-art-examples/emphasis-in-art-examples-emphasis-setting-up-the-focal-point-of-your-design-interaction/>, 2017)

3. Penekanan melalui Ukuran

Dengan mengatur perbedaan ukuran objek secara signifikan dibandingkan dengan objek lain di sekitarnya, objek tersebut akan

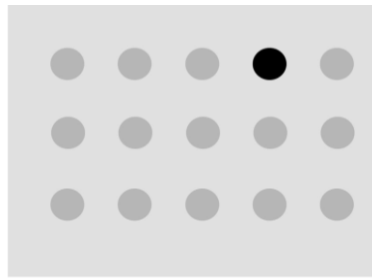
mendapatkan penekanan. Baik mengecilkan maupun memperbesar, keduanya dapat membantu objek mendapat penekanan.



Gambar 2.13. Contoh Penekanan melalui Ukuran
(MT. Sac, 2017)

4. Penekanan melalui Kontras

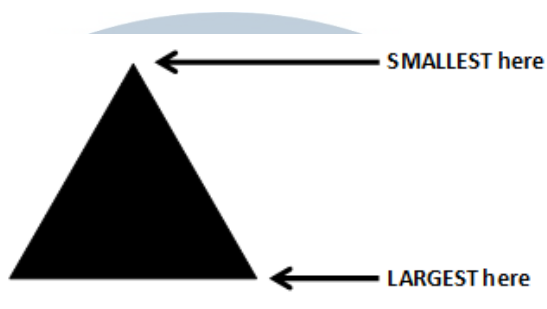
Memodifikasi sebuah objek menjadi berbeda dari objek sekitarnya dapat memberi penekanan pada objek tersebut. Kontras bisa didapat dari terang-gelapnya, cerah-kusamnya, ukuran, lokasi, bentuk, serta posisi.



Gambar 2.14. Contoh Penekanan melalui Kontras
(MT. Sac, 2017)

5. Penekanan dengan Menggunakan Arah dan Anak Panah

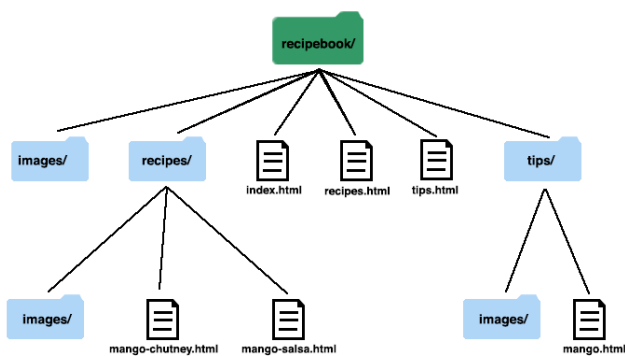
Arahan maupun anak panah dapat membantu menunjukkan objek. Mata kemudian mengikuti arah tersebut sehingga objek mendapat penekanan dari arah tersebut.



Gambar 2.15. Contoh Penekanan melalui Arah Panah
(<https://ux.stackexchange.com/questions/37564/use-up-or-down-arrow-to-represent-sort-ascending-at-table-header> , 2017)

6. Penekanan dengan Menggunakan Diagram

Dengan penggunaan diagram, seperti diagram pohon, maka objek tersusun dan memiliki hirarki visual.

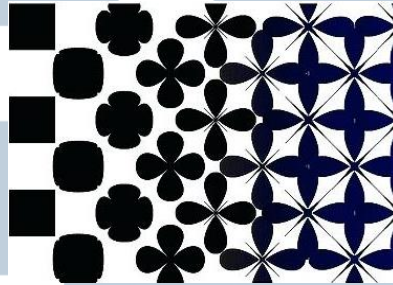


Gambar 2.16. Contoh Penekanan melalui Diagram
(<http://web.simmons.edu/~grovesd/comm244/notes/week2/relative-links-example> , 2017)

2.3.2.3. Ritme

Dalam Desain Grafis, ritma adalah pengulangan pola elemen yang memberi arahan mata pembaca dalam lembar halaman. Seperti pada musik, pola-pola yang membentuk ritma dapat dipercepat, diberi jeda, maupun diperlambat. Hal-hal yang turut berkontribusi dalam pengaturan

ritme adalah warna, tekstur, penekanan, keseimbangan, serta hubungan *figure and ground*.



Gambar 2.17. Contoh Penekanan melalui Diagram
(<http://web.simmons.edu/~grovesd/comm244/notes/week2/relative-links-example> , 2017)

2.3.2.4. *Unity*

Unity merupakan kondisi di mana elemen-elemen desain yang berbeda dapat menjadi kesatuan karya yang terpadu. *Unity* juga dapat terjalin dengan adanya bantuan prinsip desain lainnya. Dalam prinsip *unity* dikenal juga istilah *gestalt* yang berasal dari Jerman untuk menyebut bentuk. Dari istilah *gestalt* ini, dapat dilihat bahwa pikiran pembaca cenderung melihat bentuk objek-objek secara keseluruhan.

Dari prinsip ini kemudian dikenal juga hukum persepsi visual, yang membantu desainer mengatur komposisi serta menyesuaikan elemen satu dengan lainnya sehingga tampak terkoneksi, terlihat secara keseluruhan sebagai komposisi yang padu.

1. *Similarity*

Elemen-elemen dengan karakteristik yang mirip dapat terlihat secara keseluruhan sebagai kelompok objek yang utuh.

