

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Desain Grafis

Landa (2011) dalam bukunya menjelaskan definisi desain grafis, yaitu sebuah bentuk komunikasi visual yang digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi pada audiens. Dalam perjalanannya, desain grafis mampu memberikan solusi kepada audiens, antara lain untuk mempersuasi, memberi informasi, mengidentifikasi, memotivasi, menambah, mengorganisir, memberi merek, membangunkan, menemukan, mengikat, dan membawa atau menyampaikan berbagai arti (hlm. 2).

Terdapat berbagai bidang dalam desain grafis, yaitu *advertising, branding, identity design, corporate communication, environmental design, information design, interactive or experience design, motion graphics, package design, promotional design, publication design, dan typographic design* (hlm. 3-4).

2.1.1. Fungsi Desain

Dinyatakan oleh Landa (2011), seorang desainer grafis memiliki pekerjaan yaitu memberikan solusi untuk sebuah *brand* dan koorporasi klien. Lebih dari itu, desain juga memiliki peranan yang penting dengan membantu dalam perekonomian, memberikan informasi pada publik, dan mempromosikan. Seorang desainer grafis juga dapat menggunakan kemampuan desain yang dimilikinya untuk menginformasikan dan mempromosikan pada audiens mengenai isu sosial dan politik, serta mempromosikan tujuan yang dimiliki dari isu tersebut (hlm. 11).

2.1.2. Elemen Desain

Elemen Desain merupakan elemen yang sangat penting dalam menyusun sebuah desain. Menurut Landa (2011), elemen-elemen desain perlu diketahui untuk mengetahui potensi dari elemen tersebut sehingga dapat memanfaatkannya dalam bentuk komunikasi dan ekspresi (hlm. 16).

2.1.2.1. Garis



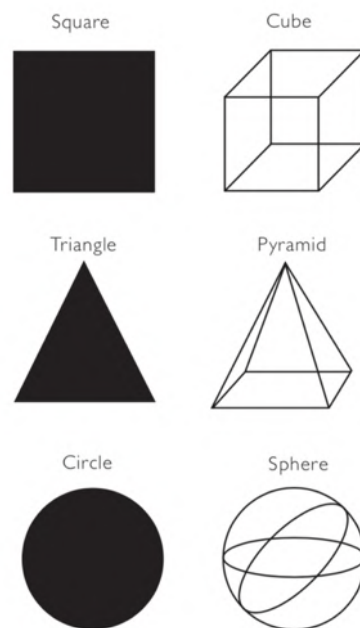
Gambar 2.1. Variasi Garis
(Landa, 2011)

Garis adalah elemen desain yang terbentuk dari titik yang ditarik dari ujung yang satu ke ujung yang lain. Elemen desain ini memiliki kualitas dan tujuannya masing-masing, yang dapat ditentukan melalui tebal, tipis, halus, kasar, lurus, bergelombang, dan bersudut. Berbagai kategori garis, antara lain *solid line*, *implied line*, *edges*, dan *line of vision*. Selain itu, garis memiliki peran yang penting untuk mengarahkan perhatian audiens pada

tujuan yang ingin disampaikan dari sebuah desain. Garis mempunyai fungsi dasar, seperti:

1. Menciptakan bentuk, sudut, gambar, huruf, dan pola.
2. Menggambarkan batas dan menentukan area di dalam komposisi.
3. Membantu menyusun komposisi visual.
4. Membentuk ekspresi yang kreatif.
5. Membangun gaya linier (hlm. 16-17).

2.1.2.2. **Bentuk**



Gambar 2.2. *Basic Shapes and Forms*
(Landa, 2011)

Bentuk merupakan area tertutup yang tercipta dari gabungan garis-garis. Dalam bukunya, Landa (2011) mengatakan bahwa garis tersebut dapat

dilihat dan tidak terlihat, yang dapat diubah menjadi *contour*, *outline*, warna, *tone*, atau tekstur. Pada dasarnya, bentuk bersifat rata atau dua dimensi pada sebuah bidang. Bentuk pada dasarnya terdiri dari 3 jenis, yaitu persegi, segitiga, dan lingkaran. Ketiga jenis bentuk dasar ini kemudian dapat dikembangkan menjadi kubus, *pyramid*, dan *sphere*. Selain itu, bentuk juga dapat berupa bentuk organis, abstrak, *nonrepresentational*, *figurative*, dan *curve* (hlm. 17-18).

2.1.2.3. *Figure/ground*



Gambar 2.3. Contoh *Figure/ground*: Poster Hope for Peace (Landa, 2011)

Figure/ground adalah gabungan dari 2 bentuk dan mampu menciptakan persepsi visual yang berbeda. Audiens mampu melihat 2 persepsi visual yang berbeda ketika menafsirkan, sehingga *figure/ground* ini disebut pula *positive and negative space*. Hal ini dapat terjadi jika dalam sebuah desain

terdapat 2 bentuk, yaitu *figure* atau *positive shape* yang menjadi bentuk dan *ground* atau *negative space* yang menjadi latar dari bentuk tersebut (hlm. 18-19).

2.1.2.4. Warna



Gambar 2.4. Warna
(Landa, 2011)

Dalam elemen desain, warna memiliki peran yang kuat dalam menciptakan perhatian audiens. Dengan bantuan cahaya, maka mata manusia dapat melihat warna dengan baik. Pada umumnya, warna digunakan untuk menunjukkan emosi dan simbol pada budaya. Warna juga dapat menunjukkan sifat dan karakter yang dimiliki oleh sebuah desain (hlm. 18-23).

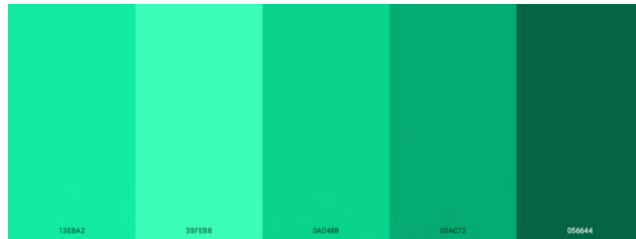
Dalam menentukan warna yang akan digunakan, penting adanya pemahaman mengenai teori warna sehingga dapat menciptakan media informasi dengan warna yang dapat dengan mudah diingat oleh audiens (hlm. 150). Menurut Landa (2011), terdapat 4 kategori warna, yaitu:

1. *Hue*, yaitu nama dari sebuah warna yang merupakan pilihan nama yang dapat dipilih dan disesuaikan kebutuhannya.
2. *Value*, yaitu mengarah pada terang atau gelapnya suatu warna.
3. *Saturation*, yang dapat disebut pula *chroma* atau *intensity* yaitu merupakan tingkat kecerahan suatu warna.
4. *Temperature*, yaitu warna yang dapat menggambarkan panas atau dingin. *Temperature* terbagi menjadi 2, yaitu *warm colors* yang terdiri dari merah, oranye, dan kuning. Sedangkan *cool colors* terdiri dari biru, hijau, dan ungu (hlm. 20).

Lauer dan Pentak (2011) menjelaskan bahwa dalam menentukan warna, terdapat skema warna atau dapat disebut juga dengan *color harmonies* (hlm. 278).

Terdapat beberapa skema warna, antara lain:

1. *Monochromatic*



Gambar 2.5. *Monochromatic*
(<https://www.schemecolor.com/wp-content/uploads/green-diamond-color-scheme-by-schemecolor.png>)

Dalam skema warna *monochromatic*, pilihan *hue* yang digunakan hanya satu jenis *hue*. Meski hanya menggunakan satu jenis *hue*, tetapi *value* yang digunakan dapat bervariasi (hlm. 278)

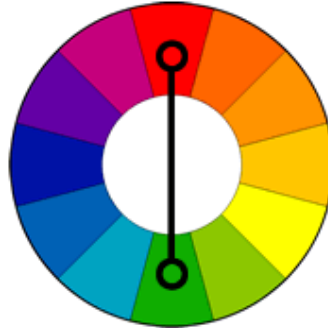
2. *Analogus*



Gambar 2.6. *Analogus*
(<https://www.tigercolor.com/color-lab/color-theory/color-harmonies.htm>)

Analogus merupakan skema warna yang menggabungkan beberapa *hue* yang berada bersebelahan atau berdekatan. *Hue* yang digunakan dapat diatur tingkat *value* sehingga dapat bervariasi (hlm. 279).

3. *Complementary*



Gambar 2.7. *Complementary*
(<https://www.tigercolor.com/color-lab/color-theory/color-harmonies.htm>)

Skema warna ini merupakan penggabungan antara warna yang berlawanan antara satu dengan yang lainnya dalam *color wheel*. Dengan menggabungkan warna yang berlawanan, skema warna *complementary* ini akan menghasilkan *contrast* yang tinggi (hlm. 280).

4. *Triadic*



Gambar 2.8. *Triadic*
(<https://www.tigercolor.com/color-lab/color-theory/color-harmonies.htm>)

Seperti namanya, pada skema warna *triadic* ini menggunakan 3 *hue* yang berjarak sama artinya satu dengan yang lainnya pada *color wheel*. Dalam *color wheel*, ketiga warna ini akan membentuk segitiga (hlm. 280).

Setiap warna memiliki makna psikologi yang dijelaskan oleh Eiseman dalam buku *The Complete Color Harmony, Pantone Edition* (2017). Dalam bukunya dijelaskan makna psikologi dari 13 warna.

