



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

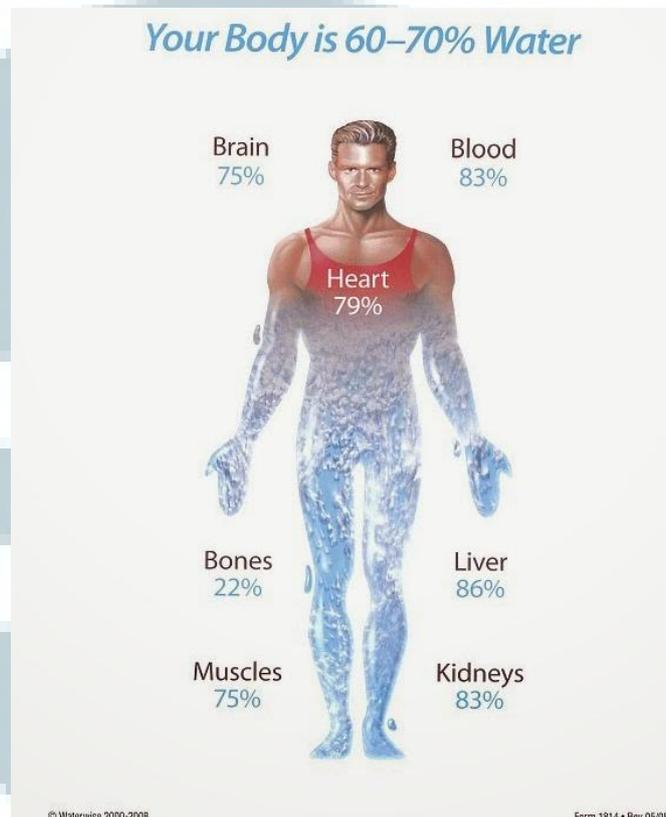
2.1. Air Putih

Air merupakan unsur terutama sebagai sumber kehidupan segala makhluk, tak terkecuali air dan manusia adalah dua hal yang merupakan satu kesatuan. Seluruh keseharian manusia semuanya berhubungan dengan air. Penggunaan air untuk tubuh seseorang, terdapat dua proses, terutama dengan cara diminum maupun dimakan bersama dengan makanan/sayuran/buah-buahan.

Terdapat kandungan air sebanyak 70% dari berat tubuh manusia dewasa dan pada saat masih dalam bentuk embrio kandungan air sebesar 90% Handoyo (2014:4) . Dari fakta tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa air yang terkandung di dalam tubuh manusia jumlahnya lebih besar dibandingkan dengan zat-zat lain. Air memiliki andil yang besar dalam menggerakkan fungsi-fungsi organ dalam tubuh agar dapat bekerja dengan normal

Manusia memerlukan air sebanyak 1,6-2,5 liter tiap harinya untuk menjaga kesehatan tubuhnya. Sehari-hari, tubuh manusia mendapat cairan dalam tubuhnya melalui 3 sumber yaitu: air minum, makanan, dan pencernaan makanan di dalam tubuh. Ada faktor-faktor yang

mempengaruhi asupan air putih dalam tubuh seseorang, diantaranya ukuran postur tubuh, aktivitas sehari-hari, suhu lingkungan, dan kelembapan udara.



Gambar 2. 1 Komposisi Air Dalam Organ Tubuh Manusia.

(<http://formula4health.com/physicalwaterrequirments.html>)

2.2. *Infused Water*

Infused water berasal dari kata “*infuse*” yang memiliki arti memasukkan dan “*water*” yang berarti air. Jadi definisi lain dari *infused water* adalah pemberian warna dan rasa secara natural tanpa menggunakan bahan

pengawet apapun ke dalam air putih menggunakan sari alami dari buah, sayur, maupun herbal. Oleh karena itu *infused water* merupakan salah satu solusi hidup sehat karena dapat sekaligus memenuhi kebutuhan air putih dan zat gizi dari buah, sayuran, dan herbal. Selain itu *infused water* sama sekali tidak mengandung bahan-bahan aditif buatan dan juga rendah kadar gula.



Gambar 2. 2 Infused Water

(<http://www.google.com>)

Kandungan yang ada dalam *infused water*, terdiri dari air vitamin dan mineral yang sangat penting dan berguna untuk proses metabolisme dalam tubuh dan menjaga kesehatan tubuh.

Tabel 2.1 Perbandingan Kandungan Gizi Air Putih dan *Infused Water*

| | Air Putih | Lemon <i>Infused Water</i> | Stroberi <i>Infused Water</i> | Fruit & Herb <i>Infused Water</i> |
|--------------------------|------------------|---------------------------------------|--------------------------------------|--|
| Energi | - | 100 kkal | 21,6 kkal | 58 kkal |
| Dietary Fiber | - | 0 gram | 6,6 gram | 2 gram |
| Kalium | 0,5-4 mg | 120 mg | 478 mg | 412 mg |
| Gula | - | 26 gram | 0 gram | 4,7 gram |
| Vitamin A | - | 4% | 1,6 % | 18 % |
| Vitamin C | - | 80% | 272 % | 51 % |
| Kalsium | 5,5-12,5 mg | 0% | 11,6 % | 10 % |
| Zat Besi | - | 0% | 6% | 7% |
| Natrium | 4,5-12,5 mg | - | 78,8 mg | - |

2.2.1 Tahap-tahap Pembuatan *Infused Water*

Dalam pembuatan *infused water* terdapat beberapa tahapan, yang dimulai dari pemilihan peralatan yang akan digunakan, pemilihan buah, sayuran, dan herba yang berkualitas, takaran yang disarankan.