2. *Proximity*

Elemen-elemen dengan lokasi yang berdekatan dapat terlihat sebagai kelompok objek yang sama.

3. *Continuity*

Elemen-elemen yang tersusun dengan jarak yang sama terlihat seperti sebuah objek yang bersambung dari objek sebelumnya.

4. *Closure*

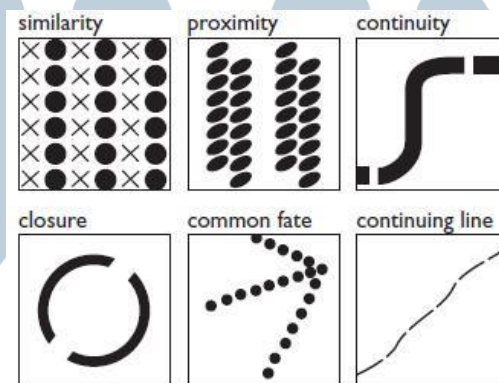
Pikiran kita dapat melihat sebuah bidang yang terdiri dari garis sudut yang tidak menyatu menjadi sebuah bidang utuh dikarenakan konsep ini.

5. *Common Fate*

Elemen-elemen yang tersusun dengan arah yang sama menjadi sebuah objek baru, satu kesatuan.

6. *Continuing Line*

Beberapa garis yang terputus dalam sebuah alur dapat terlihat sebagai sebuah garis yang panjang.



Gambar 2.18. Contoh Hukum Persepsi Visual

(Landa, 2017)

2.3.3. Tipografi

Tipografi adalah serangkaian bentuk karakter berupa huruf, angka, serta tanda baca yang dirancang secara konsisten. Tipografi secara fungsinya dapat dibedakan menjadi dua, yakni *display type* dan *text type*. *Display type* merupakan *typeface* yang dapat digunakan untuk pernyataan yang membutuhkan penekanan. Biasanya *display type* dapat digunakan untuk judul artikel (*headline*) dan sub judul (*subheadline*). Sedangkan *text type* merupakan jenis *typeface* yang dapat digunakan untuk teks bacaan utama yang lebih panjang.

2.3.3.1. Klasifikasi Huruf

- a. *Old Style*: jenis *typeface* Roman yang mulai digunakan pada abad ke-15. Penulisannya menggunakan pena berujung lebar, yang kemudian membentuk sudut. Contoh *font* dalam klasifikasi ini adalah *Caslon*, *Times New Roman*, *Garamond*.



Gambar 2.19. *Typeface* Garamond
(Velarde, 2018)

- b. *Transitional*: Huruf *serif* sebagai transisi dari huruf *Old Style* dengan *Modern*, sehingga karakteristik keduanya dapat

ditemukan dalam jenis ini. Contoh hurufnya adalah *Baskerville* dan *Century*.

Baskerville

The quick brown fox
jumps over a lazy dog

Ceg

Gambar 2.20. *Typeface* Baskerville
(Landa, 2017)

- c. *Modern*: Ditemukan pada akhir abad ke-18 dan awal abad 19, dengan karakteristik memiliki konstruksi yang berbentuk geometris, memiliki kontras tebal dan tipis huruf, *vertical stressed*. Contoh hurufnya adalah *Bodoni*, *Didot*, dan *Walbaum*.

Bodoni abc123

BODONI CLASSIC

Gambar 2.21. *Typeface* Bodoni
(Strizver, 2016)

- d. *Slab Serif*: Berat dan ditemukan pada abad ke-19. Memiliki dua sub kategori yakni *Egyptian* dan *Clarendon*. Jenis-jenis huruf yang tergolong dalam klasifikasi ini adalah *American Typewriter*, *Clarendon*, *Memphis*, *Bookman*.

**The Quick Brown
Fox Jumps Over
The Lazy Dog.**

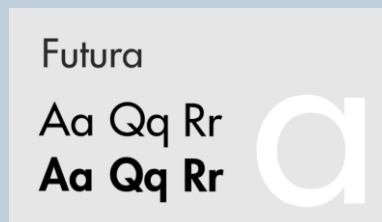
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz0123456789 [] () { } ^ & ' < > ?

A modern Clarendon

g

Gambar 2.22. *Typeface* Clarendon
(Challand, 2009)

- e. *Sans Serif*: berkarakteristik tidak memiliki serif, dikenalkan pada awal abad 19. Sub kategorinya adalah *Grotesque*, *Humanist*, *Geometric*, dan lainnya. Contoh huruf dalam klasifikasi ini adalah *Grotesque*, *Futura*, *Helvetica*, *Univers*.



Gambar 2.23. *Typeface Futura*
(Strizver, 2016)

- f. *Gothic*: berdasarkan abad ke-13 hingga abad ke-15 *medieval manuscript*, disebut *blackletter*. Memiliki karakteristik huruf dengan stroke yang tebal, huruf yang *condensed* dengan beberapa lekukan. Contoh hurufnya *Textura*, *Fraktur*, *Rotunda*, dan *Schwabacher*.