1. Merah

Warna merah memiliki hubungan dengan gairah (*passionate*) dan adrenalin. Dijelaskan bahwa ketika manusia melihat warna merah, reaksi yang ditimbulkan lebih tanggap dan kuat.

2. Biru

Warna yang seringkali dideskripsikan sebagai warna langit ini merupakan warna yang melambangkan inspirasi, ketulusan, kebenaran, kesederhanaan, iman, dan pengabdian.

3. *Blue Green*

Merupakan gabungan antara warna biru dan hijau, warna ini memiliki makna kesetiaan, ketenangan, dan kebijaksanaan. *Blue green* memiliki sejarah dan makna tersendiri dalam setiap daerah, seperti penggunaan warna *blue green* dalam tekstil dan karya seni pada daerah Mediterranean yang melambangkan pembaruan dan penyegaran.

4. Hijau

Seringkali, hijau diasosiasikan dengan warna yang terdapat pada alam. Warna hijau sendiri memiliki makna kesuburan, kelahiran kembali, kesehatan, dan berhubungan dengan pemeliharaan alam (*recycle*).

5. Hitam

Meskipun warna ini melambangkan kesedihan dan kedukaan, namun warna hitam juga memiliki sisi positif yang melambangkan warna yang elegan, kuat, klasik, dan *timeless*.

6. Kuning

Kuning merupakan warna dari matahari yang memiliki makna kebahagiaan, harapan, energi, dan *friendly*. Selain itu, warna ini juga memiliki makna artistik dan imajinatif.

7. Orange

Warna yang merupakan penggabungan antara warna merah dan kuning ini bermakna keramahan, optimistik, energi, dan kebahagiaan.

8. Ungu

Ungu memiliki makna semangat, energi, dan melambangkan kreativitas. Selain itu, warna ini juga melambangkan suasana yang mempersonam mistis, dan misterius. Seringkali ungu digunakan pada warna gerejawi.

9. Putih

Warna yang kontras dengan warna hitam ini merupakan warna yang melambangkan kebersihan, kelembutan, dan kesucian. Untuk warna *off-white* memiliki makna nostalgia dan berhubungan dengan kegiatan mengenang.

10. Netral/Natural

Abu-abu, krem, dan *taupe* merupakan warna-warna yang termasuk dalam warna netral. Warna netral, khususnya krem, bermakna kesederhanaan, ketenangan, dan keteguhan.

11. Abu-abu

Warna ini berada di antara warna hitam dan putih. Meski berada di antara kedua warna kontras, namun warna abu-abu ini memiliki suatu filosofi melalui kehadirannya, yaitu memberikan solusi dan jalan tengah. Abu-abu dapat dijumpai pada warna monumen dan kuil.

12. *Khaki*

Warna yang terbentuk karena percampuran antara warna krem dan abu-abu ini merupakan warna yang klasik dan seringkali dikaitkan dengan warna alam.

13. Cokelat

Cokelat dianggap warna yang memiliki makan kestabilan, jujur, membumi, dan kokoh. Selain itu, warna ini juga berkaitan dengan masa lalu (hlm. 65-120).

2.1.2.5. **Tekstur**



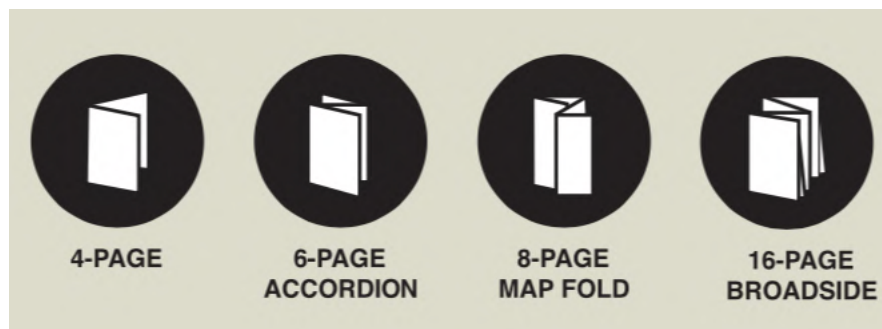
Gambar 2.9. Karakteristik Tekstur
(Landa, 2011)

Tekstur merupakan kualitas yang dapat ditemukan pada sebuah permukaan, pada umumnya adalah kertas. Ada 2 kategori tekstur antara lain *tactile textures* dan *visual textures*. *Tactile textures* merupakan jenis tekstur yang dapat disentuh dan dirasakan. Biasanya, tekstur ini dapat dihasilkan dari teknik *printing*, seperti *embossing*, *debossing*, *stamping*, *engraving*, dan *letterpress*. Sedangkan *visual textures* merupakan tekstur yang dibuat dengan tangan secara manual, melalui proses *scan* dari tekstur aslinya, atau melalui proses fotografi (hlm. 23-24).

2.1.3. Prinsip Desain

Dalam bukunya, Landa (2011) memaparkan bahwa prinsip desain perlu untuk diterapkan dalam menciptakan sebuah desain. Pada dasarnya, prinsip desain saling bergantung antara satu dengan yang lainnya. Sebuah desain harus memiliki keseimbangan dan kesatuan antara elemen satu dengan yang lainnya. *Proximity* yang merupakan kedekatan satu elemen dan lainnya, *similarity* yang merupakan kemiripan, dan *continuity* yang merupakan elemen berkelanjutan merupakan kunci dari sebuah kesatuan suatu desain. Di dalam desain, penekanan juga memiliki peran untuk memperjelas pesan yang ingin disampaikan. Sedangkan irama berperan dalam membantu menciptakan *flow* yang menghubungkan elemen satu dengan elemen lainnya.

2.1.3.1. Format

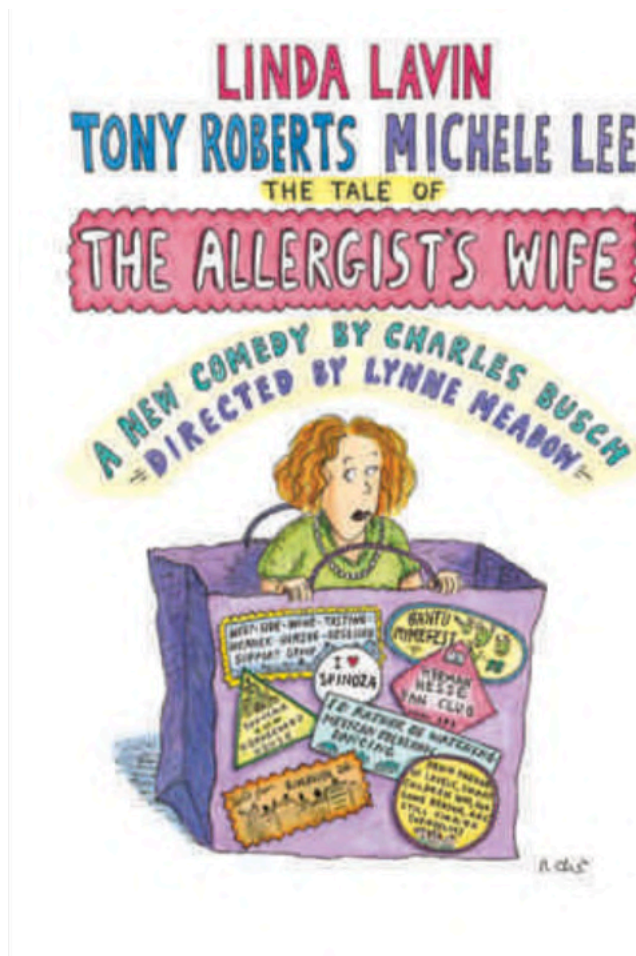


Gambar 2.10. *Folding Styles*
(Landa, 2011)

Format merupakan bentuk media yang digunakan dalam menciptakan sebuah desain. Dalam perjalanannya, seorang desainer grafis dapat bekerja dengan berbagai format, seperti poster, *cover* CD, brosur dan lain

sebagainya. Format-format yang dijumpai memiliki bentuk dan ukuran yang berbeda, namun pada umumnya setiap format memiliki standar ukuran (hlm. 24-25).

2.1.3.2. Keseimbangan



Gambar 2.11. Poster The Tale of the Allergist's Wife (Landa, 2011)

Keseimbangan atau *balance* adalah prinsip desain yang menekankan pada stabilitas yang diciptakan dari distribusi elemen visual yang merata pada sebuah desain. Suatu karya desain dapat dinyatakan mencapai titik

keseimbangan jika audiens mampu merasakan keharmonisan yang tercipta dari desain tersebut.



Gambar 2.12. Simetris, Asimetris, dan *Radial Balance*
(Landa, 2011)

Ketika mempelajari keseimbangan, maka ada 3 hal yang perlu diperhatikan, yaitu *visual weight*, *position*, dan *arrangement*. Selain itu, keseimbangan juga dibagi menjadi 3, antara lain simetris, asimetris dan *radial balance*. Simetris adalah jenis yang terbentuk dari keseimbangan kedua sisi dengan *mirroring* atau biasanya disebut *reflection symmetry*. Sedangkan, asimetris adalah jenis keseimbangan yang terbentuk bukan dengan *mirroring*, tetapi dapat terbagi *visual weights* secara merata. *Radial balance* adalah keseimbangan yang tercapai dari penggabungan antara simetri horizontal dan vertikal (hlm. 25-28).

2.1.3.3. Hierarki Visual



Gambar 2.13. Poster Metropolis
(Landa, 2011)

Dalam sebuah desain, hierarki visual digunakan sebagai panduan untuk audiens dalam melihat desain. Hierarki visual tercipta dari penyusunan elemen visual sesuai urutan informasinya, dengan *emphasis* (hlm. 28-29).

