



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. Desain Grafis

Landa (2014) menyatakan bahwa desain grafis adalah bentuk komunikasi visual yang berfungsi untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada audiens. Desain grafis adalah sebuah penyampaian visual yang merepresentasikan sebuah ide dimana elemen-elemen visual dikreasikan, diseleksi dan dikelompokkan (hlm. 2).

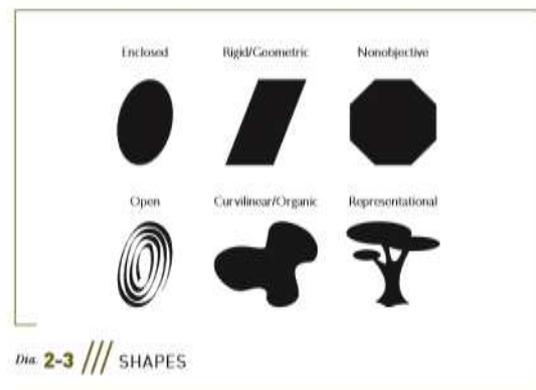
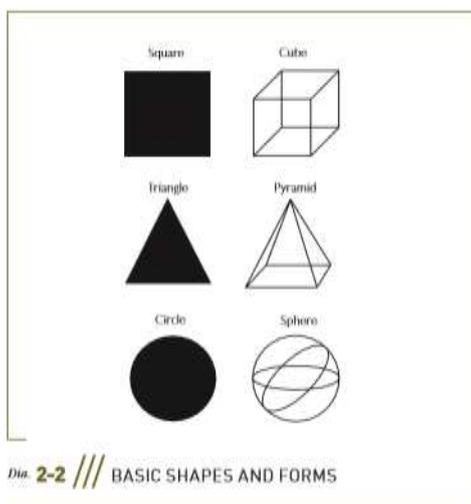
2.1.1. Elemen Formal

Landa (2014) menyatakan bahwa ada elemen formal dan prinsip dasar desain yang dimaksudkan untuk mengetahui potensi setiap elemen yang ada dan dapat digunakan dengan tepat guna untuk menyampaikan dan mengekspresikan sesuatu.

Elemen formal 2D sebagai berikut (hlm. 19):

1. **Garis.** Garis adalah sebuah titik memanjang yang bisa terbilang sebagai titik pergerakan. Garis dibuat dengan alat visualisasi sepanjang permukaan. Garis dapat dibuat dengan alat bermacam-macam dan biasanya dikenal dengan ukuran “panjang” daripada “lebar”. Fungsi dasar garis adalah menegaskan bentuk, tepian; menciptakan gambar, huruf, dan motif , menegaskan area dalam komposisi , menegaskan pengelompokan visual sebuah komposisi dan memaksimalkan gaya linear dalam ekspresi visual.

2. Bentuk. Garis luar sesuatu secara umum adalah bentuk. Bentuk juga dapat diartikan sebagai garis yang menutup. Bentuk adalah konfigurasi dari sebuah permukaan dua dimensi yang dibentuk secara terpisah atau menyeluruh dengan garis atau warna.
3. Area negatif-positif. Adalah sebuah prinsip dasar dari persepsi visual dan mengacu pada hubungan antar bangun, figur kepada dasar pada sebuah permukaan dua dimensi.



Gambar 2.1 Bentuk dasar
(Robin Landa, 2016)

2.1.2. Prinsip Desain

Landa (2014, hlm. 29) menyatakan bahwa ada beberapa prinsip desain yang penting dalam perancangan sebuah grafis visual yaitu:

1. Keseimbangan. Keseimbangan adalah stabilitas yang tercipta dari pendistribusian materi visual pada keseluruhan komposisi. Komposisi yang seimbang akan mempengaruhi audiens dalam memproses informasi.

Keseimbangan adalah satu-satunya prinsip komposisi yang berkaitan dengan prinsip lainnya.

2. Penekanan. Penekanan adalah pengaturan elemen visual yang ditekankan kepentingan elemen, membuat elemen dominan daripada elemen lain. Sederhananya, desainer memilih elemen grafis apa yang akan dilihat terlebih dahulu oleh audiens, lalu yang kedua, ketiga, dan yang berikutnya.
3. Ritme. Dalam desain grafis, konsistensi, kekuatan, dan pola elemen-elemen grafis dapat menciptakan ritme yang dapat mengarahkan arah pandangan audiens untuk bergerak di seujur halaman. Prinsip ritme dalam format-multi-halaman seperti desain buku, website dan majalah, harus dikritisi untuk dapat menciptakan alur visual dari halaman satu dengan yang lainnya. Yang tidak kalah penting adalah menyambungkan variasi elemen untuk menciptakan penekanan dan ketertarikan visual. Banyak factor yang berkontribusi dalam mewujudkan ritme yaitu warna, tekstur, hubungan *figure and ground*, penekanan, dan keseimbangan.
4. Repetisi. Repetisi muncul ketika desainer memunculkan ulang satu atau lebih elemen visual beberapa kali dengan konsistensi tinggi. Variasi dapat terjadi dengan pemutusan repetisi atau modifikasi pola dengan mengganti unsur elemen seperti warna, ukuran, bentuk, *spacing*, posisi atau berat visual. Variasi menciptakan visual yang akan menarik audiens dan memberikan *element of surprise*. Namun variasi yang terlalu banyak dapat menghilangkan keselarasan visual.