Gambar 2.24. *Typeface Textura*
(Steffman, 2012)

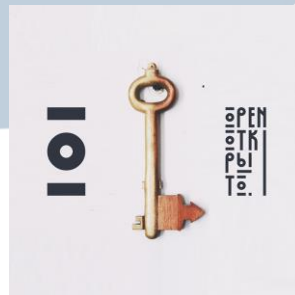
- g. *Script*: merupakan jenis huruf yang mencirikan tulisan tangan. Biasanya dibuat miring dan bersambung. Dibuat

menggunakan pena atau kuas. Contoh hurufnya adalah *Brush Script*, *Shelley Allegro Script*, *Snell Roundhand Script*.



Gambar 2.25. *Typeface Snell Roundhand Script*
(Strizver, 2016)

- h. *Display*: digunakan untuk *headline*, atau penulisan judul, tidak digunakan dalam teks utama karena sulit terbaca dalam ukuran huruf kecil.



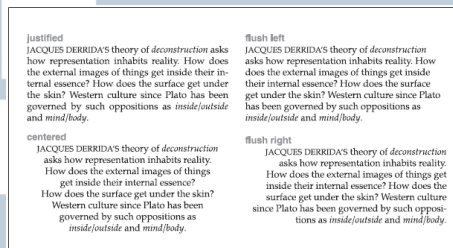
Gambar 2.26. *Display Typeface*
(Priem, 2016)

2.3.3.2. *Alignment*

Ragam penyusunan huruf secara primer dapat dikategorikan menjadi:

1. *Left Alignment*, yakni penyusunan teks huruf yang disejajarkan ke arah kiri,
2. *Right Alignment*, penyusunan teks huruf disejajarkan ke arah kanan,

3. *Justified Alignment*, merupakan penyusunan teks huruf yang disejajarkan baik ke kiri maupun ke kanan teks.
4. *Center Alignment*, penyusunan teks huruf di tengah mengikuti *vertical axis* (garis tengah bidang vertikal)
5. *Asymmetrical*, penyusunan teks huruf tidak mengikuti aturan tertentu secara jelas, tidak repetitif (hlm. 47-48).



Gambar 2.27. Contoh *Alignment*
(Landa, 2010)

2.3.4. Layout

Menurut Graver dan Jura (2012), layout merupakan tatanan dalam menggunakan sebuah sistem (*grid*) sehingga mengikat elemen secara konsisten dalam komposisi yang dibuat.

2.3.4.1. Elemen dalam Sistem *Grid*

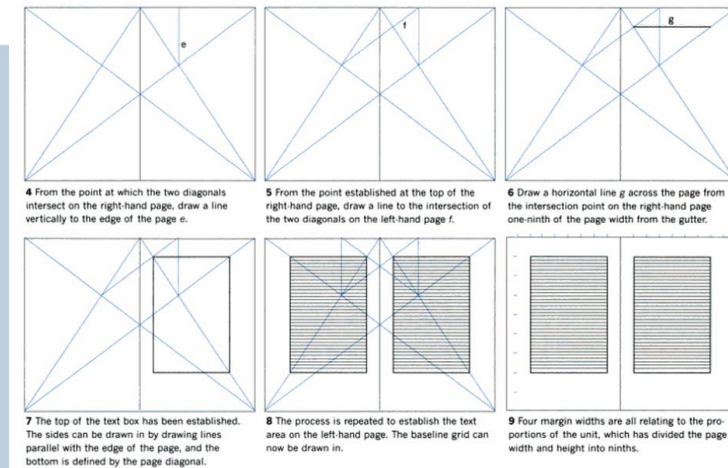
Terdapat beberapa elemen dalam sistem *grid* pada sebuah halaman

1. Margin

Merupakan batas yang memisahkan ujung kertas dengan area konten yang dapat diisi. Juga dapat berguna untuk memberi mata *audience* istirahat.

Menurut Honnecourt dalam Haslam (2006), salah satu cara untuk menentukan margin pada halaman buku adalah dengan membagi ruang

dengan bidang geometris. Hal ini didasari dengan prinsip Fibonacci terkait *Golden Section*.



Gambar 2.28. Pembagian Bidang dengan *Golden Section*
(Haslam, 2006)

2. *Flowline*

Membantu mengarahkan garis pandang mata *audience* secara horizontal.

3. Kolom

Ruang yang tersusun secara vertikal untuk meletakkan konten.

4. Modul

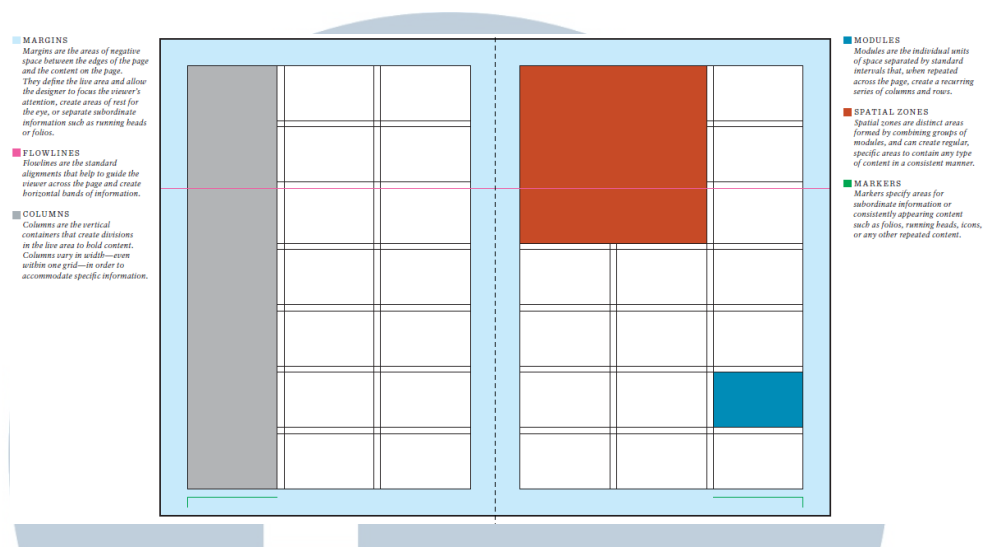
Satuan ruang yang tercipta dari persinggungan antara kolom dan baris.