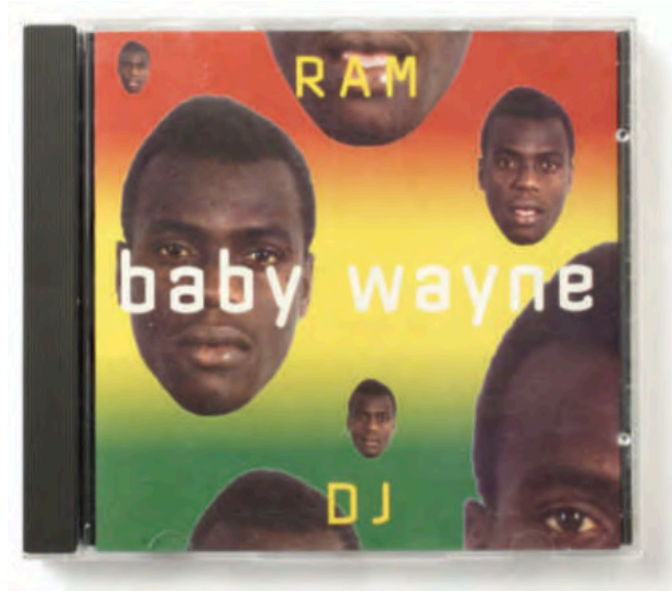
2.1.3.4. Penekanan



Gambar 2.14. *Package Design*, Superdrug Herbal Supplements (Landa, 2011)

Penekanan atau *emphasis* memiliki fungsi untuk membangun hierarki visual. Penekanan dalam sebuah desain dapat diciptakan dengan menentukan elemen atau informasi yang penting dari desain yang kemudian akan dilihat oleh audiens. Terdapat 6 bentuk penekanan, antara lain *emphasis by isolation*, *emphasis by placement*, *emphasis through scale*, *emphasis through contrast*, *emphasis through direction and pointers*, dan *emphasis through diagrammatic structures* (hlm. 29-30).

2.1.3.5. Irama



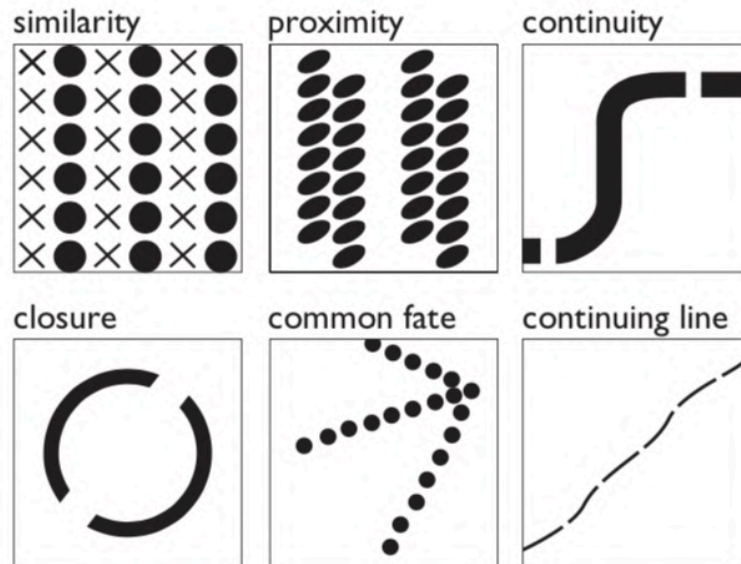
Gambar 2.15. *Rounder Records CD Packaging: Baby Wayne RAM DJ*
(Landa, 2011)

Irama atau *rhythm* dalam sebuah desain memiliki arti menciptakan repetisi dan variasi yang stabil. *Rhythm* menciptakan alur pada desain yang dapat terbentuk dari warna, tekstur, *figure/ground*, *emphasis*, dan *balance* (hlm. 30-31).

2.1.3.6. Kesatuan

Kesatuan atau *unity* adalah prinsip desain yang merupakan kesatuan dari semua elemen desain ketika dilihat oleh audiens. Konsep kesatuan ini diperkuat dengan prinsip *gestalt* yang merupakan persepsi yang timbul ketika elemen desain tersebut tersusun secara utuh menjadi satu kesatuan desain (hlm. 31).

2.1.3.7. *Law of Perceptual Organization*



Gambar 2.16. Jenis *Gestalt*
(Landa, 2011)

Dalam *Laws of Perceptual Organization*, terdapat 6 hukum, yaitu :

1. *Similarity*, yaitu elemen yang memiliki karakter yang serupa, seperti bentuk, tekstur, warna, dan arah.
2. *Proximity*, yaitu elemen yang memiliki jarak berdekatan akan dipersepsikan sebagai satu kesatuan.
3. *Continuity*, yaitu elemen yang terlihat sebagai kelanjutan dari elemen lain sebelumnya dianggap memiliki satu kesatuan dan menimbulkan kesan gerakan atau *movement*.
4. *Closure*, yaitu kecenderungan pikiran untuk menyatukan elemen yang memiliki sifat individual menjadi satu kesatuan bentuk, *unit*, atau *pattern*.

5. *Common fate*, yaitu elemen yang mengarah atau bergerak dengan arah yang sama akan dianggap sebagai satu kesatuan.
6. *Continuing line*, yaitu meskipun sebuah garis terputus, namun audiens tetap melihat garis tersebut sebagai satu kesatuan secara keseluruhan.

2.2. Media Informasi

Katz (2007) menyatakan bahwa media memegang peranan penting dalam kehidupan untuk memenuhi kebutuhan manusia sehari-hari. Hal tersebut dikarenakan media menyajikan informasi dan hiburan yang dibutuhkan oleh setiap manusia. Menonton televisi di pagi hari untuk mengetahui berita terkini merupakan salah satu fungsi media sebagai pemenuhan informasi yang dapat dirasakan dalam keseharian. Media juga dapat memberikan hiburan dalam hidup manusia, seperti contohnya ketika seseorang membaca majalah dan menemukan berita seputar kehidupan artis yang dapat menghibur mereka. Media informasi terbagi menjadi 2 jenis, antara lain media cetak dan media elektronik (hlm. 1-2).

2.2.1. Elemen Pesan

Dalam bukunya, Turow (2011) menyebutkan elemen pesan yang terdiri dari *source*, *encoder*, *transmitter*, *channel*, *receiver*, *decoder*, *feedback*, dan *noise*.

1. *Source*, yaitu sumber dari suatu pesan. Dalam komunikasi massa, *source* pada umumnya tak hanya datang dari satu individu, melainkan dapat berasal dari suatu organisasi atau perusahaan.
2. *Encoding*, yaitu proses di mana sumber pesan tersebut menerjemahkan pemikiran atau ide tersebut menjadi hal yang dapat dirasakan oleh indera manusia, meliputi suara, penglihatan, penciuman, rasa, dan peraba.

3. *Transmitter*, yaitu tahapan ketika pesan atau ide disampaikan oleh sumber pesan dengan melibatkan kegiatan atau aktivitas fisik.
4. *Channel*, yaitu suatu jalur atau medium yang dilalui *transmitter* dalam menyampaikan pesan.
5. *Receiver*, yaitu seseorang atau suatu organisasi yang menangkap dan memperoleh pesan yang telah disampaikan.
6. *Decoding*, yaitu tahapan ketika penerima pesan menerjemahkan arti dari pesan menurut pemahamannya.
7. *Feedback*, yaitu ketika penerima pesan tersebut memberikan tanggapan atas pesan yang telah disampaikan sebelumnya.
8. *Noise*, yaitu gangguan yang terjadi ketika penyampaian pesan. Gangguan tersebut dapat berupa gangguan yang berasal dari lingkungan sekitar, hal mekanis, dan semantik atau penggunaan bahasa yang tidak dapat dimengerti (hlm. 8-11).

2.2.2. Jenis Media

Turow (2011) membagi media menjadi 2 jenis, antara lain:

1. Media Cetak

Pada umumnya, media cetak merupakan media informasi yang identik dengan tinta dan kertas. Contoh media cetak, yaitu:

- a. Buku
- b. Koran
- c. Majalah (hlm. 225).

2. Media Elektronik

Media ini merupakan media informasi yang tumbuh dan berkembang secara cepat. Media elektronik cenderung tidak memiliki batasan sehingga *audience*, dapat melakukan eksplorasi sebebasnya. Contoh dari media elektronik, antara lain:

- a. *Recording*
- b. Radio
- c. Film
- d. Televisi
- e. Internet dan *video game* (hlm. 327).

2.3. Buku

Menurut DiMarco (2010), buku memiliki makna sebagai sebuah wadah berisi informasi yang dicetak, didukung dengan sekumpulan teks dan gambar. Buku mempunyai fungsi komunikasi dengan tujuan antara lain untuk memberikan informasi, persuasi, edukasi, dan hiburan. Dijelaskan pula bahwa terdapat beberapa komponen dalam penyusunan suatu buku agar menjadi satu kesatuan yang utuh, seperti sampul buku, punggung buku, *layout*, dan tambahan gambar berupa ilustrasi dan fotografi yang dapat mendukung (hlm. 112).