2.1.1.1. Peralatan yang Dibutuhkan

Sebagaimana yang telah disampaikan sebelumnya, pembuatan *infused water* sangat praktis dan tidak menguras banyak tenaga. Hal ini berlaku pula untuk peralatan yang digunakan dapat dengan mudah didapat di sekitar kita. Jadi, jika ingin mendapatkan berbagai macam manfaat dari air rendaman buah-buahan dan herba, cobalah membuat *infused water*.

Berikut adalah beberapa peralatan yang perlu disiapkan dalam pembuatan *infused water*:

- a. Gelas kaca tertutup



Gambar 2. 3 Glass Jar

(<http://shop.hobbylobby.com>)

Botol kaca yang digunakan adalah botol kaca tertutup yang memiliki keanekaragaman bentuk, yang mampu menutup botol dengan rapat, baik yang terbuat dari kayu, logam, maupun plastik.

b. Pisau *stainless*



Gambar 2. 4 Pisau *Stainless*

(<http://ro.fiskars.com/>)

Penggunaan pisau *stainless* dalam memotong buah adalah karena pisau yang memiliki bahan *stainless* tahan karat, karena apabila berkarat, dapat berpengaruh potongan buah, sayuran, maupun herbal yang ada dalam *infused water*.

c. Talenan kayu atau *plastic food grade*



Gambar 2. 5 Talenan kayu atau *plastic food grade*

(<http://www.bartendingindia.com/>)

Pemilihan untuk menggunakan *plastic food grade* sebagai alas untuk proses pemotongan, karena untuk menghindari

pencemaran buah, sayur, dan herba dari bahan-bahan kimia yang ada di dalam talenan.

d. Baskom



Gambar 2. 6 Baskom *Stainless*

(<http://www.alibaba.com/>)

Pakailah baskom berbahan *stainless* atau *plastic food grade*. Kemudian cuci bersih buah, sayuran, dan herba secara menyeluruh sebelum memotongnya dengan menggunakan air matang atau air mineral untuk menghilangkan pestisida yang masih ada pada permukaan luarnya.

2.1.1.2. Pemilihan Buah, Sayur, & Herba

Pemilihan bahan-bahan yang segar dan berkualitas untuk membuat *infused water* sangatlah penting, karena nantinya, *infused water* akan dikonsumsi oleh pembuatnya sendiri. Berikut adalah beberapa saran dalam memilih bahan-bahan yang berkualitas untuk membuat *infused water*:

- a. Buah, sayur, dan herba memiliki bagian permukaan luarnya yang cerah sesuai dengan warna aslinya dan tidak berwarna kusam.
- b. Buah dan sayur yang segar tidak berulat, karena apabila buah dan sayur tersebut berulat, maka hal itu menandakan bahwa bahan-bahan tersebut tidak segar.
- c. Buah dan sayur tidak membusuk dengan cara mengamati pada permukaan daging dari buah dan sayur tersebut. Jika sudah berwarna kecoklatan maka berarti bahwa buah dan sayur tersebut sudah busuk.
- d. Kemudian untuk herba, dapat diketahui dari baunya yang khas dan tidak berbau apek. Selain itu, herba yang segar tidak berbubuk, permukaan luarnya utuh dan tidak terdapat kutu.

2.1.1.3. Cara Pembuatan *Infused Water*

Berikut adalah tahapan dalam membuat *infused water*:

- a. Persiapkan peralatan yang akan dipakai, beserta dengan buah, sayur dan herbal yang akan digunakan cuci bersih.
- b. Kupas buah, sayur, dan herba yang perlu dikupas seperti melon, semangka, atau jahe. Kemudian potong buah, sayur, dan herba sesuai dengan ukuran yang dibutuhkan.

- c. Masukkan potongan-potongan buah, sayur, herba ke dalam gelas kaca tertutup. Kemudian isi gelas kaca dengan air mineral, dan simpan *infused water* dalam lemari es selama 2-4 jam.
- d. Buka tutup gelas kaca, dan minum *infused water* dengan sedotan atau langsung diminum.

2.2.2 Manfaat Infused Water

Meminum *infused water* sangat baik, terutama bagi remaja yang kurang menyukai mengonsumsi buah secara langsung maupun kurang suka minum air mineral sehari-harinya. *Infused water* dapat menjadi pengganti minuman isotonik dan dapat dibawa kemanapun kita beraktivitas. Selain itu *infused water* mengandung bahan-bahan alami yang lebih sehat dibandingkan minuman isotonik maupun minuman berenergi yang kita kenal.

Remaja sama dengan anak-anak, biasanya sulit sekali minum air putih, padahal air putih memiliki banyak manfaat untuk mendukung aktivitasnya yang padat sehari-harinya. Dengan meminum *infused water*, kebutuhan remaja akan air putih sekaligus manfaat buah dan herba akan terpenuhi. Seperti yang sudah dibahas sebelumnya, *infused water* dapat mengeluarkan racun-racun yang masuk dalam tubuh akibat pencemaran lingkungan dan polusi udara. *Infused water* dapat juga berfungsi sebagai

antioksidan yang mampu mencegah penuaan dini, menghaluskan kulit dan juga menyegarkan kulit sehingga kulit tidak mudah menjadi keriput dan tampak kusam. Yang terakhir, *infused water* dapat membantu memelihara kesehatan dan fungsi organ-organ dalam tubuh karena adanya kandungan berbagai vitamin dan mineral yang ada didalamnya.