5. *Spatial Zones*

Area khusus yang terdiri dari beberapa modul yang dapat memuat konten spesifik secara konsisten.

6. *Marker*

Informasi mengenai bagian dari media tersebut, dapat berupa nama bab, nomor halaman bertujuan sebagai penanda posisi halaman dalam media yang biasa diletakkan pada margin bawah halaman.

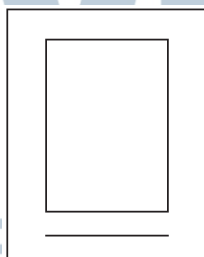


Gambar 2.29. Pembagian *Layout* dalam Satu Halaman
(Graver & Jura, 2017)

2.3.4.2. Struktur Dasar *Grid*

1. Manuskrip

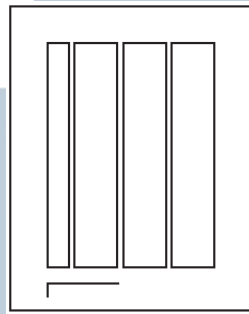
Merupakan struktur dasar *grid* yang paling sederhana. Dengan penggunaan struktur *grid* ini, konten teks dapat menonjol. Biasanya digunakan dalam buku teks maupun *essay*. Penggunaan margin yang lebar pada manuskrip memberi kesan stabilitas, nyaman, aman. Sedangkan penggunaan margin yang sempit memberi kesan menekan pada *audience*.



Gambar 2.30. Penerapan *Layout* dengan *Grid* Manuskrip
(Graver & Jura, 2017)

2. Multikolom

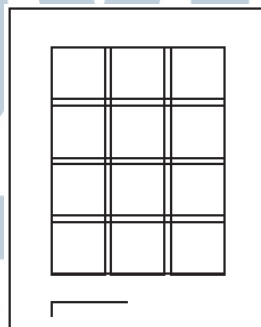
Multikolom dapat digunakan untuk mengatur komposisi dengan komponen elemen yang lebih banyak, tidak hanya teks. Dengan *grid* ini, konten-konten yang lebih banyak menjadi terstruktur, memudahkan pembaca dengan konsistensinya.



Gambar 2.31. Penerapan *Layout* dengan *Grid* Multikolom
(Graver & Jura, 2017)

3. Modular

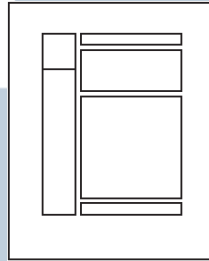
Modular merupakan struktur *grid* yang tersusun dari modul. Dapat digunakan untuk mengatur komposisi dengan komponen elemen yang rumit dan banyak. Hal ini memungkinkan pembaca melihat susunan informasi yang terpadu secara vertikal dan horizontal dalam waktu bersamaan. Contoh penggunaan struktur ini dapat ditemukan pada koran.



Gambar 2.32. Penerapan *Layout* dengan *Grid* Modular
(Graver & Jura, 2017)

4. Hirarki

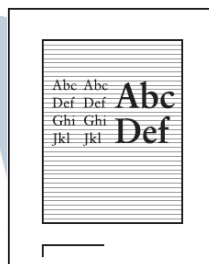
Hirarki merupakan struktur *grid* yang dapat digunakan untuk menyusun konten dengan tingkat konsistensi yang rendah. Struktur ini juga merupakan *grid* yang lebih organis.



Gambar 2.33. Penerapan *Layout* dengan *Grid* Hirarki
(Graver & Jura, 2017)

5. *Baseline Grid*

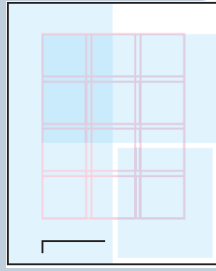
Baseline grid terbentuk dengan menggunakan ukuran *baseline typeface* yang digunakan dalam konten. Ukuran tersebut menjadi dasar dari penyusunan baris-barisan teks.



Gambar 2.34. Penerapan *Layout* dengan *Baseline Grid*
(Graver & Jura, 2017)

6. *Compound Grid*

Struktur *compound* merupakan penggunaan *grid* dengan menggabungkan beberapa struktur sekaligus untuk menciptakan komposisi yang terorganisir.