Haslam (2006) menjelaskan buku sebagai sebuah bentuk tertua dari sebuah dokumentasi yang berisi pengetahuan, gagasan, dan kepercayaan. Dalam bukunya, Haslam menambahkan bahwa buku memiliki peranan yang besar dalam menyebarkan suatu gagasan yang dapat mengubah pengetahuan, kebudayaan, dan pertumbuhan ekonomi. Selain itu, buku juga berperan penting sebagai wadah

untuk mendokumentasikan informasi atau sejarah sehingga dapat terus dilestarikan keberadaannya (hlm. 6-12).

2.3.1. Jenis Buku

Bahar (2008) menyebutkan jenis-jenis buku menurut bidangnya, diantaranya:

1. Buku Fiksi

Jenis buku ini berkaitan dengan khayalan dan imajinasi manusia. Penulisan buku cenderung mudah karena tidak perlu berdasarkan data akurat dan sumber pustaka. Buku fiksi pada umumnya terdiri dari alur cerita, tokoh, konflik, dan penyelesaian. Cerita pendek, novel, puisi, dan naskah drama merupakan ragam dari buku fiksi.

2. Buku *Text Book*

Buku *text book* ini merupakan buku yang berfungsi sebagai bahan rujukan atau referensi dari suatu informasi. Pada umumnya buku ini menggunakan bahasa yang formal.

3. Buku Diktat

Buku ini merupakan bahan bagi pembelajaran di perkuliahan yang dibuat oleh guru atau dosen dengan mengacu pada kurikulum dinas pendidikan.

4. Buku *How To*

Sesuai dengan namanya, buku *how to* berisikan petunjuk mengenai suatu persoalan untuk menjawab rasa ingin tahu para pembacanya. Buku ini bersifat komunikatif yang dapat memandu pembacanya dalam memahami suatu hal.

5. Buku Agama

Jenis buku ini berkaitan dengan materi keagamaan yang tingkat kebutuhan konsumennya berada di urutan yang tinggi. Buku jenis ini peminatnya dapat meningkat tajam jika terjadi persoalan hidup.

6. Buku Agrobisnis

Jenis buku ini merupakan jenis yang cukup laku karena berisi panduan melakukan agrobisnis yang berhubungan dengan budidaya tanaman dan hewan ternak. Buku ini berisi panduan serta pengalaman seputar agrobisnis.

7. Buku Biografi

Buku ini membahas mengenai riwayat hidup dari orang yang sudah terkenal dan memiliki daya tarik tersendiri di kalangan masyarakat. Konten dari buku biografi dapat membahas dari berbagai sudut pandang. Buku biografi dapat ditulis oleh penulis profesional atau oleh tokoh itu sendiri. Pada perancangan buku ini, penulis merancang buku yang termasuk ke dalam buku biografi yang membahas mengenai 10 pelopor seniman lukis perempuan di Indonesia.

8. Buku Terjemahan

Buku terjemahan merupakan buku yang mengharuskan penulisnya memiliki keahlian dalam bahasa asing untuk menerjemahkan buku berbahasa asing menjadi buku Bahasa Indonesia (hlm. 94-105).

Sedangkan Turow (2013) membagi jenis buku menjadi 2 jenis, yaitu buku edukasi profesional dan buku konsumen. Buku edukasi profesional berisikan konten yang bersifat pembelajaran dan mengenai subjek tertentu. Sedangkan buku

konsumen berisikan konten yang dapat dibaca oleh berbagai kalangan pembaca.

Buku konsumen terbagi menjadi 7 jenis buku, antara lain:

1. *Trade Books*

Jenis buku ini merupakan buku yang sering kali ditemukan dalam toko buku dan perpustakaan. *Genre* dari buku ini dapat berupa fiksi maupun non-fiksi dengan ukuran buku standar pada umumnya.

2. *Mass Market Paperback*

Buku ini memiliki ukuran yang lebih kecil jika dibandingkan dengan *trade book*. Biasanya, *mass market paperback* ini dapat ditemukan di tempat penjualan koran, swalayan, dan toko obat. *Genre* untuk jenis buku ini pada umumnya didominasi oleh *romance* dan *science fiction*.

3. *Religious Books*

Konten dalam jenis buku ini berfokus pada konten seputar ajaran agama tertentu.

4. *Book Clubs* dan *Mail-Order*

Buku ini merupakan buku yang ditulis dan dipublikasikan oleh suatu komunitas atau organisasi yang berada dalam satu tujuan atau ketertarikan yang sama. Biasanya, buku jenis ini dibuat sesuai dengan topik tertentu, seperti memasak, sejarah, aktivitas luar ruangan, dan lain sebagainya. Buku ini dapat dibeli melalui *website* dari komunitas tersebut.

5. *Scholarly Books*

Jenis buku ini merupakan buku yang dipublikasikan oleh badan pendidikan, badan penelitian, museum, dan universitas. Pada umumnya buku ini berisi kumpulan penelitian ilmiah.

6. *Subscription Reference Books*

Pada umumnya, buku jenis ini berupa kamus, atlas, dan ensiklopedia yang dapat diakses oleh pembaca. Selain itu, pembaca juga dapat berlangganan buku ini dengan berbagai macam pilihan paket (hlm. 197-200).

Selain berbagai jenis buku yang telah dijelaskan sebelumnya, terdapat satu jenis buku yang belum disebutkan, yaitu *coffee table book*. Menurut Oh! Design Studio dalam ohdesignstudio.com, *coffee table book* merupakan jenis buku yang lebih menekankan dan mengarah kepada visual dari buku tersebut. Pada umumnya, jenis buku ini berisi hasil fotografi dan ilustrasi. Dikarenakan lebih menekankan pada arah visual, umumnya buku *coffee table book* ini berukuran besar.

Terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam produksi *coffee table book*, antara lain:

1. Menentukan tema

Pembuatan *coffee table book* harus didasari oleh sebuah tujuan dan fokus tertentu yang kemudian akan menghasilkan tema buku yang menarik.

2. Memberikan faktor menarik pada desain dan *layout*

Pada dasarnya, *coffee table book* memang bertujuan selain untuk memberikan informasi dan inspirasi bagi pembaca, tetapi juga

memberikan sentuhan menarik pada ruangan sebagai *display*. Maka, penting dalam perancangan *coffee table book* untuk membuat desain yang menarik dan tampilan yang berbeda.

3. Penyusunan konten dengan alur

Coffee table book juga memperhatikan konten dari buku yang memiliki alur. Tentunya memerlukan penulis dan editor yang handal sehingga mampu mengolah hasil riset, seperti arsip dan wawancara.

4. Penggunaan gambar

Buku yang menekankan pada visual ini umumnya menggunakan visual bergambar, seperti fotografi, ilustrasi, dan lain sebagainya. Sehingga, penggunaan gambar dalam *coffee table book* harus diperhatikan.

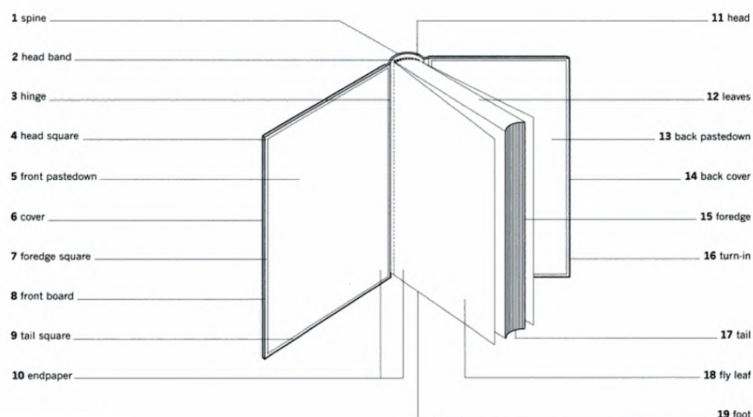
5. Percetakan buku

Dalam produksi *coffee table book*, penting untuk memperhatikan kualitas cetak dari jenis buku tersebut. Produksi *coffee table book* biasanya menggunakan percetakan dengan kualitas kelas atas yang mampu menghasilkan kualitas gambar yang baik dan tajam.

Buku yang penulis rancang ini termasuk ke dalam jenis *coffee table book* yang memiliki ukuran besar dengan tema yang spesifik, yaitu membahas mengenai retrospektif hidup dari 10 pelopor seniman lukis perempuan di Indonesia melalui studi arsip dengan mempertimbangkan desain dan *layout* buku yang baik.

2.3.2. Komponen Buku

Dalam bukunya, Haslam (2006) menjabarkan dan menjelaskan komponen yang ada dalam sebuah buku, yaitu:



Gambar 2.17. Komponen Buku
(Haslam, 2006)

1. *Spine*

Punggung buku yang menutupi bagian buku yang terikat.

2. *Head band*

Bagian berupa sambungan yang menghubungkan antara *sampul* depan dengan sampul belakang, biasanya dibuat berwarna untuk melengkapi *cover* buku.

3. *Hinge*

Lipatan yang terdapat pada *endpaper* yang posisinya berada di antara *pastedown* dan *fly leaf*.

4. *Head square*

Bagian yang melindungi buku, terdiri dari *cover* dan karton tebal dengan ukuran yang lebih besar dibandingkan dengan isi buku.

5. *Front pastedown*

Endpaper yang direkatkan pada sisi dalam *cover*.

6. *Cover*

Disebut juga dengan sampul, yang merupakan kertas tebal atau karton yang melindungi isi dari buku.

7. *Foreedge square*

Bagian pelindung kecil yang terbentuk dari bagian *cover* dan sisi belakang *cover*.

8. *Front board*

Sampul berupa karton yang terletak di bagian depan dari sebuah buku.