5. Kesatuan. Kesatuan dapat terwujud saat elemen-elemen grafis memiliki ketersambungan yang akan membuat seluruh komponen terbentuk menjadi satu kesatuan. Kesatuan dapat terwujud dengan melihat hukum pengelompokan oleh persepsi dari Gestalt yaitu sebagai berikut:

a) *Similarity*. *Similarity* adalah ketika elemen-elemen grafis memiliki karakteristik yang mengindikasikan bahwa mereka memiliki ikatan/kesamaan. Elemen terlihat mirip dapat terjadi bila adanya kesamaan pada bentuk, tekstur, warna atau arah.

b) *Proximity*. *Proximity* adalah aspek kedekatan antar elemen grafis.

c) *Continuity*. *Continuity* adalah ketika otak mempersepsikan alur visual atau koneksi antar bagian.

d) *Closure*. *Closure* adalah tendensi pikiran untuk menyambungkan masing-masing elemen sebagai satu bentuk atau pola yang utuh.

e) *Common Fate*. Adalah elemen-elemen yang dipersepsikan sebagai suatu unit kesatuan bila bergerak ke arah yang sama.

f) *Continuing line*. *Continuing line* adalah sebuah kondisi dimana sebuah garis dipersepsikan sebagai garis yg terus memanjang walau ternyata ada perpotongan yang memisahkan garis satu dengan yang lainnya (hlm. 30).

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

2.2. Desain untuk Emosi

Adams(2012) menyatakan bahwa bila karya desain mau berhasil maka harus emosional. Emosi mendominasi pengalaman dan memberikan warna pada realita dan karena hal ini, semua desain adalah desain emosional. Emosi juga mempengaruhi pilihan, mengarahkan perhatian dan memberikan penekanan terhadap sebuah gambaran tertentu (hlm. 1).

2.2.1. Maksud dan Tujuan

Adams(2012) menyatakan bahwa desain untuk emosi memiliki tujuan untuk menciptakan makna emosional pada desain sehingga timbul hubungan (bisa berupa kepercayaan, percaya diri, dsb) antara desain dan pengguna. Makna emosional ini biasanya tercipta karena desain mengasosiasi dirinya dan pengguna salah satunya dengan penampilan fisik. Contohnya dimana orang-orang memilih sebuah desain yang menggambarkan persona dirinya. Hal ini juga bisa dikatakan sebagai teori asosiasi (hlm. 54).

2.2.2. Perhatian dan Alur

Adams (2012) menyatakan bahwa produk/karya desain yang dirancang harus memiliki daya tarik pada mulanya. Ketika orang sudah tidak tertarik maka cerita pun berakhir karena audies tidak lagi ingin tahu lebih dalam perihal produk.

Ketika ketertarikan sudah didapatkan, yang selanjutnya akan menjamin audiens adalah konten dan elemen-elemen lainnya (hlm. 62).

2.2.3. Persona dan Identitas

Adam (2012) juga menambahkan bahwa obyek desain yang dipilih/digunakan audiens adalah obyek desain yang memiliki persona/identitas yang merefleksikan audiens, sehingga untuk mencapai hal ini, mengenal dan menentukan identitas audiens pun penting dilakukan (hlm. 84).

2.2.4. Estetika dan Interaksi

Adam (2012) menyatakan bahwa estetika sebuah karya desain juga merupakan faktor penting yang harus difokuskan. Estetika desain tidak hanya berbicara tentang penampilan, namun juga sensasi lain yang menggunakan indra-indra lain dalam tubuh seperti sentuhan, dsb (hlm. 85).

2.3. Buku

Andrew Haslam (2006) mengatakan bahwa buku cetak pernah menjadi media sebuah diseminasi gagasan yang telah mengubah babak baru dalam perkembangan suatu intelektualitas, budaya dan ekonomi. Hal ini menguatkan posisi buku cetak sebagai sesuatu yang penting dalam masyarakat bahkan sampai sekarang. Andrew Haslam juga mengemukakan bahwa; adapun asumsi tergantinya buku manual menjadi digital akan segera tiba, Andrew Haslam tetap melihat adanya keistimewaan pada buku cetak, salah satunya dengan mengatakan bahwa membaca secara digital *less pleasurable* (hlm. 21).

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

2.3.1. Komponen Buku

1 Blok buku terdiri dari:

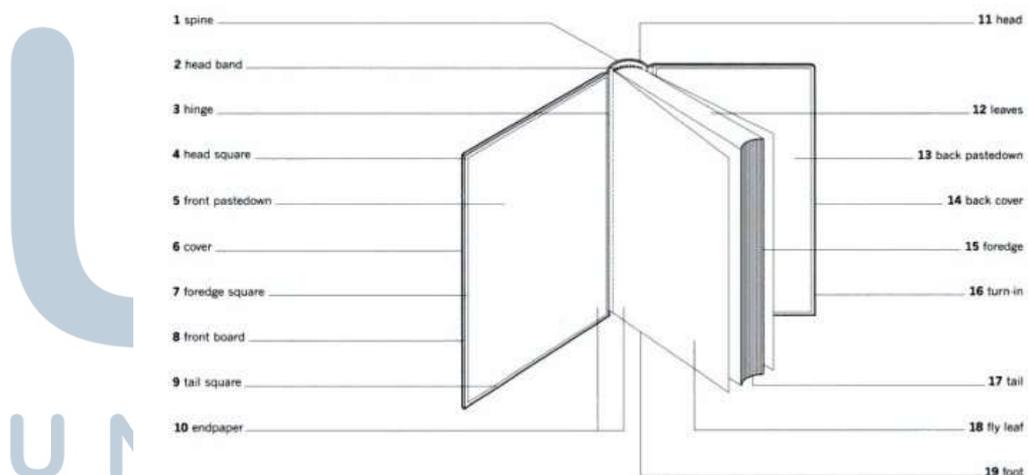
Spine, head band, hinge, head square, front pastedown, cover, foredge square, front board, tail square, endpaper, head, leaves, heck pastedown, backcover, foredge, turn-in, tail, fly leaf, foot

2. Halaman / *The Page* terdiri dari:

Portrait, landscape, page height and width, verso, single page, double-page spread, head, recto, foredge, foot, gutter.