Gambar 2.35. Penerapan *Layout* dengan *Compound Grid*
(Graver & Jura, 2017)

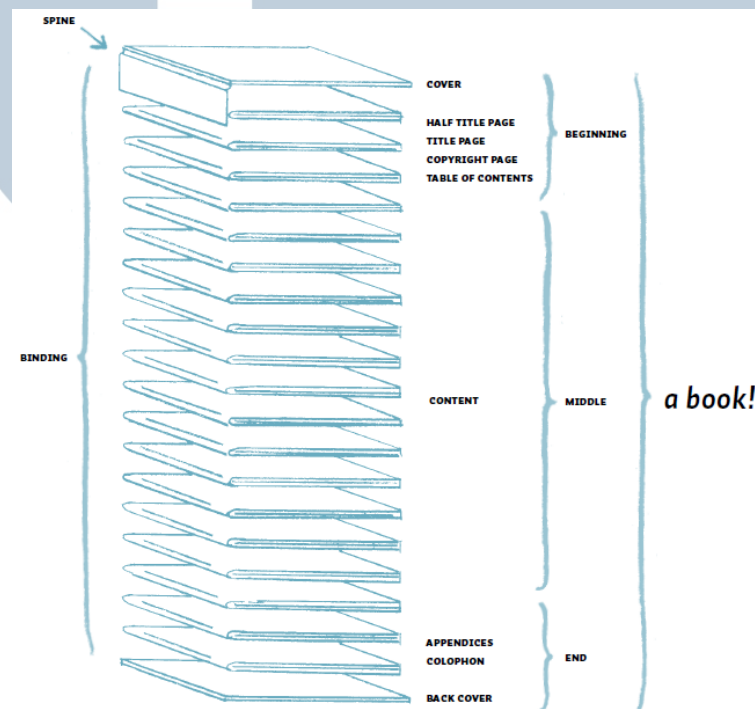
2.4. Buku

Kata ‘buku’ dalam Bahasa Indonesia merupakan kata serapan dari Bahasa Inggris, yakni “*book*”. *Book* berasal dari istilah ‘*bok*’ dalam Inggris Kuno, sebutan dari pohon “*beech*” yang pada zaman dahulu digunakan sebagai papan untuk menulis. Definisi buku menurut Haslam (2006) adalah lembaran kertas berjilid yang mentransmisikan ilmu kepada para pembacanya melampaui batas ruang dan waktu.

Desainer buku pertama menurut sejarah adalah Bangsa Mesir Kuno. Mereka menggunakan lembaran-lembaran serat tanaman dengan permukaan tipis dan lebar untuk menulis, digunakan dalam pendidikan mereka. Mereka menulis teks dengan memakai sistem kolom serta menggunakan ilustrasi secara manual. Di Asia, ditemukan beberapa teks seperti Tripitaka (kitab suci Buddhis) yang dibuat dengan menyusun blok huruf yang dapat dipindahkan. Kemudian sejarah buku berkembang pesat dengan Johannes Guttenberg menciptakan mesin cetak (hlm. 6-9).

Anatomi buku menurut Lupton (2008) terbagi menjadi tiga bagian, yakni awal, tengah, dan akhir. Buku tersusun dari beberapa bundelan yang dijilid menjadi satu, dengan rekatan yang ditutupi oleh *spine* (punggung). Bagian awal

meliputi *cover*, *half title page*, *title page*, *copyright page*, dan *table of contents*. Pada *half title page* memuat judul dengan jelas, sedangkan *title page* memuat judul, disertai dengan nama penulis, penerbit, dan lokasi (kota) penerbitan. *Copyright page* memuat informasi lengkap mengenai buku, mulai dari nama penulis, data hak cipta, tahun terbit, ISBN, data katalog, alamat penerbit, serta nama kontributor lain yang turut membantu proses penyusunan buku. *Table of contents* berisi navigasi mengenai konten buku.



Gambar 2.36. Anatomi Buku
(Lupton, 2017)

Bagian tengah berisi konten utama dengan teks yang dibatasi dengan margin. Pada halaman berisi konten juga disertai dengan nomor halaman pada margin buku. Bagian akhir berisi apendiks dan kolofon. Apendiks berisi berbagai lampiran dalam buku, seperti glosarium, indeks, biografi, dan kronologi yang

berkaitan dengan konten buku. Sedangkan kolofon merupakan catatan penulis, dapat berisi mengenai huruf, teknik jilid, atau desain yang digunakan.

Buku menurut komposisinya dapat dibedakan menjadi dua, *text book* dan *picture book*. Novel dan beberapa buku nonfiksi merupakan contoh buku dengan komposisi teks yang dominan. *Text book* memiliki sebuah kolom utama yang disebut *body*. Sedangkan *picture book* memiliki komposisi dengan gambar yang dominan. Contoh buku dengan gambar yang dominan adalah katalog, album foto, dan sejenisnya.

Menurut isi kontennya, terdapat buku fiksi, non fiksi, puisi, *zine*, buku bergambar untuk anak, buku bergambar untuk dewasa, katalog karya, dan *portfolio*.

2.5. Ilustrasi

Male (2007) menyampaikan bahwa ilustrasi merupakan gambar, bagian dari komunikasi visual yang dapat membantu menyampaikan pesan tertentu sesuai konteks sehingga lebih dimengerti *audience* (hlm. 10). Konteks penggunaan ilustrasi beragam, namun Male membaginya dalam lima kategori konteks. Konteks-konteks tersebut yakni informatif, *commentary*, naratif, persuasif, serta identitas (hlm. 19). Pihak-pihak yang membutuhkan jasa ilustrasi dapat dijabarkan menjadi editorial, periklanan, tim jasa desain, multimedia, dan sebagainya. Dalam bidang editorial, kebutuhan ilustrasi dapat dibedakan menjadi buku dan majalah/koran.