2.2.3 Klasifikasi Buah, Sayur, dan Herba Dalam Pembuatan *Infused Water*

Dalam proses pembuatan *infused water* buah, sayur, dan herba merupakan bahan-bahan penting dalam pembuatan minuman kesehatan *infused water*.

Tabel 1.2 Klasifikasi Buah, Sayur, dan Herba dalam Pembuatan *Infused Water*

| BUAH | |
|-----------|---|
| Nama Buah | Manfaat |
| Anggur | <ul style="list-style-type: none"> • Hormon melatonin pada anggur dapat membantu mengatasi penderita insomnia. • Menstabilkan kandungan gula dalam darah. • Meningkatkan daya tahan tubuh. • Vitamin B6 yang baik untuk kesehatan otak. |
| Belimbing | <ul style="list-style-type: none"> • Meredakan batuk dan sariawan. • Mencegah dan mengobati jerawat. |

| | |
|-------------|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Mengandung antioksidan yang meningkatkan kekebalan tubuh • Magnesium meningkatkan penyerapan kalsium dan membantu pengaturan tekanan darah. |
| Jeruk | <ul style="list-style-type: none"> • Antioksidan pada jeruk berfungsi melindungi kulit dari radikal bebas penyebab kerusakan kulit. • Menghindari resiko kanker usus. • Kaya akan serat sehingga mampu menurunkan kadar kolesterol dan memperlancar buang air besar. • Mencegah tubuh dari serangan penyakit flu. |
| Jeruk Nipis | <ul style="list-style-type: none"> • Vitamin C untuk mengatasi masalah pendarahan gusi dan sariawan. • Meningkatkan kekebalan tubuh karena memiliki kemampuan untuk memproduksi sel darah putih • Mencerdaskan otak • Asam sitrat mampu melarutkan asam urat melalui urin dan menurunkan kelebihan |

| | |
|----------|---|
| | berat badan. |
| Lemon | <ul style="list-style-type: none"> • Mencerahkan wajah, menghilangkan noda hitam, dan bekas jerawat, serta menghaluskan kulit dan mengatasi kulit berminyak. • Membantu menyegarkan nafas. • Memperkuat sistem kekebalan tubuh. • Menghambat pertumbuhan sel kanker dalam tubuh. |
| Pir | <ul style="list-style-type: none"> • Asam klorogenat mampu mencegah diare dan penyakit di saluran pencernaan. • Vitamin C berguna untuk menjaga kesehatan gusi, penyembuhan luka, serta dapat membentuk kolagen sehingga kulit awet muda. • Mengurangi dan membantu menyembuhkan sakit kepala. |
| Stroberi | <ul style="list-style-type: none"> • Menghaluskan dan mengencangkan kulit. • Kadar gulanya rendah sehingga dapat dikonsumsi oleh penderita diabetes. • Vitamin C kadar tinggi dapat meningkatkan kekebalan tubuh. |

| | |
|----------|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Tinggi kalium dan rendah natrium sehingga mampu menurunkan tekanan darah, menormalkan detak jantung, dan mengalirkan oksigen ke otak. |
| SAYURAN | |
| Mentimun | <ul style="list-style-type: none"> • Vitamin E berfungsi menghambat proses penuaan dan peremajaan kulit. • Mencegah kerusakan saraf pada otak • Menjaga tekanan darah agar tetap dalam batas normal. • Mengatasi dehidrasi |
| Wortel | <ul style="list-style-type: none"> • Vitamin A berperan sebagai peningkat sistem kekebalan tubuh, menjaga kesehatan saluran pencernaan, dan menghaluskan kulit. • Beta karoten bermanfaat untuk kesehatan mata. • Kalium dapat mengatasi tekanan darah tinggi dan mengatasi demam. • Zat besi dan fosfor mampu mengurangi nyeri pada saat haid. |
| Tomat | <ul style="list-style-type: none"> • Mencegah asma dan TBC. |

| | |
|-------------|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan daya tahan tubuh. • Memelihara mata, rambut, dan kulit. • Menghaluskan kulit dan mengobati jerawat. |
| HERBA | |
| Alang-alang | <ul style="list-style-type: none"> • Meredakan panas dalam. • Menyehatkan ginjal. • Meredakan demam karena infeksi. • Melancarkan air seni |
| Jahe | <ul style="list-style-type: none"> • Meredakan sakit gigi • Menghangatkan tubuh pada saat sedang berada di lingkungan yang dingin. • Membantu mengurangi rasa nyeri dan meredakan pembengkakan • Mengurangi derita migrain. |
| Kayu manis | <ul style="list-style-type: none"> • Mengatasi penyakit Alzheimer. • Menyembuhkan radang sendi. • Mengatasi perut kembung. • Mencerdaskan otak. |

2.3. Kampanye Sosial

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia, istilah kampanye memiliki makna yaitu suatu tindakan yang dilakukan secara bersamaan untuk mengadakan aksi. Selanjutnya, makna dari kata sosial adalah segala sesuatu yang bersangkutan dengan masyarakat. Jadi kampanye sosial adalah suatu aksi yang dilakukan untuk merubah sikap yang bersangkutan dengan masyarakat tertentu agar dapat mencapai tujuan yang dibuat oleh pelopor kampanye.

Menurut Rogers dan Storey (1987:7) kampanye diartikan sebagai sebuah aktivitas komunikasi yang tersusun dengan tujuan memberi pengaruh tertentu kepada target audiens secara kontinuitas dalam suatu periode tertentu.

Reddi (2009:402) mengungkapkan bahwa terdapat 5 tujuan utama dari kampanye sosial adalah:

- a. Menginformasikan dan menyadarkan. (*To inform and create awareness*)
- b. Mengajak, mengajarkan dan memotivasi. (*To persuade, educate, and motivate*)
- c. Menggerakkan opini publik kepada ide dan tindakan. (*To mobilise public opinion towards ideas and actions*)
- d. Menarik *target audience* menggunakan media dan metode. (*To utilize appropriate media and methods in reaching the target audience*)
- e. Memberikan hasil yang diinginkan melalui penggalakan program kampanye. (*To give results by implementing the programmes*)

Dalam merancang sebuah kampanye, ada beberapa tahapan yang harus dilalui (Safanayong, 2006:76). Berikut adalah beberapa tahapan yang disebutkan:

1. Fakta/ situasi/ latar belakang

Memberi penjelasan dengan terperinci mengenai alasan yang membuat kampanye ini harus disosialisasikan.

2. Identifikasi masalah

Mengenal masalah yang terutama mengenai mengapa tema ini diangkat.

3. Analisis situasi

Menelaah apa manfaat yang akan diperoleh dari topik yang diangkat sebagai kampanye sekaligus beserta dengan pengaruhnya bagi target audiens. Kemudian menggali penjelasan yang lebih lanjut mengenai dampak positif dari sebuah barang maupun jasa yang akan dibuat sebagai kampanye.

4. Analisis tantangan dan peluang

Menguraikan faktor-faktor yang dapat membuat kampanye terhambat atau terbantu, faktor-faktor tersebut dapat bersifat eksternal maupun internal.

5. Strategi kampanye

Mengelompokkan target audiens dengan akurat, yang terdiri dari usia, golongan, ekonomi, pendidikan, tempat tinggal, dan lain sebagainya.

Dilanjutkan dengan menentukan tema kampanye yang lebih mendetail dan menetapkan *keywords* yang mengarah ke kampanye yang dibuat.

6. Komponen kampanye/ pemilihan media

- a. Media kampanye dalam bentuk poster atau *flyer*.
- b. Media kampanye melalui internet maupun *interactive media*, seperti *website*, game interaktif, maupun iklan di internet.
- c. Kampanye juga dapat melalui *advertising* di majalah, surat kabar, televisi, dan lain sebagainya.
- d. Kampanye bisa dilakukan dengan cara mengadakan tawaran potongan harga dan juga penawaran spesial.
- e. Yang terakhir kampanye dapat dilakukan dengan menggelar acara yang memiliki hubungan dengan tema dari kampanye yang sedang kita sosialisasikan.

7. Visualisasi

Gaya desain yang digunakan dalam mencitrakan sebuah kampanye yang diangkat sebaiknya memiliki sifat yang konsisten yang melingkupi gaya visual, tipografi dan pemilihan warna.

8. Produksi

Mempelajari bahan-bahan beserta dengan prosesnya yang dimulai dari tahap awal produksi hingga hasil akhirnya.

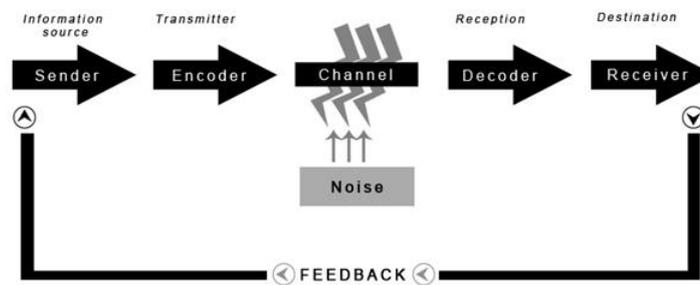
2.4. Komunikasi

Komunikasi, seperti yang ada dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia memiliki arti yaitu pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua

orang atau lebih sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami; hubungan; kontak

Menurut Safanayong (2006:10) seperti yang dituliskannya dalam bukunya yang berjudul Desain Komunikasi Visual Terpadu, desain komunikasi visual tidak dapat dipisahkan dari komunikasi dua arah yang menghubungkan antara pengirim pesan dan target audiens yang sudah ditentukan. Untuk melakukan komunikasi yang baik dibutuhkan adanya hubungan timbal balik antara pengirim pesan yang kemudian direspon oleh target audiens yang dituju.

Communis merupakan bahasa Latin dari kata komunikasi, yang berarti *common; general;* bersama. Untuk melakukan sebuah komunikasi yang baik, dibutuhkan proses untuk kita pelajari. Banyak teori dalam proses komunikasi yang sudah dipaparkan oleh banyak ahli dalam bidang komunikasi. Ahli-ahli di bidang komunikasi diantaranya adalah Warren Weaver, Paul Messaris, Claude Shannon, Marshall McLuhan, dan Wilbur Schramm. Dari sekian banyak ahli di bidang komunikasi, terdapat dua orang ahli yaitu, Claude Shannon dan Warren Weaver yang mencetuskan model komunikasi yang disebut model komunikasi Shannon-Weaver.



Gambar 2.7 Model komunikasi Shannon-Weaver

(<http://www.communicationtheory.org/>)

Dari gambar di atas, yang merupakan skema dari model komunikasi Shannon-Weaver, mengandung beberapa unsur:

1. *Sender*

Unsur ini adalah titik awal dari terciptanya sebuah komunikasi. Sering juga disebut sebagai sumber. Dalam hal ini sumber adalah orang yang akan menyampaikan pesan.

2. *Encoder*

Merupakan konsep dari pesan yang akan disampaikan dari pikiran sang pemberi sumber ke dalam sebuah konten yang dapat dimengerti oleh target audiens (*receiver*).

3. *Channel*

Berfungsi sebagai perantara pesan, yang dapat berupa media elektronik maupun cetak.

4. *Noise*

Merupakan gangguan yang membuat pesan yang akan disampaikan berbeda dengan sumber yang menyampaikan pesan tersebut.

5. *Decoder*

Dapat dikatakan sebagai penerjemah dari *receiver* untuk pesan yang akan diterima.

6. *Receiver*

Target audiens yang dituju oleh pengirim pesan (*sender*).

7. *Feedback*

Unsur yang dibutuhkan oleh pengirim pesan (*sender*) agar dapat diketahui apakah pesan yang ditujukan kepada *receiver* sudah diterima dengan benar. (*Shannon and Weaver Model of Communication*, 2011)

Apabila salah satu unsur diatas hilang, maka proses komunikasi pun tidak akan berjalan dengan semestinya. Dalam berkomunikasi ada beberapa faktor yang saling berkaitan, diantaranya adalah persepsi, kepercayaan, motivasi, kepribadian, *learning*, pengaruh kelompok, memori, gaya hidup, sikap, dan nilai-nilai. (Safanayong, 2006, Hlm. 12)

2.5. **Elemen Desain**

Desain grafis tidak dapat dipisahkan dari keindahan (estetika). Dalam menghasilkan karya visual desain grafis yang sesuai dengan estetika sehingga dapat pengaturannya dapat memberikan komposisi desain yang

menarik ,oleh karena itu dibutuhkan pemahaman terhadap elemen – elemen dasar desain grafis menurut Supriyono (2010) sebagai berikut:

1. Garis (*line*)

Garis adalah tanda untuk menghubungkan dua titik. Dalam sebuah garis tidak mengandung kedalaman, namun hanya memiliki ketebalan dan panjang. Garis yang teratur memberikan kesan tegas, formal, dan kaku, sedangkan garis yang tak teratur memberi kesan dinamis dan tidak formal (hlm. 58)

2. Bentuk (*shape*)

Segala bentuk bidang yang memiliki dimensi tinggi dan lebar dan dapat berbentuk geometris seperti lingkaran, segitiga, segiempat, elips, dan lain sebagainya. Selain bidang yang berbentuk geometris, bidang kosong diantara elemen-elemen visual juga dapat disebut sebagai sebuah bentuk (hlm.66)

3. Ruang (*space*)

Jarak antara beberapa bentuk yang memberikan efek dinamika dalam desain grafis dan estetikanya (hlm.66)

4. Tekstur (*texture*)

Nilai raba mengenai halus atau tidaknya sebuah permukaan bidang. Tekstur memiliki dua macam sifat, yaitu bersifat nyata maupun semu. Tekstur pada umumnya dicetak di atas sebuah kertas halus seperti *art paper*, *art carton*, dan juga HVS (hlm.80)

5. Gelap-Terang (*value*)

Value digunakan dalam desain komunikasi visual sebagai elemen untuk menonjolkan pesan yang akan disampaikan, sekaligus memberi pencitraan terhadap suatu karya seni. Contohnya seperti, warna-warna kontras memberikan kesan dinamis, riang, dan penuh semangat, sedangkan warna-warna yang tidak kontras memberikan kesan yang damai, tenang, dan statis. (hlm. 78-79)

6. Warna (*color*)

Warna adalah salah satu elemen yang memiliki peran penting dalam desain grafis karena dapat menarik perhatian audiens dengan mudah. Warna yang berbeda tentunya akan menghasilkan dan memberikan kesan yang berbeda kepada audiens. Warna memiliki 3 dimensi yang dapat dibedakan (hlm. 70), seperti:

- a. *Hue* – Warna dikelompokkan berdasarkan nama-nama pada warna tersebut seperti merah, kuning, biru, dan seterusnya.
- b. *Value* – Terang gelapnya warna. Setiap warna memiliki kekuatan tergantung dari terang atau gelapnya warna tersebut.
- c. *Intensity* – Tingkat kemurnian atau kejernihan warna. Saat warna tidak bercampur dengan warna lain yang membuat intensitasnya menjadi lebih redup, maka warna tersebut dapat dikatakan memiliki intensitas warna yang penuh.

7. Ukuran (*size*)

Agar dapat memiliki nilai *legibility* yang sesuai maka ukuran dari sebuah elemen visual harus diperhitungkan, karena akan mempermudah dalam penyusunan elemen-elemen desain yang lainnya. Hal ini tidak hanya berlaku untuk huruf, namun juga untuk foto atau gambar juga harus dibuat dalam ukuran yang tepat agar dapat memudahkan audiens menentukan urutan pesan yang akan disampaikan (hlm. 57)

2.6. Psikologi Warna

Menurut Supriyono (2010), dalam sebuah desain warna adalah salah satu elemen visual yang penting peranannya dalam menarik perhatian audiens dengan mudah. Dengan warna yang *eye catching*, maka suatu karya selain mudah menarik perhatian audiens dapat juga membuat suatu karya tersebut lebih mudah diingat. Tiap-tiap warna memberi kesan yang berbeda bagi audiens yang melihatnya. Warna dapat dengan mudah menonjolkan ekspresi atau penyampaian pesan dari suatu karya kepada audiens (hlm. 70-72)

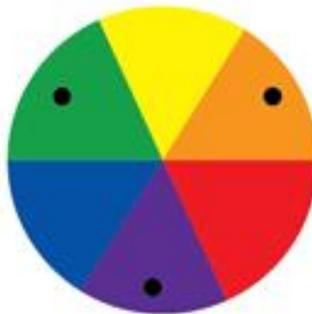
Terdapat 3 pembagian golongan warna menurut teori Brewster, yaitu:

1. Warna primer (*primary colors*) terdiri dari merah, kuning, dan biru.



Gambar 2.8 Warna Primer

2. Warna sekunder (*secondary colors*) terdiri dari campuran warna antara warna-warna primer dengan perbandingan yang setara (1:1). Oranye (merah+kuning), hijau (kuning+biru), dan ungu (merah+biru).



Gambar 2.9 Warna Sekunder

3. Warna tersier (*tertiary colors*) warna yang didapatkan karena hasil dari percampuran antara warna primer dengan warna sekunder.



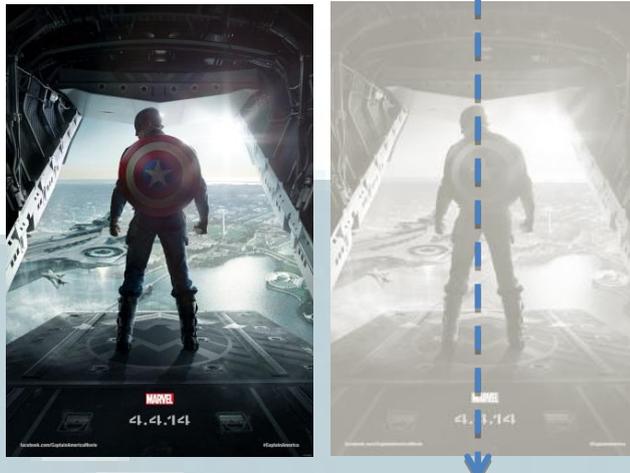
Gambar 2.10 Warna Tersier

2.7. *Layout*

Dalam sebuah layout, terkandung elemen-elemen desain yang mempunyai sifat mendukung konsep/tema yang akan diangkat. Dalam mendesain sebuah layout Rustan (2008) mengungkapkan bahwa perlu diperhatikan juga prinsip dasar dari desain grafis (hlm. 74-75) sebagai berikut:

1. *Sequence* (Urutan)

Menentukan atau mengatur sebuah prioritas letak dari pesan yang akan disampaikan, mengenai apa yang harus dibaca terlebih dahulu sampai yang dibaca paling akhir. Melalui *sequence*, audiens dapat secara otomatis mengarahkan pandangan matanya sesuai dengan apa yang kita kehendaki dari pesan yang disampaikan. Untuk memudahkan, *sequence* menggunakan huruf Z, C, T, I, dan lain sebagainya.



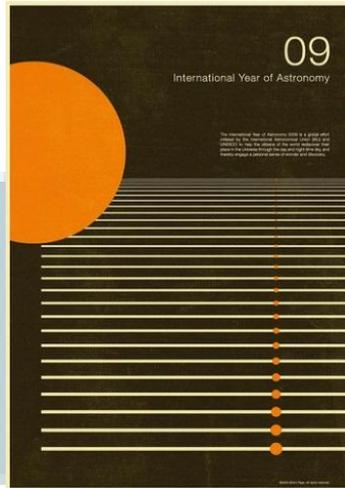
Gambar 2.11 *Sequence I* Pada Poster Film

(<http://www.imdb.com/>)

2. *Emphasis* (Penekanan)

Emphasis dapat dibentuk atau dibuat dalam beberapa cara, diantaranya sebagai berikut:

- 1) Pemberian warna yang berbeda dibandingkan dengan warna lainnya yang ada dalam sebuah *layout*.
- 2) Penempatan posisi yang tepat dan menjadi *point of interest*.
- 3) Menggunakan ukuran yang mencolok dan lebih besar dibandingkan dengan elemen lain dalam sebuah *layout*.
- 4) Menggunakan *shape* maupun *style* yang berbeda dibandingkan dengan elemen-elemen yang ada di sekitarnya.



Gambar 2.12 *Emphasis* Sebuah Bentuk Pada Poster *International Year of Astronomy (IYA) Campaign* – Simon Page

(<http://modular4kc.com>)

3. *Balance* (Keseimbangan)

Dalam menata letak sebuah *layout*, perlu juga diperhatikan keseimbangan dan pembagian berat yang merata dengan menggunakan elemen-elemen desain yang dibutuhkan, yang kemudian diletakkan pada tempat yang tepat.

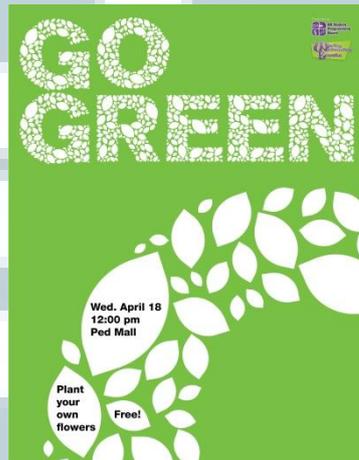


Gambar 2.13 *Balance* vertical pada sebuah bentuk pada poster *Tron*

(<http://imdb.com>)

4. *Unity* (Kesatuan)

Unity pada sebuah *layout* memberi kesan kepada target audiens bahwa dalam sebuah bidang yang sedang diamati memiliki suatu kesatuan untuk menyampaikan pesan tertentu kepada audiens yang dituju.



Gambar 2.14 *Unity* dari poster kampanye untuk *go green* – memberikan kesan mengajak audiens untuk memiliki gaya hidup *go green*

(<http://melissamatosdesign.com>)

2.8. *Grid*

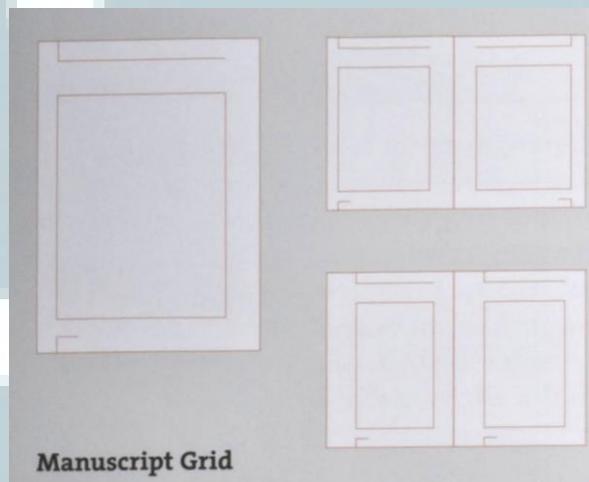
Menurut Sihombing (2001:87), *grid* diciptakan untuk menata elemen-elemen visual yang ada dalam sebuah bidang. *Grid systems* memudahkan dalam menciptakan sebuah konstruksi visual yang ideal dan menjaga keharmonisan dalam sebuah rancangan desain.

2.8.1. Jenis Grid

Dalam bukunya yang berjudul *Making and Breaking The Grid*, Timothy Samara (2001:6) memaparkan bahwa ada beberapa jenis standar grid, yakni:

1. *Manuscript Grid (Grid 1 Kolom)*

Grid yang memiliki struktur paling sederhana dari semua jenis grid yang ada karena hanya menggunakan 1 kolom saja.

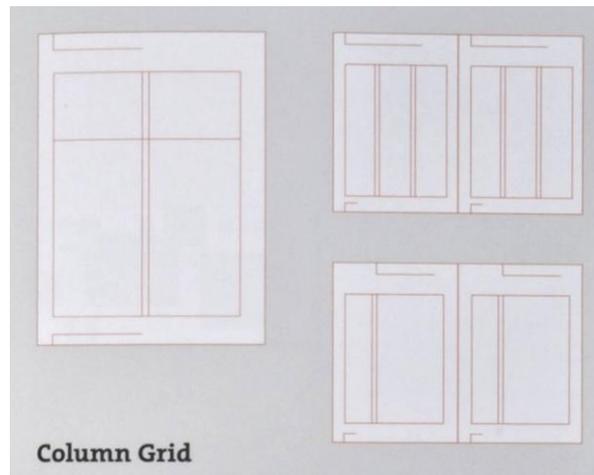


Gambar 2.15 *Manuscript Grid*

(*Making and Breaking The Grid*, 2002)

2. *Column Grid (Grid Kolom)*

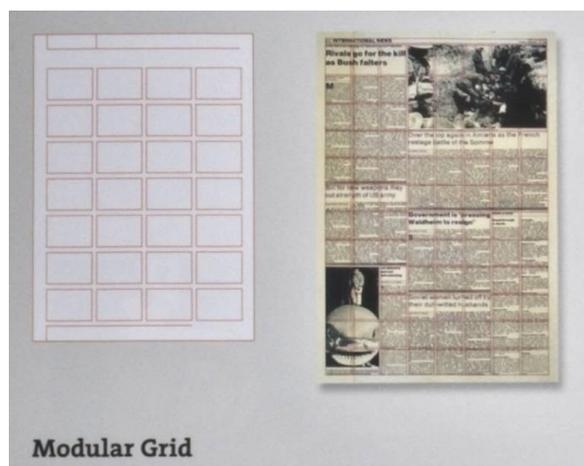
Dalam grid ini terdapat beberapa kolom dalam formatnya. Jenis grid ini lebih fleksibel dan banyak digunakan dalam mengintegrasikan teks maupun ilustrasi pada sebuah bidang desain. Jumlah dan ukuran kolom dapat ditentukan sesuai dengan keperluannya.



Gambar 2.16 *Column Grid*
(Making and Breaking The Grid, 2002)

3. *Modular Grid*

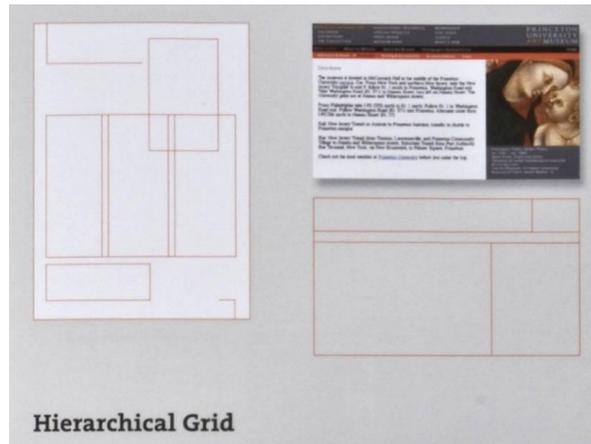
Grid dengan penambahan bagian horizontal (*rows*/baris). Terdapat banyak pembagian yang sama rata antara kolom dengan baris. Seringkali *grid* jenis ini digunakan dalam sebuah katalog produk.



Gambar 2.17 *Modular Grid*
(Making and Breaking The Grid, 2002)

4. *Hierarchical Grid*

Grid jenis ini sering ditemukan pada halaman sebuah *website*. Proporsi dari *grid* ini bervariasi dan tidak seperti *grid* jenis lain yang memiliki repetisi pada kolom dan barisnya.



Gambar 2.18 *Hierarchical Grid*

(*Making and Breaking The Grid*, 2002)

2.8.2. Fungsi *Grid*

Dalam bukunya yang berjudul *Grids: The Structure of Graphic Design*, Andre Jute (1996:8) mengungkapkan bahwa *grid* memiliki fungsi-fungsi sebagai berikut:

1. *Repeatability*

Pengulangan atau repetisi dalam suatu halaman atau bidang untuk memberikan 1 kesatuan dalam tampilan.

2. *Composition*

Menentukan tata letak atau komposisi yang baik dalam sebuah desain di suatu halaman atau bidang.

3. *Communication*

Grid memiliki fungsi yang sama dalam desain grafis yaitu menyampaikan atau mengkomunikasikan sebuah pesan.

2.9. Tipografi

Tipografi adalah ilmu yang mempelajari tentang huruf, *type family* (huruf dalam suatu keluarga huruf) yang digunakan, dan alternatif huruf yang digunakan untuk berbagai media.

2.9.1. Jenis-jenis Huruf

Secara garis besar huruf-huruf digolongkan menjadi beberapa jenis, yaitu:

1. *Roman*, kumpulan huruf kapital seperti yang biasa ditemui di pilar dan prasasti Romawi, kemudian berkembang menjadi seluruh huruf yang mempunyai ciri tegak dan didominasi garis lurus kaku.
2. *Serif*, memiliki *serif* di ujungnya. Selain membantu keterbacaan, *serif* juga memudahkan saat huruf diukir ke batu.
3. *Sans Serif*, tanpa sirip/*serif*, dan memiliki ketebalan huruf yang sama atau hampir sama. Huruf jenis ini memberikan kesan modern, kontemporer dan efisien.
4. *Egyptian*, memiliki karakteristik kaki/sirip/*serif* yang berbentuk persegi seperti papan dengan ketebalan yang sama atau hampir sama. Kesan yang diberikan adalah kokoh, kuat, dan stabil.

5. *Script*, merupakan goresan tangan yang dikerjakan dengan pena, kuas atau pensil tajam dan biasanya miring ke kanan.
6. *Miscellaneous*, merupakan pengembangan dari bentuk-bentuk yang sudah ada. Berupa hiasan dan ornamen, atau garis-garis dekoratif. Kesan yang dimiliki adalah dekoratif .

2.10. Fotografi

Dalam buku yang berjudul *Graphic Design Basic*, ada satu cara untuk menampilkan atau menonjolkan poin-poin atau pokok permasalahan yang ada dalam suatu karya desain yaitu melalui teknik fotografi, karena mayoritas orang memiliki pendapat bahwa gambar yang diambil melalui kamera tidak berbohong (Arntson, A., 2012, hlm. 165).

2.10.1. Jenis Fotografi

1. Foto Produk

Jenis fotografi yang digunakan untuk aktivitas komersial atau perdagangan yang dilakukan untuk mengenalkan atau mempromosikan sebuah produk yang dijual. Teknik foto ini pada umumnya menggunakan model dan cahaya buatan dalam studio. (hlm. 167)

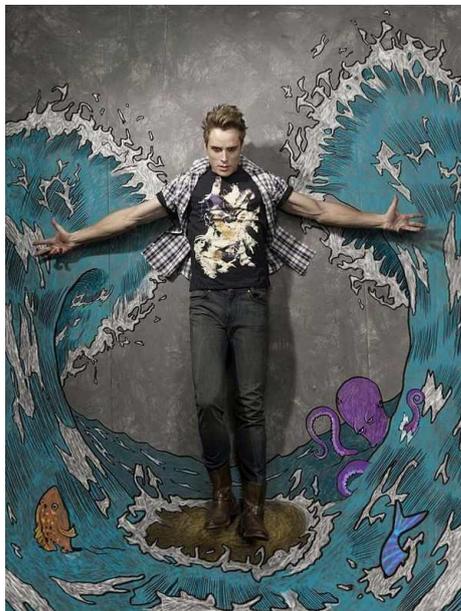


Gambar 2.19 Foto Produk

(<http://jeradhillphoto.com/diy-lightbox-for-product-photography>)

2. Foto Ilustrasi

Fotografi yang dalam pengambilan fotonya dilakukan berdasarkan dengan arahan dari desainer sehingga dapat menampilkan cerita yang diinginkan dalam foto tersebut (hlm. 168)



Gambar 2.20 Foto Ilustrasi

(<http://emorfes.com/tag/fashion/>)