9. *Tail square*

Bagian pelindung kecil yang terletak di bagian bawah buku dan terbentuk ketika *cover* dan lapisan belakang lebih besar daripada halaman pada buku.

10. *Endpaper*

Lembaran kertas yang tebal berfungsi untuk menutupi bagian dalam dari sebuah *cover* dan digunakan sebagai pelindung *hinge*.

11. *Head*

Bagian sisi atas dari sebuah buku.

12. *Leaves*

Merupakan halaman buku yang terdiri dari 2 sisi.

13. *Back pastedown*

Endpaper yang direkatkan pada bagian sisi dalam dari sampul belakang.

14. *Back cover*

Sampul belakang dari sebuah buku.

15. *Foredge*

Bagian pojok depan dari sebuah buku.

16. *Turn-in*

Kertas atau bahan yang dilipat dari luar ke sisi dalam bagian *cover* buku.

17. *Tail*

Bagian sisi bawah sebuah buku.

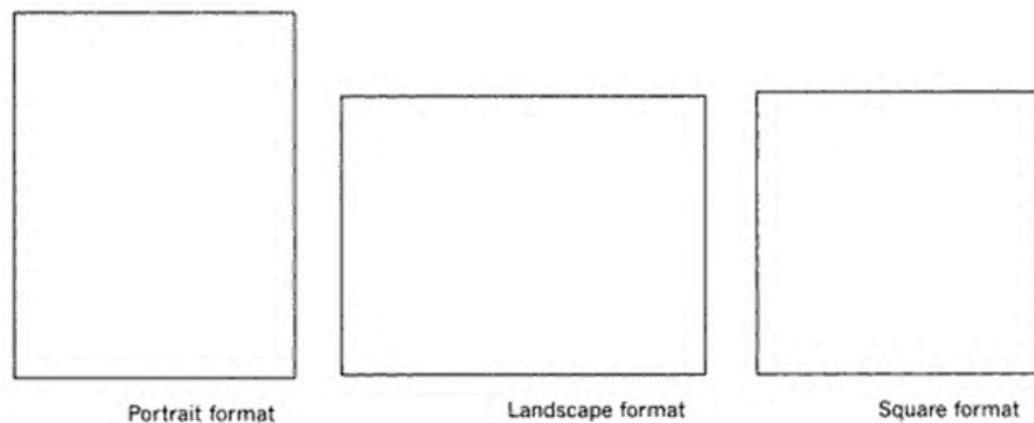
18. *Fly leaf*

Halaman yang ada dibalik *endpaper*.

19. *Foot*

Bagian bawah dari sebuah halaman kertas pada buku (hlm. 20).

2.3.3. Format



Gambar 2.18. Format Buku
(Haslam, 2006)

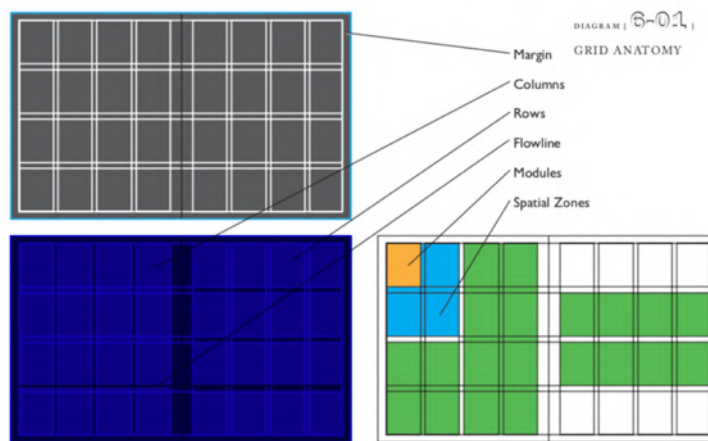
Format sebuah buku berdasarkan Haslam (2006) ditentukan melalui hubungan antara tinggi dan lebar dari suatu kertas. Pada dasarnya, buku memiliki 3 karakteristik format, yaitu *portrait* di mana kertas memiliki ukuran tinggi lebih besar dari lebar, *landscape* di mana kertas memiliki ukuran lebar lebih besar

dibandingkan dengan tinggi, dan *square* di mana kertas memiliki tinggi dan lebar yang sama. Format buku dapat disesuaikan dengan konsep dan desain yang ingin ditawarkan oleh buku tersebut pada pembaca. Penentuan format buku juga digunakan untuk memberikan kenyamanan bagi pembacanya (hlm. 30).

2.3.4. *Grid System*

Landa (2011) menjelaskan bahwa *grid* adalah garis panduan berupa garis vertikal dan horizontal yang membagi format menjadi kolom dan *margin*. Penggunaan *grid* pada desain memiliki tujuan untuk menghasilkan komposisi yang baik. Adanya *grid* juga dapat memudahkan konsumen dalam membaca konten informasi secara teratur dan berurutan (hlm. 158).

2.3.4.1. *Anatomi Grid*



Gambar 2.19. *Anatomi Grid*
(Landa, 2011)

Terdapat anatomi yang umumnya terdapat pada *grid*, antara lain :

1. *Margins*

Merupakan ruang kosong pada kanan, kiri, atas, dan bawah dari sebuah halaman. *Margins* digunakan sebagai batasan dalam mendesain.

2. *Columns* dan *Column Intervals*

Columns adalah garis lurus vertikal yang digunakan untuk meratakan teks pada sebuah halaman. Sesuai kebutuhannya, jumlah *columns* dapat berbeda-beda tergantung pada konsep yang ingin dicapai. Ruang kosong yang terletak di antara *columns* disebut sebagai *column intervals*.

3. *Flowlines*

Dalam proses membaca sebuah visual, *flowlines* dibutuhkan untuk membantu memudahkan dalam proses memahami dan memperoleh informasi.

4. *Grid Modules*

Merupakan *grid* yang membagi halaman dengan blok-blok persegi untuk mempermudah menempatkan teks dan gambar.

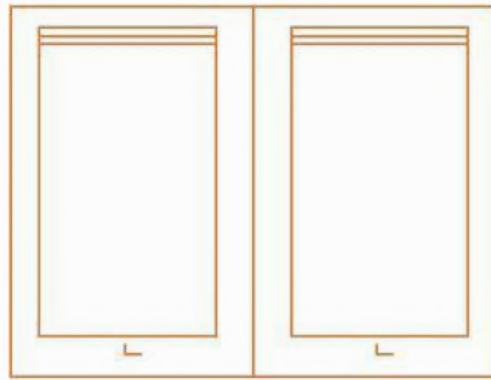
5. *Spatial Zones*

Dalam *spatial zones*, dilakukan pengelompokkan *grid modules* untuk menentukan penempatan komponen grafis secara proporsional (hlm. 161-162).

2.3.4.2. **Jenis *Grid***

Tondreau (2009) menyebutkan berbagai jenis *grid*, yaitu:

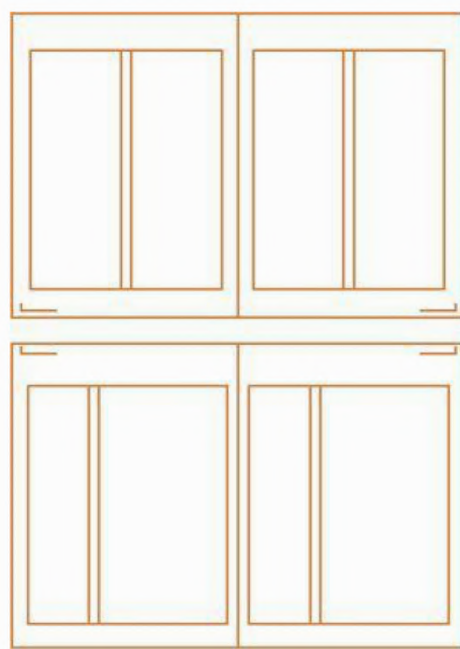
1. *Single-Column Grid*



Gambar 2.20. *Single-Column Grid*
(Tondreau, 2009)

Jenis *grid* ini umumnya digunakan untuk teks yang berkelanjutan. Biasanya *single-column grid* dipakai dalam penulisan esai, laporan, dan buku.

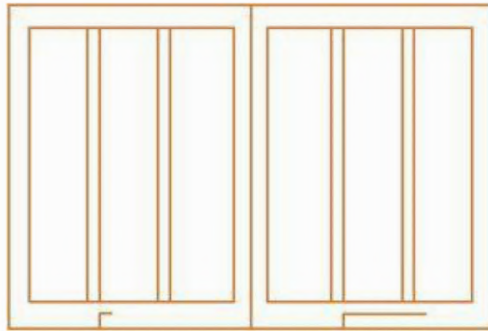
2. *Two-Column Grid*



Gambar 2.21. *Two-Column Grid*
(Tondreau, 2009)

Jenis *grid* ini umumnya digunakan pada teks yang cenderung banyak sehingga disajikan dengan kolom yang terpisah. Kedua kolom pada *grid* ini dapat diatur besarnya, dengan memperhatikan besar kolom harus 2 kali lebih besar dari kolom yang berukuran lebih kecil.