Pada buku, ilustrasi dapat digunakan dalam buku cerita anak, non fiksi seperti ensiklopedia atau *coffee table book*, fiksi untuk dewasa, serta buku dengan

konten spesifik. Sedangkan pada majalah maupun koran, ilustrasi dapat digunakan untuk membantu penyampaian konteks dalam artikel gaya hidup atau komentar-komentar terhadap suatu fenomena. Pada periklanan ilustrasi dapat ditemukan dengan penyampaian *above the line*, baik cetak maupun gambar bergerak (video). Pada tim penyedia jasa desain, melalui penyampaian *below the line*, ilustrasi dapat ditemukan pada banyak hal, mulai dari *packaging*, kebutuhan korporat, serta lainnya. Sedangkan pada multimedia dapat menggunakan ilustrasi dalam pembuatan video maupun animasi mereka.

2.5.1. Proses Konseptual Ilustrasi

Kemampuan untuk memahami kumpulan data hasil riset merupakan hal yang penting diperhatikan dalam awal perancangan. Hal ini terlebih karena perancangan ilustrasi dan desain merupakan penyelesaian dari suatu masalah, yang dibantu dengan komunikasi visual.

2.5.1.1. Brainstorming dan Proses Kreatif

Proses berkarya pada ilustrasi selalu diawali dengan *brainstorming*. Dengan melakukan *brainstorming* terlebih dahulu, ilustrator dapat mengetahui arahnya dan berpegang pada arahan tersebut. *Brainstorming* dapat dilakukan dengan mengumpulkan seluruh ide yang ada dalam pikiran. Kemudian, membiarkan sejumlah pertanyaan dari kemungkinan yang ada muncul.

Semua ide dan kemungkinan yang terpikirkan kemudian dicatat dan dibentuk menjadi *spider diagram* atau dikenal juga dengan *mindmap*. Diagram tersebut dapat mengembangkan poin menjadi beberapa cabang

poin yang lebih spesifik. Proses kreatif ini juga dapat dibantu dengan sketsa kasar agar mendapat gambaran arah yang akan dituju dalam perancangan.

Evaluasi memungkinkan ilustrator memilih gabungan ide yang dapat menjadi solusi yang paling mendekati dan sesuai untuk diterapkan. Pada tahap ini arahan visual telah jelas, dibantu dengan sketsa kasar yang telah dibuat sebelumnya. Pada tahap ini ilustrator telah menentukan gaya visual ilustrasi yang akan digunakan, posisi teks yang membantunya, warna, komposisi, serta penggunaan interaktif seperti *pop-up* yang akan mendukung konsepnya.

2.5.2. Riset

Riset dalam ilustrasi merupakan pengumpulan data yang terkait dengan konten yang berkaitan dengan objek ilustrasi. Dengan melakukan riset terlebih dahulu, ilustrasi dapat menyampaikan informasi secara akurat. Tahap berikutnya adalah studi dokumen. Hasil dari studi ini haruslah terukur dan terjadwal dengan baik. Studi dokumen dapat diambil dari internet, studi pustaka, wawancara, maupun korespondensi.

Dengan mengetahui tujuan yang ingin dicapai dengan karya, maka hasil akhir karya dapat ditentukan dengan jelas. Hasil karya tersebut dapat berupa ilustrasi yang berperan sebagai komunikasi visual menyampaikan konteks tertentu. Hasil lainnya dapat berupa karya tersebut menyajikan teori/pengetahuan baru dari riset yang dilakukan di dalamnya.

2.5.3. Gambar

Gambar merupakan dasar dari berbagai gaya visual dalam ilustrasi. Gambar berfungsi membentuk keseluruhan wujud visual. Selain itu, gambar dapat menampilkan identitas dari ilustrator serta karakteristiknya. Gambar juga melibatkan komposisi, warna dan tekstur, bentuk, bidang, ukuran, proporsi, dan perspektif. Selain itu gambar melibatkan aspek dari subjek terkait, literasi visual.

2.5.4. Literasi Visual

2.5.4.1. Gaya

Gaya dalam ilustrasi adalah preferensi seorang ilustrator dalam berkarya. Gaya dapat menunjukkan karakteristik seseorang, seperti layaknya *genre*. Secara umum, citra visual dapat dibedakan menjadi dua. Salah satunya adalah variasi penggambaran dari literasi visual, dan yang kedua merupakan penggambaran secara realistik. Penggambaran secara realistik berfungsi menggambarkan sesuatu secara deskriptif dengan akurat. Kualitas dari pemilihan serta eksekusi visual dalam ilustrasi ditentukan dari keberhasilannya menyampaikan konteks yang terkait.

2.5.4.2. Kiasan dalam Visual

1. Citra visual berkonsep dan Surealisme

Tipe dari visualisasi ini mulai berkembang sejak tahun 1950. Pada saat itu, gaya visual demikian digunakan sebagai ilustrasi untuk editorial artikel pada majalah, dengan konten yang lebih kritis dan kompleks dari sebelumnya. Dan ilustrasi yang menggunakan penyampaian konseptual dipandang lebih efektif dibanding dengan penyampaian secara harfiah.