3. *The Grid* terdiri dari:

Folio stand, title stand, head margin, interval, gutter margin, running head stand, picture unit, dead line, column width, baseline, column, foot margin, shoulder/foredge, column depth, characters per line, gatefold. (hlm. 21).



Gambar 2.2 Anatomi Buku

(Andrew Haslam, 2006)

2.3.2. Perancangan Buku

White (2003) menyatakan bahwa ada beberapa aspek yang penting untuk dijadikan fokus dalam perancangan buku cetak yaitu hubungan objek fisik dan pemakainya. Aspek-aspek tersebut adalah cara audiens memegang, cara audiens melihat, arah pandang audiens dan bagaimana audiens mencerna dan memproses apa yang disajikan.

Dalam perancangan buku cetak, White (2003) juga menambahkan bahwa ada beberapa aspek berlainan yang harus dipadukan yaitu: Materi fisik dan intelektualitas, bentuk dan konten, desain dan jurnalistik lalu proses pembuatan dan penyampaian cerita (*story telling*) (hlm. 2).

2.4. Cover Design

Lupton (2016) menyatakan bahwa tampak depan buku merupakan aspek esensial dalam sisi pemasaran yang berfungsi seperti logo dan iklan. Tampak depan buku harus terlihat bagus dan menarik, sehingga walaupun dipublikasikan dengan ukuran kecil, buku tetap menarik (hlm. 42). Berikut prosesnya:

1. Menemukan dan menentukan masalah. Tulis dan deskripsikan pesan apa yang ingin disampaikan beserta kepada siapa pesan ingin disampaikan. Setelah itu, menentukan poin utama buku, suasana dan audiens.
2. Melakukan riset dengan mencari referensi buku yang memiliki kesamaan tertentu dengan buku yang dirancang. Setelah itu, perancang dapat menuliskan daya tarik dan strategi desain yang diaplikasikan buku-buku referensi tersebut.

3. Melakukan *brainstorming* dengan menuliskan sebanyak-banyaknya ide terlepas dari baik-buruknya.
4. Menentukan prioritas objek. Perancang diharapkan mampu memilih ide dan materi visual yang tersedia dan memiliki kesinambungan yang tinggi dengan keseluruhan buku.
5. Memulai percobaan. Perancang diharapkan mampu memilih teknis pengerjaan yang paling tepat guna baginya sehingga proses pembuatan lebih efektif.
6. Mencari pendapat eksternal dengan memperlihatkan karya kepada orang lain. Beberapa parameter dapat dipakai seperti melihat kemana ketertarikan orang yang melihatnya, apakah keseluruhan buku dapat tergambar dengan jelas lewat judul, apakah hirarki dapat terlihat dengan jelas.

2.4.1. Conceptual Covers

Haslam (2006) menyatakan bahwa *Conceptual cover* dimaksudkan untuk menarik pembaca potensial untuk mengambil buku lalu tidak hanya melihat *cover* melainkan juga merasakan adanya pengalaman dan euforia. *Cover* konseptual didasari oleh konten buku yang divisualisasikan dengan gambar dan judul secara kiasan, metafora, *pun*, *paradox* atau *cliché* (hlm. 165).

2.5. Binding

Lupton (2008) menyatakan bahwa pemilihan teknik *binding* dipengaruhi oleh seberapa tebal buku, format buku, biaya, dan daya tahan buku yang dikehendaki (hlm. 120).

2.5.1. Hard-cover

Lupton (2008) menyatakan bahwa teknik *binding hard-cover* adalah teknik yg bisa dibuat dengan penjahitan atau peleman agar daya tahan buku menjadi lebih baik. Kertas dikencangkan pada *cover, backcover*, dan punggung buku (hlm. 120).

2.6. Ilustrasi

Houston (2016) menyatakan bahwa ilustrasi adalah gambar yang membawakan konsep atau membantu penyampaian konsep (hlm. 56).

2.6.1. Tujuan dan Manfaat Ilustrasi

Houston (2016) menyatakan Bila ilustrasi dipakai beriringan dengan sebuah artikel, maka ilustrasi memiliki tiga tujuan yaitu mengkomunikasikan informasi dengan menguatkan konsep dari artikel, menyampaikan garis besar informasi, dan menangkap minat dan ketertarikan pembaca kepada artikel (hlm. 19). Houston juga menambahkan bahwa pemilihan konsep ilustrasi haruslah seimbang dengan konteks yang ingin disampaikan dan hal ini berkaitan kuat dengan warna ilustrasi. (hlm. 57).