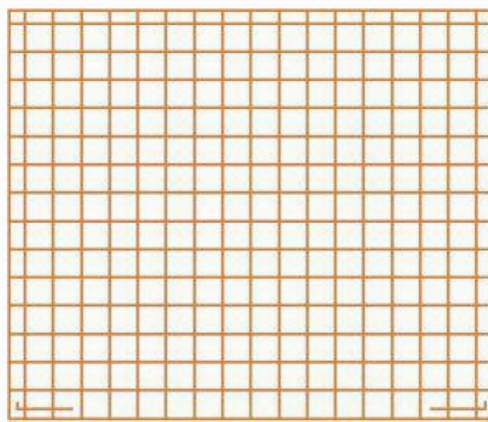
3. *Multicolumn Grids*



Gambar 2.22. *Multicolumn Grid*
(Tondreau, 2009)

Jenis *grid* ini lebih fleksibel jika dibandingkan dengan 2 *grid* sebelumnya. *Multicolumn grids* menggabungkan besar *grid* yang berbeda. Biasanya penggunaan *grid* ini diterapkan dalam majalah dan situs *web*.

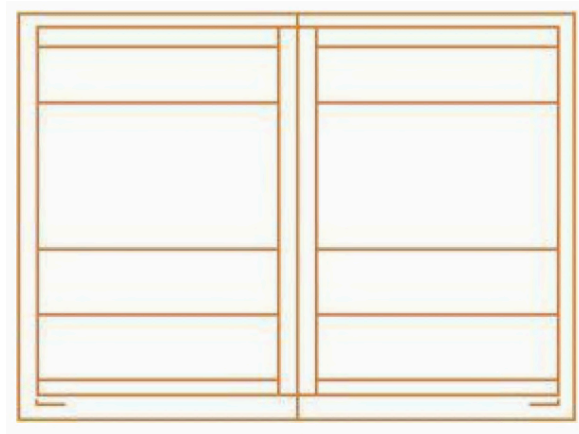
4. *Modular Grids*



Gambar 2.23. *Modular Grid*
(Tondreau, 2009)

Jenis *grid* ini merupakan *grid* yang baik dalam mengatur teks dan informasi yang kompleks. Dalam penggunaan *modular grids* dapat menggabungkan antara kolom vertikal dan horizontal untuk menyusun teks buku. Penulis menggunakan *grid* jenis *modular grid* ini dalam perancangan buku kumpulan biografi pelopor seniman lukis perempuan di Indonesia. Pemilihan *grid* ini dikarenakan konten isi buku yang kompleks, berupa teks biografi, foto, lukisan, dan kumpulan arsip.

5. *Hierarchical Grids*



Gambar 2.24. *Hierarchical Grid*
(Tondreau, 2009)

Jenis *grid* ini memiliki ciri membagi halaman menjadi beberapa zona. Pada umumnya *hierarchical grids* terdiri dari kolom horizontal (hlm. 24-28).

2.3.5. *Layout*

Ambrose dan Harris (2011) menjelaskan, *layout* merupakan tata letak penyusunan elemen dalam sebuah desain untuk menciptakan suatu urutan. *Layout* dalam desain pada dasarnya bertujuan untuk memberikan informasi dan arahan pada *audience*. Elemen yang disusun dapat berupa teks maupun gambar yang saling berkaitan dan membantu dalam menyampaikan informasi secara jelas kepada *audience*. *Layout* yang baik mampu mempermudah *audience* dalam memahami informasi yang sulit. *Layout* memiliki fungsi utama yaitu untuk membiarkan elemen-elemen, seperti elemen gambar, untuk berada di lokasi yang tepat sehingga dapat berkomunikasi dengan baik (hlm. 9-10).

2.3.6. *Alignment*

Menurut Ambrose dan Harris (2010), *alignment* adalah posisi peletakan suatu teks yang berhubungan dengan margin vertikal dan horizontal pada sebuah halaman.

Terdapat 2 tipe *alignment*, yaitu:

1. Horizontal

- a. *Range left/ragged right*

Tipe *alignment* ini mengikuti teknik arah menulis pada umumnya, dengan penulisan teks dimulai dari sisi kiri dan berakhir secara tidak rata di sisi kanan.

- b. *Centred*

Dalam *centred alignment*, setiap baris diratakan pada sisi tengah dan berada di antara *margin* halaman sehingga membentuk susunan teks yang simetris dengan bagian sisi kiri dan sisi kanan yang tidak rata.

c. *Range right/ragged left*

Alignment jenis ini jarang dipakai karena sulit untuk dibaca. Biasanya *range right* digunakan pada teks *caption*.

d. *Justified*

Pada *justified*, teks disusun dan diratakan memenuhi kedua *margin*. Namun hal tersebut menimbulkan ruang kosong antar kata dan dapat memunculkan tanda hubung sehingga desainer harus lebih memperhatikan spasi antar kata.

e. *Justified with last line aligned centre*

Justified pada jenis ini dilakukan dengan mengisi baris teks memenuhi sisi kanan dan kiri *margin*, tetapi pada baris terakhir diletakkan pada sisi tengah *margin*. Pada umumnya *alignment* ini digunakan dalam penulisan kutipan.

f. *Force justified*

Jenis *alignment* ini memaksa setiap barisan teks untuk memenuhi hingga tepi *margin*. Sehingga, memunculkan ruang kosong ketika memasukkan spasi antar kata.

2. Vertikal

a. *Top aligned*

Top aligned merupakan jenis *alignment* yang sering digunakan. Pada jenis ini, teks diletakkan pada sisi kiri atas dari *text box*.

b. *Bottom aligned*

Dalam *bottom aligned* ini teks diletakkan pada sisi bawah dari *text box* sehingga menyisakan bagian kosong pada sisi atas.

c. *Centre aligned*

Pada *centre aligned*, teks diletakkan pada sisi tengah *text box* dengan *spacing* sisi atas dan bawah memiliki ukuran yang sama besar.

d. *Justified align*

Jenis *alignment* ini menciptakan teks yang antar barisnya memiliki jarak tinggi sesuai dengan *text box* (hlm. 22-23).

2.3.7. Binding

Binding atau biasa disebut jilid menurut Ambrose dan Harris (2010) merupakan proses untuk menyatukan satu bagian halaman dengan lainnya untuk menciptakan suatu susunan media cetak, seperti buku dan majalah. Terdapat berbagai jenis metode *binding* sesuai dengan karakteristik, daya tahan, estetika, biaya, dan fungsinya. Salah satu karakteristik dari metode *binding* adalah apakah dengan metode tersebut mampu membuka halaman dengan rata atau tidak. Hal tersebut menjadi pertimbangan dan sesuatu yang perlu diperhatikan bagi seorang desainer buku atau majalah. Terdapat beberapa metode *binding*, antara lain:

1. *Perfect Binding*

Metode *binding* dengan menyatukan halaman yang terpisah dengan menggunakan perekat yang fleksibel. Metode ini juga digunakan untuk memasang *cover* ke punggung buku (*spine*). Pada metode *perfect*

binding, bagian *foredge* dipangkas rata. Biasanya metode ini dipakai untuk buku *paperback*.

2. *Case Binding*

Metode *binding* ini umumnya digunakan pada buku dengan sampul yang tebal (*hardcover*). Yang menjadi pembeda dari metode *binding* lainnya adalah semua halaman dan *cover* buku dijilid bersama, bagian punggung buku diratakan, *endsheets* ditambahkan, dan *tailbands* direkatkan pada punggung buku. Untuk *binding* buku kumpulan biografi pelopor seniman lukis perempuan di Indonesia, penulis menggunakan metode *case binding* dikarenakan pemilihan *cover* buku dengan *hardcover* sehingga pemilihan *case binding* merupakan hal yang tepat.

3. *Spiral Binding*

Metode *binding* dengan menggunakan kawat logam atau kawat plastik berbentuk spiral yang dipasang melalui lubang-lubang yang telah dibentuk pada halaman buku. *Spiral binding* memungkinkan halaman buku terbuka secara rata.

4. *Wiro Binding*

Metode *binding* dengan menggunakan cincin metal berpunggung (*wiro*). *Wiro binding* ini memungkinkan buku terbuka secara rata.

5. *Comb Binding*

Metode *binding* dengan menggunakan cincin plastik. *Comb binding* ini memungkinkan buku terbuka secara rata.

6. *Open Binding*

Metode *binding* yang dibiarkan tanpa sampul sehingga memperlihatkan bagian punggung buku terbuka.

7. *Canadian*

Metode *binding* dengan *wiro* yang memiliki punggung buku tertutup.

8. *Saddle Stitch*

Metode *binding* dengan menyatukan sekumpulan halaman pada buku tersebut dengan menggunakan kawat metal yang diletakkan di tengah lipatan.

9. *Clips and Bolts*

Metode *binding* yang berfungsi untuk menyatukan halaman yang longgar. Biasanya, metode ini membutuhkan halaman untuk dilubangi terlebih dahulu sehingga baut dan klip dapat melewati lubang tersebut (hlm. 34-35).

2.3.8. Tipografi

Landa (2011) menjelaskan dalam bukunya, tipografi adalah bentuk huruf yang didesain. Tipografi pada umumnya digunakan berdasarkan kebutuhannya. Ketika akan membuat sebuah *headlines* atau *sub-headlines*, maka tipografi yang akan digunakan berupa komponen tipografi yang tebal dan besar (hlm. 44). Dalam menciptakan desain, pemilihan tipografi berhubungan pula dengan konsep yang sebelumnya sudah dirancang. Setiap tipografi memiliki karakternya yang dapat dilihat melalui proporsi dari setiap huruf (hlm. 50).

2.3.8.1. Klasifikasi Tipografi

Menurut Landa (2011), terdapat klasifikasi tipografi yang terbentuk berdasarkan sejarah, yaitu:

<u>Old Style/Garamond, Palatino</u> BAMO hamburgers BAMO hamburgers	<u>San Serif/Futura, Helvetica</u> BAMO hamburgers BAMO hamburgers
<u>Transitional/New Baskerville</u> BAMO hamburgers	<u>Italic/Bodoni, Futura</u> <i>BAMO hamburgers</i> <i>BAMO hamburgers</i>
<u>Modern/Bodoni</u> BAMO hamburgers	<u>Script/Palace Script</u> <i>B.A.M.O hamburgers</i>
<u>Egyptian/Clarendon, Egyptian</u> BAMO hamburgers BAMO hamburgers	

Gambar 2.25. Klasifikasi Tipografi
(Landa, 2011)

1. *Old Style*

Disebut dengan *Roman typeface*, diperkenalkan pada akhir abad ke-15 dan menjadi tipografi awal yang menjadi awal mula terbentuknya beragam tipografi.

2. *Transitional*

Serif typeface yang muncul pada abad ke-18 yang merupakan transisi dari tipografi *Old Style* menuju *Modern*.

3. *Modern*

Serif typeface yang berkembang pada akhir abad ke-18 hingga awal abad ke-19. *Modern* sudah memiliki bentuk tipografi yang geometris

yang memiliki ciri yaitu *stroke* yang memiliki kontras tebal-tipis dan simetris.

4. *Slab Serif*

Serif typeface yang memiliki karakteristik yaitu memiliki *serif* yang tebal yang diperkenalkan pada awal abad ke-19.

5. *Sans Serif*

Merupakan tipografi yang tidak memiliki *serif* dan muncul pada awal abad ke-19.

6. *Gothic*

Muncul di abad ke-13 sampai ke-15, *Gothic* merupakan jenis tipografi yang muncul pada manuskrip yang disebut pula *blackletter*. Karakteristik dari tipografi ini adalah memiliki *stroke* yang berat dan tebal dengan sedikit lengkungan.

7. *Script*

Tipografi ini memiliki jenis huruf yang menyerupai tulisan tangan bersambung dan miring.

8. *Display*

Umumnya, tipografi ini digunakan pada *headlines* atau judul suatu teks. Jenis tipografi ini merupakan buatan tangan yang memiliki banyak dekorasi (hlm. 47-48).

Tipografi yang digunakan pada perancangan buku biografi pelopor seniman lukis perempuan di Indonesia ini menggunakan jenis *serif* yaitu “Frank Ruhl Libre” untuk *header*, *body text*, dan *caption*. Kemudian

tipografi jenis *script* dengan “Otamendi” untuk *header* dan kutipan serta jenis *slab serif* dengan “Courier” pada *caption*.

2.3.9. Fotografi

Menurut Silber (2017), fotografi adalah kegiatan mengungkapkan ide, perasaan, dan emosi dengan menggunakan cahaya. Hal pertama yang harus dimulai sebelum melakukan kegiatan fotografi adalah dengan memiliki kemampuan untuk memvisualisasikan gambar yang ingin ditangkap dengan kamera. Hasil akhir dari fotografi adalah gambar yang dapat membentuk koleksi visual dalam pikiran. (hlm. 3-4).

Dalam bukunya, Harnischmacher (2012) menjelaskan bahwa dalam fotografi, terdapat beberapa variabel yang dapat mempengaruhi *exposure* sebuah gambar. Variabel tersebut yaitu *focal length* dari lensa, *aparature* yang menentukan kedalaman suatu bidang, *focus* yang menentukan objek utama, dan *lighting* yang dapat mempengaruhi suasana yang ada pada gambar (hlm. 2).

2.3.10. Ilustrasi

Dalam buku “Illustration: A Theoretical Contextual Perspective”, Male (2007) menjelaskan ilustrasi sebagai media untuk berkomunikasi dengan audiens mengenai konteks pesan tertentu. Ilustrasi menjadi bahasa visual yang memiliki pengaruh dalam mencapai tujuan komersial yang diinginkan. Dengan adanya ilustrasi, dapat membantu dalam mengembangkan indera visual dan pengetahuan serta memberikan identitas baru kepada suatu perusahaan (hlm. 10).

2.3.10.1. Fungsi Ilustrasi

Menurut Male (2007), ilustrasi memiliki 5 fungsi utama yaitu sebagai berikut:

1. *Documentation, reference and instruction*

Penggunaan ilustrasi dalam ranah dokumentasi dapat mencakup berbagai tema dan subyek. Selain itu, ilustrasi juga dapat menjadi media visual dalam mengkomunikasikan pembelajaran atau instruksi sehingga informasi dapat dicerna dengan baik.

2. *Commentary*

Fungsi ilustrasi ini biasanya dapat ditemukan pada editorial, seperti dalam surat kabar dan majalah. Dengan adanya ilustrasi, maka komentar atau informasi dalam editorial ini dapat dikomunikasikan secara visual sesuai dengan konteksnya.

3. *Storytelling*

Bercerita menggunakan ilustrasi pada umumnya bergantung pada *genre* dan gaya penulisan dari cerita yang diilustrasikan. Penggunaan ilustrasi dalam *storytelling* perlu untuk memperhatikan komposisi, penggunaan warna, penggunaan distorsi, dan *sense of space*. Ilustrasi dalam *storytelling* juga harus menyesuaikan pada intrik visual, suasana, dan skenario yang disajikan dalam cerita.

4. *Persuasion*

Pada fungsi persuasi, ilustrasi dapat digunakan dalam kegiatan pemasaran produk (*advertising*) dan kampanye. Untuk menerapkan

ilustrasi pada *advertising* maupun kampanye, maka seorang ilustrator tentunya perlu untuk memahami topik dan informasi yang ingin disampaikan sehingga dapat mengembangkan ilustrasi visual dengan gaya ilustrasi yang sesuai.

5. *Identity*

Penggunaan ilustrasi dapat berfungsi dalam mengembangkan citra dari perusahaan dengan menggunakan konsep yang sesuai sehingga mendapatkan perhatian dari target audiens. Ilustrasi juga dapat digunakan dalam kemasan produk dan *point-of-sale* untuk meningkatkan nilai produk sehingga lebih menarik target (hlm. 86-183).

2.3.10.2. **Jenis Ilustrasi**

Dalam bukunya, Male (2007) membagi jenis ilustrasi berdasarkan tujuan pendistribusiannya, yaitu:

1. *Children's Books*

Pada buku non-fiksi, ilustrasi berperan sebagai media visual untuk mengedukasi dan memberi pembelajaran bagi anak-anak sehingga mudah untuk dipahami. Sedangkan pada buku fiksi, ilustrasi memiliki peran dalam memberikan gambaran cerita.

2. *Quality Non-Fiction*

Jenis ilustrasi dalam buku ini lebih mengarah pada penjelasan suatu informasi atau pengetahuan seperti pada buku memasak, buku berkebun, dan buku biografi. Ilustrasi dalam buku kumpulan biografi

pelopor seniman lukis perempuan di Indonesia ini menggunakan jenis ilustrasi *quality non-fiction*.

3. *General Fiction*

Buku ini memiliki jenis ilustrasi yang mendukung alur cerita yang ditawarkan oleh penulis, seperti pada novel dewasa.

4. *Specialist*

Dalam buku ini, jenis ilustrasi tersebut berperan dalam menerangkan suatu ilmu tertentu yang biasanya digunakan untuk referensi pendidikan dan ilmiah (hlm. 21).

Zeegen (2014) membagi ilustrasi menjadi beberapa jenis berdasarkan bidangnya, antara lain:

1. *Editorial Illustration*

Jenis ilustrasi ini biasanya dapat ditemui pada media cetak yang berfokus pada editorial, seperti majalah dan koran. Biasanya, ilustrasi yang digunakan dapat digabungkan dengan fotografi untuk memberikan informasi yang jelas.

2. *Book Publishing Illustration*

Buku merupakan media utama diterapkannya ilustrasi. Dalam *book publishing illustration*, antara konten buku dan ilustrasi memiliki hubungan yang erat. Pada umumnya, jenis ilustrasi ini dapat ditemukan pada buku cerita anak, buku fiksi, dan buku referensi.

3. *Fashion Illustration*

Pada awal perkembangannya desainer pakaian melakukan ilustrasi untuk mendokumentasikan desain pakaian bagi kepentingan majalah. Namun saat ini, *fashion illustration* sering kali dikerjakan oleh para desainer untuk merancang sebuah desain pakaian yang digabungkan dengan ilustrasi.

4. *Advertising Illustration*

Jenis ilustrasi ini membutuhkan desainer yang memiliki hati yang kuat karena pada umumnya desainer *advertising* dikejar oleh *deadline* dan jadwal yang padat sehingga membutuhkan kemampuan untuk berpikir cepat. *Advertising illustration* sering kali dilihat dalam kampanye dan iklan.

5. *Music Industry Illustration*

Pada umumnya, ilustrasi digunakan untuk mempermudah dalam memahami konteks dari suatu teks tertentu. Berbeda dengan *music industry illustration*, di sini ilustrasi berperan dalam memberikan visual dari musik. Tujuan dari ilustrasi ini adalah semakin memberikan identitas dan *personality* dari musik tersebut (hlm. 88-109).

2.4. **Biografi**

Biografi menurut Smith dalam Daud (2013) adalah riwayat hidup mengenai suatu tokoh yang dituliskan oleh orang selain tokoh tersebut. Biografi tersebut dapat dituliskan ketika tokoh masih hidup maupun tokoh tersebut sudah meninggal (hlm. 245).

Dalam jurnalnya, Daud menyebutkan bahwa tak selamanya biografi ditulis secara mandiri dan bebas, melainkan dapat terjadi intervensi dari siapa saja.

Intervensi tersebut dapat berupa pesanan (*authorized biographies*) oleh seseorang yang menginginkan riwayat hidupnya dituliskan oleh penulis biografi (hlm. 251).

Seperti yang telah dijelaskan, biografi dapat ditulis ketika tokoh tersebut masih hidup atau sudah meninggal. Namun, keduanya memiliki kelemahan dan kelebihan masing-masing. Ketika tokoh yang ditulis telah meninggal, teknik pengambilan data tidak dapat dilakukan melalui wawancara langsung bersama tokoh tersebut. Sumber biografi tersebut didapatkan melalui sumber tertulis dan wawancara bersama kerabat dan keluarga dari tokoh (hlm. 253).

2.5. Seni

Sumanto (2006) mengemukakan bahwa seni adalah proses kerja dan gagasan yang dimiliki manusia dengan melibatkan kemampuan terampil, kreatif, kepekaan indra, kepekaan hati, dan pikir. Kemampuan tersebut akan menghasilkan karya yang indah, selaras, memiliki nilai seni, dan lain sebagainya. Penciptaan karya seni dilakukan dengan kemampuan khusus dan teknik yang disesuaikan dengan jenis dari karya seni tersebut (hlm. 5).

2.5.1. Seniman

Seniman menurut Dickie dalam Davies (1991) adalah seseorang yang berpartisipasi dan memahami proses pembuatan karya seni (hlm. 84). Sedangkan Akhyar (2020) menjelaskan bahwa seniman merupakan seseorang yang mengasah alam batinnya, membuatnya dapat “melihat” dan “mendengar” hal yang tak dapat dilakukan oleh kebanyakan orang (hlm. 8).

2.5.2. Fungsi Seni

Menurut Sulastianto (2007), fungsi seni terbagi menjadi 2, antara lain:

1. Fungsi Individual Seni

- a. Sebagai alat pemenuhan kebutuhan fisik, yaitu dalam memenuhi kebutuhan manusia sebagai seseorang yang memakai seni. Salah satu contohnya, ketika seseorang mempertimbangkan dalam pemilihan warna pakaian yang akan ia pakai, berarti ia juga telah menerapkan pertimbangan pada aspek seni, yaitu warna.
- b. Sebagai alat pemenuhan kebutuhan emosional, yaitu seni sebagai media dalam meluapkan emosi, baik itu emosi gembira, marah, ataupun sedih. Dalam seni, ketiga emosi tersebut tergolong dalam ekspresi. Seorang seniman dapat meluapkan emosi dengan mengekspresikannya ke dalam sebuah karya seni.

2. Fungsi Sosial Seni

- a. Sebagai media penerangan, yaitu seni dapat menjadi media dalam menerangkan pengertian pada pihak lain melalui seni yang bersifat menyenangkan.
- b. Sebagai media pendidikan, yaitu seni berupa film, lagu, atau wayang dapat menjadi suatu media dalam dunia pendidikan formal, informal, dan non-formal.
- c. Sebagai media agama, yaitu seni dapat dilihat pada nyanyian kerohanian, arsitektur rumah ibadah, dan relief patung.

- d. Sebagai media hiburan, yaitu seni dapat menjadi media yang mampu menghibur setiap orang, seperti seniman dapat terhibur ketika menciptakan karya seni dan seseorang terhibur ketika menonton film (hlm. 5-6).

2.5.3. Seni Rupa

Prihatin (2017) dalam bukunya berjudul “Seni Rupa Indonesia Dalam Perspektif Sejarah” menyebutkan seni rupa sebagai catatan peristiwa dari terciptanya seni visual baik dua maupun tiga dimensional yang terjadi dari waktu ke waktu secara periodisasi (hlm. 3).

Seni rupa dibagi menjadi beberapa bagian menurut bentuk karya, bahan, dan kegunaannya, antara lain:

1. Seni hias, yang merupakan ciptaan seni rupa bertujuan menambah nilai keindahan.
2. Seni pahat, yang merupakan seni rupa yang dibatasi oleh ukuran 3 dimensi dengan tebal dari hasil seni tersebut.
3. Seni bangunan, yang merupakan hasil seni rupa berupa tempat berlindung dan tempat tinggal.
4. Seni tata kota, yang merupakan seni dalam penataan suatu kota.
5. Seni tata busana, yang merupakan seni yang berhubungan dengan pakaian.
6. Seni kriya, yang merupakan hasil seni dengan keterampilan tangan.

7. Seni lukis, yang merupakan seni yang terbatas pada ukuran 2 dimensi dengan menciptakan khayalan pada sebuah bidang melalui garis, bidang, dan warna.
8. Seni relief, yang merupakan seni pada dinding berupa pahatan yang timbul (hlm. 4-5).

2.6. Pelopor

Dalam bukunya, Isler (2011) mengartikan pelopor sebagai seseorang yang pertama kali berpartisipasi atau melangkahkan kaki pertama kali pada suatu lingkungan, pekerjaan, atau organisasi. Secara garis besar, seorang pelopor adalah seseorang yang menjadi agen perubahan. Maka dari itu, seseorang dapat dikatakan sebagai agen perubahan jika ia dapat melakukan perubahan pada suatu lingkungan, budaya, atau tata cara (hlm. 306).

2.7. Pelopor Seniman Lukis Perempuan di Indonesia

Seni rupa merupakan bagian dari pertumbuhan kebudayaan Indonesia. Menurut Bianpoen, Dirgantoro, dan Wardani (2007), di Indonesia sendiri sudah banyak melahirkan beberapa seniman yang karyanya dikenal baik di dalam maupun di luar negeri. Namun tak seperti saat ini, kondisi Indonesia pada masa awal perkembangan seni rupa masih berdasarkan pada patriarki, sehingga laki-laki lebih mendominasi dunia seni rupa. Pandangan pada masa itu melihat bahwa perempuan lebih cocok pada kegiatan seputar *craft* (seni kriya) seperti merajut, menjahit, dan keramik. Seni rupa dinilai memiliki tingkatan yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan kerajinan tangan, melihat bahwa kerajinan tangan pada umumnya hanya untuk dipakai pada keseharian dan kemudian dibuang. Kondisi tersebut menjadikan

laki-laki mendapatkan kedudukan hak istimewa yang utama, sedangkan perempuan menduduki tingkatan kedua, yaitu mendalami perannya sebagai seorang istri dan ibu rumah tangga. Perempuan seolah-olah hanya bertanggung jawab menjaga keberlangsungan hidup dan tidak diperbolehkan melakukan hal lain selain kewajiban tersebut.

Salah satu fenomena yang terjadi dalam sejarah seni rupa *modern* di Indonesia, bahkan dunia adalah absennya seniman perempuan dalam perkembangan seni rupa modern. Era seni rupa Indonesia dimulai sejak masa Raden Saleh (1814-1880). Namun jika dihubungkan dengan berbagai gerakan yang menjunjung nilai kemanusiaan dan nasionalisme Indonesia, maka era seni rupa *modern* di Indonesia dimulai oleh S. Sudjojono (1912-1986).

Sebenarnya, Kartini dan kedua saudaranya merupakan salah satu perempuan Indonesia yang dapat dikatakan berkontribusi dalam bidang seni yang memperjuangkan hak perempuan. Namun, tulisan dan dokumentasi mengenai Kartini pun sulit untuk ditemui, tak banyak tulisan yang menceritakan mengenai dirinya. Hal yang terjadi pada Kartini juga dialami oleh para pelukis perempuan Indonesia pada masa awal, yaitu sulitnya menemukan jejak perempuan dalam sejarah seni rupa *modern*. Indonesia memiliki pelukis perempuan yang dikenal dan produktif. Sayangnya, sulit untuk mencari sumber data mengenai para pelukis perempuan tersebut. Terdapat 2 faktor, antara lain sedikitnya orang yang menulis mengenai para pelukis perempuan tersebut atau pemikiran sebagian besar masyarakat yang lebih condong kepada konsep patriarkal sehingga sedikit orang tertarik dalam menulis mengenai pelukis perempuan tersebut.

Gerakan Persagi pada 1938-1942 merupakan titik awal dari munculnya pelukis perempuan dalam seni rupa *modern*. Persagi (Persatuan Ahli Gambar Indonesia) lahir dengan gaya lukisan nasionalis pada awal abad ke-20. Meski sebagian besar anggota didominasi oleh laki-laki, Emiria Soenassa merupakan salah satu pelukis perempuan yang menjadi anggota dari Persagi. Semasa berkarya menjadi pelukis, ia sering melakukan pameran dan memenangkan penghargaan. Namun, tetap saja ia tidak pernah mendapat sorotan maupun penghargaan berkat sumbangan karyanya pada sejarah seni rupa *modern* di Indonesia.

Perjuangannya dalam menjadi satu-satunya pelukis perempuan dalam Persagi membuahkan hasil. Emiria Soenassa berhasil membuka jalan bagi para seniman perempuan lainnya dalam berkarya menjadi seniman, seperti Kartika Affandi, Umi Dachlan, Heyi Ma'mun, Ida Hadjar, dan pelukis lainnya. Seiring dengan terbentuknya ASRI di Yogyakarta yang merupakan akademi seni dan fakultas seni di ITB pada tahun 1950, semakin banyak pelukis bermunculan, seperti Nunung W. S., Dyan Anggraini, Lucia Hartini, Hening Purnamawati, Hening Purnamawati, Erica Hestu Wahyuni, dan lain sebagainya (hlm. 15-29).