Hingga kini penyampaian konteks secara konseptual, seperti surealisme masih banyak digunakan. Penyampaian konseptual dengan menggunakan distorsi dan jukstaposisi dalam penyusunan elemennya menciptakan kesan ilusi, menyentuh alam bawah sadar dan seperti pada mimpi manusia. Wigan (2008) menyatakan bahwa dalam proses ilustrasi konseptual akan meliputi intuisi, pemecahan masalah, dan refleksi. Seniman yang cukup terkenal akan karyanya yang mengandung unsur surealisme adalah Salvador Dali dan René Magritte.



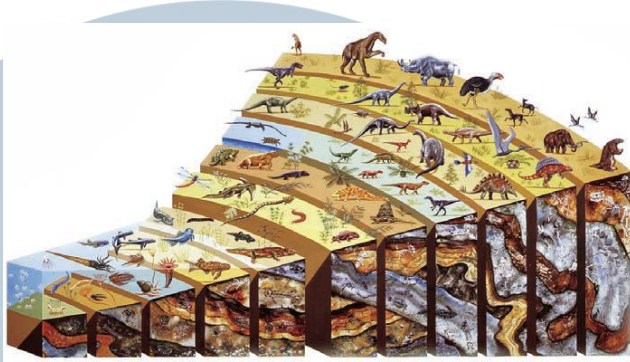
Gambar 2.37. Ilustrasi Surealisme Karya René Magritte
(Herscovicci, 2019)

2. Diagram

Diagram adalah ilustrasi yang dibuat dengan sudut pandang berbeda dengan objek aslinya untuk mempermudah penjelasan detail mengenai fitur suatu objek. Diagram banyak ditemui dalam buku-buku pendidikan.

Dalam perkembangannya, ilustrasi sebagai diagram juga mulai digunakan dalam berbagai kegunaan lain seperti periklanan dan identitas visual.

Diagram juga menggunakan kiasan visual, ditunjukkan dengan penggunaan simbol yang menyederhanakan suatu objek sehingga dapat memberi pemahaman kepada *audience*.



Gambar 2.38. Ilustrasi Diagram Informatif
(Male, 2007)

3. Abstraksi

Penggunaan istilah abstrak dimulai pada abad ke-20, seiring dengan berkembangnya beberapa gerakan dalam seni seperti kubisme, abstrak ekspresionis, konstruktivis. Pada penggunaan abstrak, ilustrator maupun seniman berkarya dengan menggunakan bentuk-bentuk yang non-representatif. Ilustrator juga seringkali melakukan sabotase pada objek sehingga menjadi objek baru.



Gambar 2.39. Ilustrasi Abstrak
(Male, 2007)

2.5.4.3. Gambar Realistik

Gambar realistik menampilkan suatu tempat atau kejadian maupun objek lainnya secara apa adanya, tanpa penggunaan kiasan atau efek dramatis.

1. *Hyperrealism*

Sebuah ilustrasi yang menyajikan tampilan *hyperrealistic* yang hampir menyerupai foto adalah cikal bakal fotografi tradisional. Ilustrasi *hyperealistic* dapat berguna untuk tujuan edukasi, menyampaikan flora dan fauna dalam lingkungan sekitarnya. Ilustrasi demikian juga dapat digunakan untuk membantu mengisahkan pendidikan sejarah, maupun menceritakan sebuah cerita yang memerlukan kesan interaksi dari para tokohnya. Fungsi lain dari ilustrasi seperti ini adalah untuk memperlihatkan kesegaran buah maupun makanan konsumsi yang terdapat dalam periklanan.

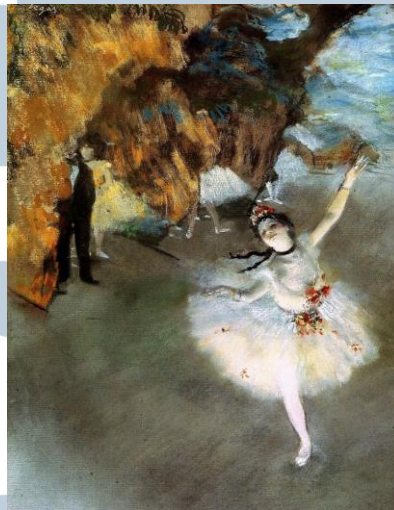


Gambar 2.40. Ilustrasi *Hyperrealism*
(Male, 2007)

2. *Stylized Realism*

Pada gaya penggambaran ini, ilustrasi menggambarkan objek sesuai realitas, objek dapat ditemukan pada dunia nyata. Namun penggambaran

tetap melibatkan ekspresi ilustrator atau pelukisnya. Gerakan seni yang dapat tergolong dalam *stylized realism* adalah Impresionisme dan Ekspresionisme. Pada Impresionisme, pelukis menghasilkan karya ilustrasi dengan penggunaan warna-warna kuat dan tegas serta cahaya yang terkesan dramatis. Sedangkan pada Ekspresionisme, pelukis maupun ilustratornya menghasilkan karya yang melukiskan objek secara ekspresif, menampilkan perasaan pembuatnya terhadap objek.



Gambar 2.41. Lukisan Bergaya Impresionis Karya Edgar
(Abdouw, 2018)

3. Gambar Berurutan

Gambar berurutan dapat dijumpai dalam berbagai media. Pada gambar bergerak, gambar yang ada di dalamnya dibuat berurutan seperti pada film animasi, televisi, media digital interaktif seperti pada situs laman internet. Sedangkan pada media konvensional (cetak) dapat ditemukan pada buku komik, novel-grafis, fiksi, serta nonfiksi untuk generasi muda. Dengan literasi visual yang baik, objek dapat menggambarkan kejadian atau cerita dengan jelas.