2.6.2. Klasifikasi Gaya Ilustrasi

Male (2017) menyatakan bahwa gaya (dalam ilustrasi) adalah bahasa visual untuk mengidentifikasi karakteristik suatu karya. Gaya adalah fitur tertentu atau kualitas tertentu yang menentukan adanya benang merah ilustrasi dengan obyek lainnya. Dari berbagai gaya ilustrasi yang ada, Male mengklasifikasikan gaya ilustrasi menjadi dua yaitu:

1. Ilustrasi Literal. Ilustrasi ini dimaksudkan untuk menyatakan gambar sebenarnya. Ilustrasi ini juga secara umum digunakan untuk mendeskripsikan

secara nyata dan akurat, walaupun gambar merupakan sebuah narasi fiktif atau sebuah pemandangan dramatis, ilustrasi berperan untuk menonjolkan hal tersebut. Beberapa pendekatan visual yang bisa dipakai adalah *hyperrealism* (manual dan digital), impresionisme dan dekoratif.



Gambar 2.3. Contoh ilustrasi literal

(Sumber: Pinterest)

2. Ilustrasi Konseptual. Ilustrasi ini memberikan sentuhan metafora kepada sebuah obyek, ide atau teori. Gambar mungkin memuat elemen-elemen riil namun bisa disajikan dengan bentuk yang lain, misalnya diagram, *composites*, surealisme, distorsi dan abstraksi. Ilustrasi konseptual memiliki tujuan untuk memberikan makna dan menegaskan persona/identitas visual. Selain itu, ilustrasi konseptual tidak bergantung pada *kebenaraan* faktual dan actual melainkan mengajak audiens untuk mempertanyakan konsep dari sebuah definisi tertentu, setelah itu, pengertian akan berkembang sendirinya mengikuti kemana audiens berfikir.



Gambar 2.4. Contoh Ilustrasi Konseptual
(Sumber: Pinterest)

2.6.2.1. Suralisme

Seperti yang dinyatakan di atas bahwa surealisme masuk ke dalam ranah ilustrasi konseptual, maka perancang juga akan mendalami surealisme itu sendiri. Male (2017) sendiri melihat istilah surealisme (juga ilustrasi konseptual) merupakan suatu terminologi untuk menjelaskan gambar yang imajinatif, selain itu, Suralisme dan ilustrasi konseptual merupakan sebuah cara yang biasanya mengikutsertakan metode komunikasi, ilusi, symbolism dan ekspresionisme. Bahasa Visual yang terwakili oleh surealisme dan ilustrasi konseptual juga lazim digunakan untuk merekonstruksi konteks secara dramatis untuk meningkatkan partisipasi audiens untuk melakukan interpretasi mendalam, untuk mewujudkan hal tersebut, surealisme dan aliran sejenis juga menggunakan teknik distorsi dan *justaxposition* (hlm. 54).



Gambar 2.5. Contoh Ilustrasi Surealisme
(Sumber: Pinterest)

2.6.2.2. Juxtaposition

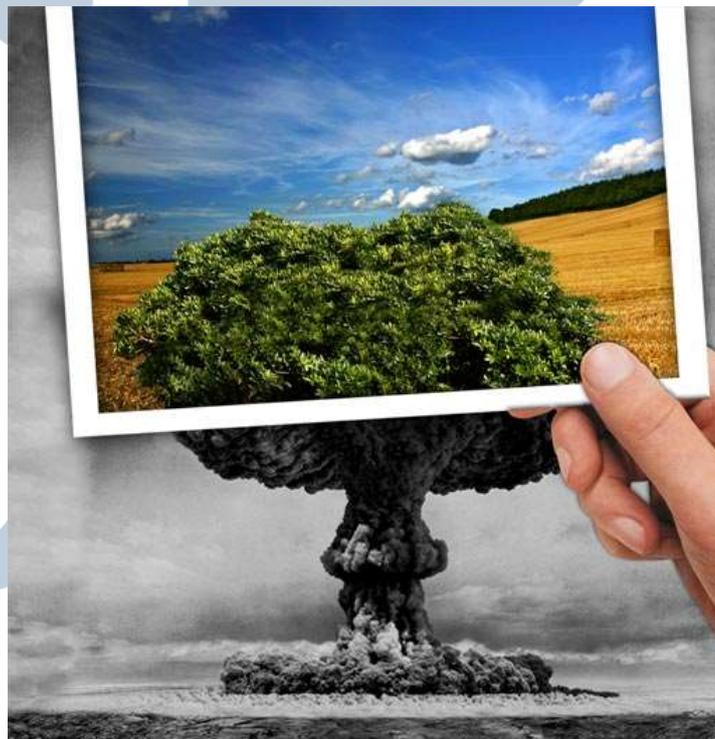
Young (2003) menyatakan bahwa *Juxtaposition* adalah teknik dimana dua atau lebih elemen disajikan beriringan. Elemen biasanya memiliki jarak yang berdekatan dan pelihat dapat mengobservasi elemen-elemen tersebut dengan pengalaman yang tidak biasa. Dalam karya visual, *juxtaposition* biasanya berupa penggambaran kiasan mengenai hidup aktif dan kontemplatif (hlm. 84).

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Moseley (2009) menyatakan bahwa *Juxtaposition* dalam sebuah elemen seni yang berbeda adalah bagian fundamental dan menjadi prinsip dasar bagi aliran *still life* dan kolase. Dalam aliran seni tertentu (fantasi)

juxtaposition diperlukan untuk menciptakan suasana diluar-dunia-realita dan memvisualisasikan sesuatu yang tidak dapat ditemukan di dunia. Pengaruhnya terasa pada aliran *surrealisme* (hlm. 144).

Wigan (2009) menyatakan bahwa *Justaxposition* adalah proses penataan obyek secara sengaja untuk memperlihatkan kesamaan dan perbedaan secara bersamaan. Desainer dapat menggunakan konsep *justaxposition* dengan bahasa visual simile atau metafora. Dengan memposisikan obyek yang kontras, audiens dapat merangkai benang merah dan pemahaman tertentu ketika melihatnya.



Gambar 2.6. Contoh *Justaxposition*
(Sumber: Pinterest)

2.6.3. Ilustrasi Pada Masyarakat Bali

Covarrubias (2015) menyatakan bahwa di dalam karya visual Bali, aspek perspektif dan modelling tidak begitu dititik-beratkan, figur obyek tertentu pun dapat digubah lagi. Karya visual Bali juga banyak dipengaruhi oleh kebudayaan Jawa juga India dikarenakan dari dua daerah ini lah, Hindu juga memiliki keterikatan yang kuat (hlm. 34).



Gambar 2.7. Contoh Ilustrasi Karya Visual Bali
(Sumber: Pinterest)

2.6.4. Penerapan ilustrasi

Male (2017) menyatakan bahwa kedua gaya ilustrasi di atas dapat diaplikasikan kepada lima konteks ilustrasi yaitu sebagai berikut:

1. Informasi, yaitu ilustrasi berfungsi sebagai informasi misalnya memperlihatkan kondisi obyek tertentu contohnya makanan yang sehat dan yang sudah rusak.

2. *Commentary*, yaitu ilustrasi yang berfungsi untuk menggambarkan atau memberikan respon terhadap pernyataan tertentu. Misalnya ilustrasi yang menggambarkan rakyat yang merespon pada kepentingan elit politis di kolom Koran.
3. Narasi fiktif, yaitu ilustrasi yang biasanya dibarengi oleh sebuah cerita fiktif.
4. Persuasi, yaitu ilustrasi dengan fungsi untuk meyakinkan audiens untuk merasakan sesuatu sesuai dengan tujuannya, misalnya dalam periklanan makanan, ilustrasi akan dibuat semenarik mungkin.
5. Identitas, yaitu ilustrasi berfungsi sebagai identitas dari obyek, biasanya ilustrasi menonjolkan elemen-elemen yang menjadi ciri khas dari obyek tersebut (hlm. 51).

Dalam pemakaiannya, Male juga menambahkan bahwa gaya ilustrasi dapat disesuaikan kembali meski semua gaya bisa diaplikasikan. Gaya ilustrasi harus dipakai secara tepat guna, contohnya memakai gaya *hyperrealism* untuk menerangkan detail informasi, karikatur dan distorsi untuk menyajikan nuansa satir kepada elit politis dan sebagainya (hlm. 52).

2.7. Gambar

White (2003) menyatakan bahwa gambar (foto dan ilustrasi) adalah hal pertama yang akan dilihat pembaca pada halaman. Foto dan ilustrasi cepat, emosional, instingtif dan menimbulkan rasa keingintahuan, lalu kedua hal ini dapat membukakan pikiran pembaca pada informasi. Mereka harus dipakai dengan penuh strategi , tidak hanya diposisikan sedemikian rupa hanya untuk memberikan penjelasan singkat terhadap teks atau membuat halaman sedikit lebih

menyenangkan. Konten dan kedua hal di atas bukan bagian yang terpisah karena dalam karya publikasi, verbal dan visual adalah suatu mitra yang bersatu padu (hlm. 142).

2.7.1. Digital Imaging

Harris (2016) menyatakan bahwa manipulasi gambar adalah proses dimana gambar orisinal diproses sedemikian rupa untuk menampilkan sebuah gambaran visual baru yang berbeda. Teknik ini dapat digunakan untuk memberikan perubahan kecil atau besar yang diperlukan serta memberikan kesan lebih dramatis.

2.7.2. Teknis posisi gambar

1. Posisi gambar yang memiliki pesan signifikan seharusnya mendominasi dalam ukuran dan penempatan. Pemakaian gambar atau elemen lain dikelompokkan dan diposisikan untuk mendukung gambar/ide utama. Buat *cluster* kumpulan gambar dengan impresif dibandingkan menjajarkannya sepanjang halaman bila ingin membuat halaman lebih menarik. (White, 2002, hlm.144)
2. *Crop till it hurts*. Gambar bisa dipotong sedemikian rupa untuk menekankan makna yang hendak disampaikan namun area perpotongan gambar tidak dikarenakan adanya area kosong halaman, melainkan berfokus pada makna, lalu ukuran perpotongan disesuaikan (hlm. 145).
3. Maksimalkan *bleed* untuk mempengaruhi imajinasi pembaca. Berikan *bleed* yang lebar, karena *bleed* dengan skala yang kecil semakin membuat gambar mudah dilewatkan terlebih ketika margin sempit (hlm. 147).

2.7.3. Tipe gambar

Harris (2016) menyatakan ada 3 jenis gambar utama yaitu *raster*, *vector* dan campuran antara *raster* dan *vector* (hlm. 38).

1. *Raster*. *Raster* merupakan gambar dengan satuan *pixels* dimana setiap pixelnya memiliki informasi warna untuk mereproduksi gambar. *Raster* memiliki resolusi yang *fixed*. Biasanya gambar dengan *raster* memiliki *output data* berupa JPEG, GIF dan sebagainya (biasanya fotografi atau olah digital fotografi).
2. *Vector*. *Vector* merupakan format gambar yang memiliki resolusi independen sehingga obyek *vector* tidak akan mengalami penurunan kualitas gambar meski ukuran diperbesar atau diperkecil. *Output data* berupa EPS dan biasanya digunakan untuk membuat grafis yang mudah dikirim ke media satu dengan yang lainnya (Biasanya karya olah digital).
3. Gabungan *raster* dan *vector*. Merupakan sebuah karya desain dengan mencampur unsur *raster* dengan *vector*. Secara umum, pencampuran ini berarti memasukkan unsur fotografi dengan dengan elemen *vector* seperti teks, logo, dan sebagainya.

2.8. Tipografi

Harris (2016) menyatakan bahwa tipografi adalah aspek fundamental untuk sebuah desain, terlepas dari posisinya sebagai objek utama atau pelengkap.

Tipografi secara umum banyak digunakan sebagai teks dan dapat juga digunakan sebagai alat visual atau obyek visual (gambar) (hlm. 10).

2.8.1 Alignment

Harris (2016) menyatakan bahwa teks bisa dijajarkan dengan beberapa cara yaitu dengan pertimbangan horizontal dan vertical. Cara ini dapat mewujudkan hirarki teks yang baik dalam desain (hlm. 58). Berikut penjabarannya pada penjajaran horizontal:

1. Rata kiri. Mirip dengan arah penulisan umumnya. Penjajaran ini memperlihatkan teks diratakan ke kiri *margin* dan berakhir dengan posisi acak tergantung dari jumlah kata pada baris. Biasanya dipakai sebagai isi teks.
2. Rata kanan. Penjajaran ini merupakan kebalikan dari rata kiri sebelumnya. Biasanya dipakai sebagai keterangan gambar dan membuat teks keterangan ini mampu dibedakan dengan isi teks utama.
3. Rata tengah. Penjajaran teks dengan rata ini memberikan kesan simetris. Bentuk keseluruhan teks dapat diatur dengan mempertimbangkan struktur kalimat.
4. *Justified*. Penjajaran teks demikian menyesuaikan awal dan akhir kalimat dengan menempel pada *margin* kiri dan kanan dengan cara memberi spasi yang beragam antar kata. Rata ini biasanya dipakai pada isi teks.

Berikut penjabarannya pada penjajaran vertikal:

1. Rata atas. Teks menempel pada atas blok dan *leading* teks ditentukan dengan garis *grid* atau penganturan manual penulis.
2. Rata bawah. Teks menempel pada bawah blok.

3. Rata tengah. Teks menempel di tengah blok teks dan berfungsi untuk mengkondisikan ruang di atas dan bawahnya.
4. *Justified*. Teks dikondisikan untuk pas secara vertical dan horizontal pada blok teks.

2.8.2 Multi Alignment

Harris (2016) menyatakan bahwa dalam karya desain bisa memakai bermacam jenis penjumlahan teks. Hal ini bisa terjadi sesuai dengan sektor dan target yang disasar oleh isi teks tersebut. Penggunaan *multi-alignment* dalam karya publikasi akan membantu perancang dalam memposisikan konten dan memberikan tanda visual kepada audiens untuk menentukan sikap dalam mencerna seperti berhenti sejenak, memindahkan fokus membaca dan sebagainya (hlm. 18).

2.8.3 Typeface

Haslam (2006) menyatakan bahwa dalam pemilihan *typeface*, pemilihan perancang juga harus dengan pertimbangan tertentu yaitu konten buku, periode buku saat dibuat, nilai historis, sisi pembaca, aspek keterbacaan, ketepatan *font* dan aspek-aspek produksi lainnya. Dengan banyaknya variable tersebut, Haslam juga menyataka bahwa pemilihan *typeface* akan lebih mudah dan tepat guna bila perancang menentukan sendiri posisinya (dan perancangannya) dan menjadikan posisi tersebut sebagai dasar pemilihan (hlm. 86).

2.8.4 Klasifikasi *Typeface*

Sherin (2009) membagi *typeface* berdasarkan penggunaan dan penempatannya sebagai berikut:

1. *Text-typeface*. Biasanya berasal dari *family Times* dan sangat mudah terbaca di mata, sangat baik diposisikan sebagai tubuh teks yang padat dan kaya konten.
2. *Display-typeface*. *Type-face* ini biasanya berfungsi untuk menyampaikan sebuah identitas dan *mood*. Bisa dikatakan bersifat dekoratif, untuk itu, pemakaiannya biasanya terletak di *headlines*, judul dan frasa singkat yang terdiri dari kata-kata yang singkat (hlm. 29).

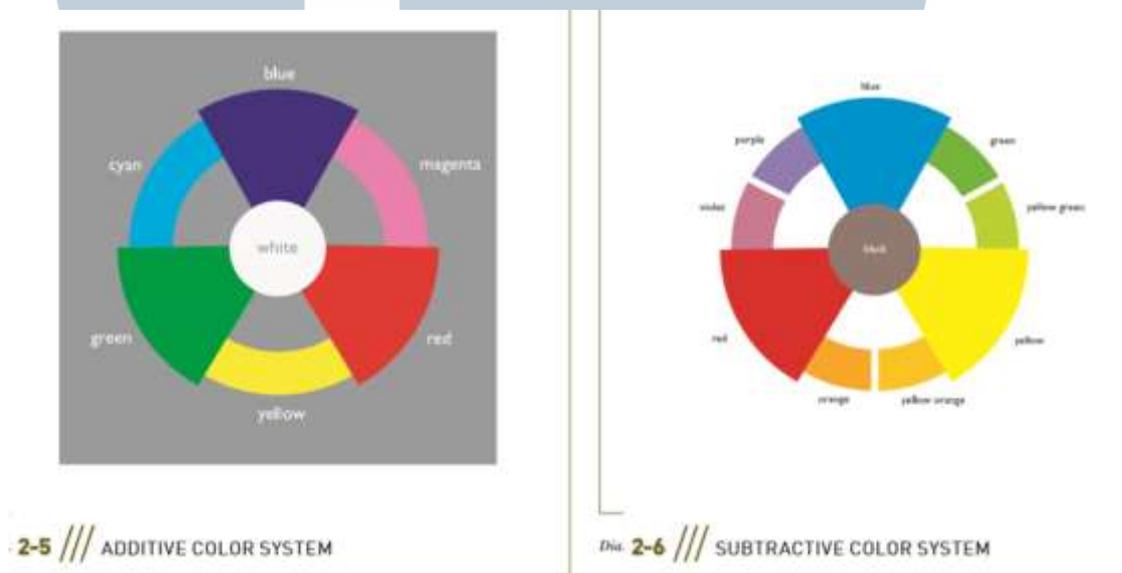
2.9. Warna

White (2003) menyatakan bahwa warna hanyalah material natural yang mentah seperti ruang, tulisan dan gambar. Memakainya secara pintar membutuhkan lebih dari sekadar mempertimbangan bagaimana memoles sebuah halaman. Tidak bisa disanggah, warna dapat meningkatkan sebuah imaji agar menyenangkan mata, tetapi ini kurang dari cukup. Warna haruslah dapat membuka pikiran dan membantu mengeluarkan makna. Kegunaan praktis sebuah warna lebih bernilai kepada pembaca daripada keindahannya sebagaimana pun menyenangkannya. (hlm. 201). Landa (2016) menyatakan bahwa warna adalah elemen desain yang *powerful* dan sangat provokatif. Warna adalah media yang dideskripsikan dengan energi cahaya. Hanya karena cahaya, mata bisa melihat warna. Warna yang dilihat pada permukaan obyek diketahui sebagai warna pantulan.

Landa melanjutkan dengan menjelaskan tentang warna utama. Ketika berkarya dengan media dengan basis layar, tiga warna utama adalah merah, hijau,

dan biru (RGB-red,green,blue). Warna utama ini juga bisa dikatakan sebagai utama aditif karena ketika dicampur dengan kadar yang sama, maka cahaya putih akan tercipta.

Landa juga menambahkan bahwa ada yang disebut dengan warna substraktif yaitu warna yang merupakan pantulan dari permukaan seperti tinta pada kertas. Warna utama dalam warna substraktif adalah merah, kuning dan biru. Dalam media percetakan, ditambahkan elemen warna hitam.



Gambar 2.8. *Color wheel*
(Robin Landa, 2016)

2.9.1. Teknis Pemilihan Warna

White (2003) juga menyatakan prosedur utama yang dilakukan untuk memilih warna yang tepat yaitu (hlm. 68.):

1. Warna harmonis biasanya lebih efektif digunakan. Pilih warna yang berelasi dengan cara bereksplorasi dengan *hue*, *saturation*, dan *value*. *Value* adalah

- faktor paling penting dalam dunia cetak karena mempengaruhi kontras, kontras sendiri dapat membuat obyek menjadi pusat perhatian dan penekanan.
2. Pilih warna yang dapat memperkuat interpretasi pembaca bahkan dalam sebuah metafora-metafora tertentu.
 3. Pilih warna dengan *common senses*. Banyak fakta-fakta dengan studi yang mengemukakan bahwa warna tertentu dapat memberikan implikasi psikologi terhadap si penglihat, namun lepas dari hal ini, warna tertentu juga memiliki artinya sendiri berdasarkan siapa audiesnya, dimana mereka tinggal dsb. Warna (arti, simbol) dipengaruhi oleh lingkungannya.
 4. Warna yang perbedaannya mencolok adalah asset yang sangat bernilai dan bukan hanya warna hitam. Hal ini dapat mengarahkan mata pembaca kepada apa yang penting.

2.9.2. Makna Warna

Morioka (2008) menyatakan bahwa semua makna dari warna adalah relatif karena tergantung oleh faktor umur, gender, pengalaman pribadi, identitas etnik, sejarah, dan tradisi (hlm. 35).

2.9.3. Psikologi dan Asosiasi Warna

Morioka (2008) juga menjabarkan asosiasi warna beserta psikologinya secara umum yaitu sebagai berikut:

1. Hijau, diasosiasikan dengan lingkungan alam dan tumbuhan, secara psikologi umum dapat berarti kesuburan, uang, kebugaran, juga ketamakan, kemabukan, dan racun.

2. Ungu, diasosiasikan dengan royaltitas dan spiritualitas, secara psikologi umum dapat berarti kebijaksanaan, imajinasi, inspirasi, mistik, juga kegilaan dan kekejaman (hlm. 28).
3. Oranye, diasosiasikan dengan musim gugur dan citrus. Secara psikologi umum dapat berarti kreativitas, energi, vibrasi, stimulasi, juga keributan.
4. Hitam, diasosiasikan dengan kematian dan malam. Secara psikologi umum dapat berarti kekuasaan, otoritas, beban, misteri, kesendirian, elegan, juga ketakutan, negativitas, kehampaan, kedukaan dan sesuatu yang jahat (hlm. 29).
5. Putih, diasosiasikan dengan sinar dan kemurnian. Secara psikologi umum dapat berarti kesempurnaan, pernikahan, kebersihan, inosen, kelembutan, kesucian, kebenaran, juga isolasi dan kerapuhan.
6. Abu-abu, diasosiasikan dengan kondisi netral. Secara psikologi umum dapat berarti keseimbangan, keamanan, kedewasaan, kebijaksanaan, intelegensi tinggi, juga kelabu, kesedihan, keraguan, kebosanan, cuaca buruk, dan ketertinggalan (hlm. 29).

2.9.4. Warna Dalam Karya Visual Bali

Covarrubias (2015) menyatakan bahwa gaya dari masyarakat Bali asli biasanya berkaitan erat dengan bebatuan, kayu dan tanah liat sehingga ini berpengaruh pada pemakaian warna yang tidak jauh-jauh dari sesuatu yang berasal dari alam, seperti warna hitam, biru tua, abu-abu, merah bata, dan warna-warna ini tidak vibrant dan terkesan dull, dikarenakan bahan warna yang mungkin saat itu terbatas, namun

warna-warna tersebut masih digunakan sampai sekarang. Pada periode tertentu, warna emas dan merah juga dipakai. (Hlm. 39)



Gambar 2.9. Contoh Pewarnaan dalam Karya Visual Bali
(Sumber: Google Images)

2.10. Fotografi

Frost (2012) mengatakan bahwa foto adalah salah satu elemen kunci dari sebuah halaman buku. Foto mampu mengarahkan pembaca dan membantunya memahami material dan konten dalam halaman. Foto itu sendiri harus secara tepat mengisi ruang dan membantu penyampaian pesan bahkan sebelum diposisikan dalam halaman.

2.10.1. Koreksi warna (fotografi)

Harris (2016) mengatakan bahwa karya fotografi memerlukan koreksi warna untuk mengoreksi ketidaksempurnaan dan ketidakakuratan teknis/kondisi asli saat pengambilan gambar. Koreksi warna bisa menggunakan fitur program dengan

command: color balance, desaturation, variations, hue, selective color, color layers dan *multi-tones* (hlm. 76).

2.11. Grid system

Elam (2014) menyatakan bahwa *grid system* adalah prinsip-prinsip untuk mengorganisasikan teks. Struktur sederhana yang bisa dipakai adalah system 3 X 3 yang bisa divariasikan sesuai kebutuhan. Sistem ini juga memakai kaidah *rule of third* yang dimana blok persegi panjang/persegi yang tercipta akan dibagi menjadi 3 blok vertikal dan horizontal, empat titik temu yang terbentuk akan menimbulkan titik fokus yang optimal. Desainer memakai prinsip penempatan dan kedekatan untuk mendeterminasi unsur teks yang paling penting atau pelengkap.

Berikut penjabaran prinsip :

1. Pengelompokkan. Mengelompokkan elemen penting untuk menyampaikan pesan visual. Mengelompokkan juga membuat elemen memiliki kesinambungan dengan elemen lainnya dengan prinsip *proximity*-kedekatan. Kedua persamaan dan perbedaan (kontras) elemen dapat dikelompokkan untuk menciptakan ritme dan repetisi yang akan mengkondisikan area. Komposisi akan disederhanakan dengan mengelompokkan , pemberian ruang putih dan ruang negative, hal ini akan menegaskan urutan visual.
2. Ruang negatif atau ruang putih (*white space*). Ruang ini akan memiliki dampak langsung pada apa yang akan diterima pelihat. Ketika elemen-elemen yang tidak dikelompokkan masing-masingnya dikelilingi ruang negatif maka keseluruhan komposisi akan menjadi kacau dan tidak terorganisasi dengan baik.

3. Perimeter tepi dan hubungan antar tepi. Membuat perimeter dalam format komposisi adalah langkah kritikal untuk membuat komposisi yang baik. Kesenambungan visual yang baik tercipta dengan urutan visual yang baik.
4. Hukum satu per tiga. Sistem *grid* 3 X 3 memiliki aspek hukum satu pertiga sehingga akan tercipta sebuah blok persegi panjang/persegi yang akan terbagi secara vertikal dan horizontal. Empat titik temu yang terbentuk akan memaksimalkan fokus. *Awareness* akan hokum satu per tiga ini membiarkan desainer untuk memfokuskan perhatian secara natural untuk mengontrol komposisi ruang.

2.12. Budaya

Yudabakti (2007) menyatakan bahwa kebudayaan adalah seluruh sistem gagasan, rasa, tindakan, yang juga dituangkan menjadi karya yang dihasilkan manusia dalam kehidupannya bermasyarakat, yang bisa dijadikan miliknya dengan belajar. Ia juga menyatakan bahwa jangkauan budaya meliputi: (1) ide, gagasan, nilai, norma dan peraturan. (2) pola laku manusia dalam masyarakat (susila). (3) benda-benda hasil karya manusia. Kebudayaan bersifat universal sehingga perlu adanya klasifikasi unsur-unsur kebudayaan yang terdiri dari sistem religi dan upacara keagamaan, sistem dan organisasi kemasyarakatan, sistem pengetahuan, bahasa, kesenian, sistem mata pencaharian hidup dan sistem teknologi atau alat (hlm. 5).

Yudabakti (2007) meminjam pernyataan tokoh seni Bali Drs. Ida Wayan Oka Granoka bahwa agama adalah seni dan seni adalah agama. Seni dan agama identik, maka dari itu, kemanunggalan antara seni dan agama di Bali begitu

dalam. Sebagai contoh, dalam setiap yajna (upacara) selalu terkandung kesenian dan budaya begitu pula sebaliknya, setiap pertunjukkan seni dan budaya, biasanya mengandung ajaran-ajaran agama (hlm. 6).