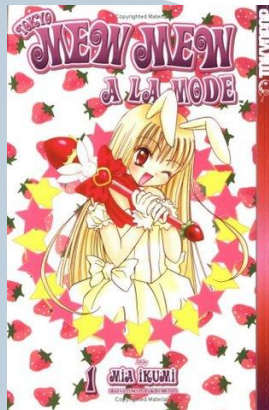
Gambar 2.42. Komik
(Sundberg, 2014)

2.5.4.4. Estetika

1. Tren

Seiring perkembangan waktu, gaya visual dalam ilustrasi juga turut berkembang. Hingga kini terdapat beragam macam gaya ilustrasi. Kebutuhan menyesuaikan ilustrasi dengan konteks yang berkembang mengikuti market masa kini menghasilkan gaya-gaya visual baru. Contoh gaya visual baru yang muncul dari tren adalah *punk*, *new wave*, dan *psychedelic*. Gaya-gaya visual ini dapat muncul dari tren berbusanan, tren musik, kecenderungan hobi seperti graffiti dan lainnya.

Tren kontemporer lainnya *manga*, gaya ilustrasi yang berasal dari Jepang dan telah tersebar secara global serta meresapi budaya barat. Hal ini dapat dilihat dari figure karakter manusia yang tampak mungil namun memiliki mata yang besar.



Gambar 2.43. Contoh Tren Manga
(Ikumi, 2005)

2. *Chocolate Box*

Sebagian praktisi seni memandang ilustrasi dalam golongan ini merupakan seni yang dangkal, cenderung ‘bermain aman’ dalam menyampaikan konten secara harfiah dalam periklanan. Ilustrasi ini digunakan dalam periklanan maupun identitas pada kemasan, terutama kemasan makanan untuk menampilkan kesan produk konsumsi tersebut terlihat menggairkan dan menarik konsumen.



Gambar 2.44. Contoh Tren *Chocolate Box*
(Male, 2007)

3. *Shock*

Seiring perkembangan waktu, muncul beberapa ilustrator yang menghasilkan karya yang menimbulkan reaksi ketidaksenangan pada

audience. Sehingga menimbulkan efek terkejut bagi orang yang melihatnya. Konteks yang lazim menggunakan ilustrasi ini adalah editorial meliputi isu praktik kecurangan politisi maupun keburukan politik, sifat buruk personal, dan kekerasan. Ilustrasi ini dapat melibatkan penggunaan gaya visual dari *hyperrealism* hingga bentuk ekstrim dari surealisme.



Gambar 2.45. Contoh Tren Shock
(Male, 2007)

2.5.5. Perancangan Karakter

Kisah karakter yang berkesan bagi pembaca adalah cerita yang menghadirkan karakter lengkap dengan karakteristik, ekspresi emosi, serta bahasa tubuh yang kuat.

2.5.5.1. Pemilihan Karakter

Menurut Mccloud (2006), sebuah karakter yang menarik bagi pembaca adalah karakter yang memiliki kisah hidup yang unik, bentuk tubuh yang spesifik, serta ekspresi spesifik yang dapat menggambarkan sifat karakter. Eisner dalam Mccloud menyarankan perancangan karakter dengan basis

bentuk wajah hewan, sehingga wajah karakter menjadi lebih unik. Mccloud juga menyarankan pendekatan lainnya seperti elemen api, air, tanah, dan udara.



Gambar 2.46. Contoh Ilustrasi Menggunakan Pendekatan Wajah Hewan
(Mccloud, 2006)

Pembaca juga dapat hanyut dalam pembawaan cerita emosional melalui emosi karakter. Dalam penggambaran emosi terdapat beberapa cara, yaitu *realism*, *simplification*, *exaggeration*, dan *symbolism*. Dengan penggunaan gaya penggambaran *symbolism*, maka makna dari emosi semakin mendekati makna dari kata emosi yang ditunjukkan. Ekspresi *symbolism* dapat berbeda-beda dalam setiap budaya asalnya.

1. *Realism*

Menggambarkan ekspresi secara realistis seperti wajah manusia pada aslinya dengan detil serta pengarsiran yang menyerupai aslinya.

2. *Simplification*

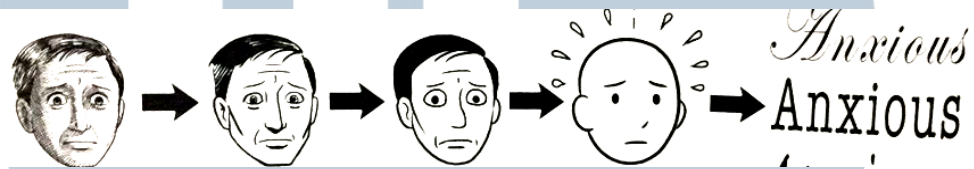
Menggunakan beberapa elemen khas yang dapat menggambarkan ekspresi dari suatu emosi.

3. *Exaggeration*

Seperti pada *simplification*, namun beberapa elemen ekspresi dilebih-lebihkan bentuknya dengan ekstrim.

4. *Symbolism*

Mengekspresikan emosi melalui simbol.



Gambar 2.47. Cara Penggambaran Emosi
(Mccloud, 2006)

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA