



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

Sebelum memperdalam lebih lanjut lagi mengenai media promosi motif Batik Bogor, berikut merupakan teori-teori yang menjadi acuan dasar penelitian bagi penulis.

2.1 Batik

2.1.1 Pengertian Batik

Menurut Hamzuri (1981) pada bukunya yang berjudul *Batik Klasik* mendefinisikan batik sebagai lukisan atau gambar pada mori yang dibuat dengan menggunakan alat bernama *canting*. Orang melukis atau menggambar atau menulis pada mori memakai *canting* disebut *membatik* (Bahasa Jawa: mbatik). Membatik menghasilkan *batik* atau *batikan* berupa macam-macam motif dan mempunyai sifat-sifat khusus yang dimiliki oleh batik itu sendiri (hal.3).

Sedangkan menurut Sri Soedewi Samsi (2011) pada bukunya yang berjudul *Teknik dan Ragam Hias Batik Yogya dan Solo* menjelaskan bahwa dahulu kala batik berasal dari kata “hamba-tik” yang berarti membuat titik dan “titik” adalah suatu motif tertua yang telah ditemukan. Dengan titik-titik yang disusun dan dirangkai dapat dicipta lebih dari 60 motif batik dan dengan berkembangnya kebudayaan dan kreatifitas dalam kehidupan maka sampai sekarang motif batik menjadi sangat banyak dan tidak terhitung. Berhubungan dengan penjelasan sebelumnya, batik sebagai hasil seni dalam kebudayaan Indonesia telah diproduksi oleh masyarakat tertentu yang menyukai dan

mengembangkan proses produksi batik. Karena pengaruh sentuhan para seniman, teknologi maupun pemakai, maka batik dapat berkembang pesat, baik produksi dan pemasaran (hal. 3 dan 7).

Rosi Robinson (2001) pada bukunya yang berjudul *Creative Batik* mendefinisikan bahwa batik adalah, sebuah desain batik yang dibentuk dengan warna oleh warna, yang melalui beberapa proses pengerjaan seperti membatik (penggunaan larutan lilin), pewarnaan, pembilasan, dan pengeringan. Proses tersebut dapat diulang berkali-kali, tergantung seberapa banyak warna yang diinginkan. (hal.10).

Definisi-definisi sebagaimana yang sudah dipaparkan diatas, menjelaskan batik adalah sebuah teknik lukis atau menggambar atau menulis menggunakan alat bernama *canting* dan lilin yang dilarutkan, yang kemudian digoreskan keatas kain atau mori. Batik memiliki motif yang beragam dan setiap motif batik memiliki ciri khas dan cerita dibalik motif tersebut.

2.1.2 Fungsi Batik

Berdasarkan fungsi batik menurut Sri Soedewi Samsi pada bukunya yang berjudul *Teknik dan Ragam Hias Batik Yogya & Solo*, batik memiliki fungsi yang mencakup:

- a. Salah satu upaya dalam mempertahankan unsur-unsur kebudayaan yang ada di Indonesia.

- b. Menjadi salah satu bentuk pendidikan dasar wanita keraton pada awal sejarah dan perkembangan batik, lawan pendidikan seni kriya batik.
- c. Sebagai pakaian yang mencakup, pakaian sehari-hari dan pakaian upacara adat.
- d. Seiring perkemabangan dan berjalannya waktu, batik memiliki nilai ekonomi, dimana masyarakat berkarya dengan membuat batik dan menjualnya untuk memenuhi kebutuhan kehidupannya.

2.1.3 Jenis Batik

Jenis batik menurut salah satu pakar batik di Jawa Barat sekaligus salah satu pendiri dari Yayasan Batik Jawa Barat di Bandung, S. Ken Atik, mengatakan bahwa sejauh ini terdapat dua jenis batik, yaitu Batik Klasik dan Batik Kotemporer atau Modern.

2.1.3.1 Batik Klasik

Batik klasik dapat dibedakan dengan usia, biasanya usia batik tersebut berumur tua, dapat juga dilihat dalam visual batik klasik masih terbatas, melihat wawasan belum begitu berkembang seperti saat ini, dan memakai teknik batik yang masih sangat tradisional. Selain itu motif batik klasik bersifat sakral (motif larangan) dimana hanya kalangan orang tertentu yang dapat memakai motif tersebut. Sebagai contoh motif Parang Barong yang hanya boleh digunakan oleh Raja, namun motif parang lainnya boleh dipergunakan oleh yang lain.

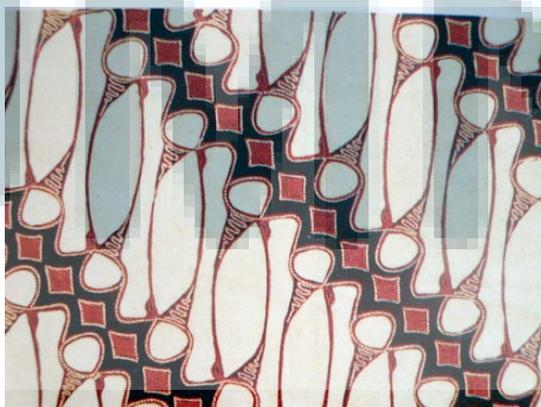
2.1.3.2 Batik Kotemporer dan Modern

Makna kata “kotemporer” adalah “kekinian” atau masa sekarang, dimana batik kotemporer atau modern lahir pada masa sekarang dan menyesuaikan dengan kebutuhan pada masanya. Dalam segi penggunaan cenderung bebas dan bentuk visualnya lebih beragam dan adanya pengembangan dalam motif-motif yang dihasilkan. Teknik pembuatannya juga dapat dijadikan alasan mengapa disebut kotemporer atau modern, dimana cara pembuatannya yang tidak lagi tradisional. Namun bukan berarti batik kotemporer tidak lagi memakai teknik tradisional, makna kotemporer tersebut dapat juga dilihat dari visualnya dimana jauh dari motif visual batik klasik.

2.1.4 Motif Batik

Motif batik menurut Hamzuri (1981) pada bukunya yang berjudul *Batik Klasik* terbagi menjadi beberapa jenis motif batik, yaitu: Motif Parang, Motif Geometri, Motif Banji, Motif Tumbuhan, Motif Tumbuhan Air, Motif Bunga, dan Motif Satwa Dalam.

2.1.4.1 Motif Parang



Gambar 1 – Motif Parang

Gondosuli, Parang Baris, Parang Cetong, Parang Curiga, Parang Jenggot, Parang Kirna, Parang Klitik, Parang Kurung, Parang Kusuma, Parang Menang, Parang Ngesti, Parang Pancing, Parang Peni, Parang Rusak, Parang Sarpa, Parang Sawut, Parang Sobrah, Parang Sonder, dan Parang Suli.

2.1.4.2 Motif Geometri



Gambar 2 – Motif Geometri

Bibisan Pista, Bintangan, Cakar Melik, Cakar Wok, Cempaka Mulyo, Gandong Gandok, Gambir Seketi, Ima-Ima Tatit, Jamblang Juwet, Jaya Kusuma, Jaya Sentana, Jentik Manis, Kanigara, Kawung Beton, Kawung Beton, Kawung Pijetan, Kembang Belimbing, Kembang Ganggong, Kembang Magar, Kembang Pepe, Kembang Sikatan, Kijing Miring, Limaran, Limar Kentangi, Merang Kecer, Nam Tikar, Nitik Rengganis, Onengan, Udan Miris, Pilih Asih, Ragahina, Rengganis, Riti-Riti, Sekar Kacang, Semur Riris, Sirapan, Sriwedari, Tirta Teja, Tambal Miring, Tanjung Tirta, Ubar Abir, dan Uceng Mudik.

2.1.4.3 Motif Banji



Gambar 3 – Motif Banji

Banji, Banji Bengkak, dan Banji Guling.

2.1.4.4 Motif Tumbuhan



Gambar 4 – Motif Tumbuhan

Anggur, Canglek, Cokrak Cakrik, Delima Wantah, Duda Brengos, Kembang Gempol, Kembang Budak, Kembang Semak, Kirno Monda, Lung Bentul, Lung Ece, Lung Gandung, Lung Gedawung, Lung Kentongkeng, Lung Klewer, Lung Pakis, Lung Peniti, Lung Petik Gelaran, Peleman, Pisang Bali, Regolan, Sawa

Suri, Sembangan, Semen Cemplokan, Semen Gembel, Semen Gurdo, Semen Kasut, Semen Kebon, Semen Kipas, Semen Kukilo, Semen Rurung, Semen Lombok, Semen Pot, Semen Romo, Semen Yogya, Sembrang Gending, Sumarsana, dan Tluki.

2.1.4.5 Tumbuhan Air



Gambar 5 – Motif Tumbuhan Air

Motif Tum Ganggong, Ganggong Bronta, Ganggong Curiga, Ganggong Garut, Ganggong Kebar, Ganggong Lerep, Ganggong Madu Branta, Ganggong Panigran, Ganggong Kante, Ganggong Ranti, Ganggong Sari, Ganggong Turki, Ganggong Wibawa, dan Gaanggong Yojana.

2.1.4.6 Motif Bunga



Gambar 6 – Motif Bunga

Cakra Kusuma, Cempaka Mekar, Ceplok Kelan, Ceplok Kuwari, Ceplok Manggis, Ceplok Mendut, Ceplok Mundu, Onog-Onog, Gadulan, Grampol. Jangkaran, jaya Kirana, Kembang Cengkeh, Kembang Jembul, Kembang Kapas Baris, Kembang Kenikir, Kembang Waru, Lungslop

2.1.4.7 Motif Satwa Dalam



Gambar 7 – Motif Satwa Dalam

Alas-alasan, Ayam Puger, Baita Kandas, Baris Kendur, Bekingking, Beri, Bondet, Bramara, Bunta, Ceplok Grameh, Ceplok Koci, Kusnia, Cluntang, Cuwuri, Dablang, Dara Gelar, Endas Maling, Giran Campur, Grinsing, Grinsing Klungsu, Sisik, Koyongan, Kongkang Sembiyang, Kupon, Kupu Grandrung, Lintang Trenggana, Mirong, Mogo Bisikan, Mogo Pertolo, Mogo Puspa, Pabelengan, Peksi Dares, Peksi Gagak, Peksi Garuda, Peksi Handon, Pensi Huk, Peksi Kablak, Peksi Kingkin, Peksi Kirana, Peksi Kurung, Peksi Kuwun, Peksi Makuta, Peksi Sikatan, Peksi Urang-Urangan, Purbayasa, Semen Candra, Semen Conil, Semen Jlenggut, Semen Kalung, Semen Persi, Semen Remeng, Semen Remeng, Semen Sinom, Semen Srowor, Sido Luhur, Sido Mukti, Singa Barong, Sruni Landar, Sumpit Urang, Tebeng, Telekun Angrem, Terang Bulan, Tujung Karabisan, dan Urang-Urangan.

UMMN

2.1.5 Teknik Batik

Berdasarkan pemaparan S. Ken Atik salah satu pakar batik di Jawa Barat, terdapat tiga teknik batik yang berkembang saat dahulu dan saat ini,

2.1.5.1 Batik Tulis



Gambar 8 – Batik Tulis

Teknik Membatik dengan menggunakan canting dan lilin.

2.1.5.2 Batik Cap



Gambar 9 – Batik Cap

Teknik membatik dengan menggunakan cap canting yang terbuat dari lempengan tembaga yang dicelupkan kedalam lilin yang sudah dicairkan.

2.1.5.3 Batik Lukis



Gambar 10 – Batik Lukis

Teknik batik dengan menggunakan kuas sebagai media pengganti canting atau cap canting. Secara garis besar pengaplikasiannya sama seperti canting dan cap canting.

2.1.6 Tahapan Membuat Batik

Berikut tahapan membuat batik menurut Sri Soedewi Samsi dalam bukunya yang berjudul *Teknik dan Ragam Hias Batik Yogya dan Solo* adalah sebagai berikut:

2.1.6.1 Peralatan Membatik

1. Canting Tulis
 - a. Canting *Klowongan*

Untuk membatik garis pola pada kain *mori*.

- b. Canting *Cecek*

Untuk mengisi bagian atau bidang/bentuk dengan *isen*.

c. *Canting Isen*

Untuk menggambar garis-garis sawut atau bentuk isen lainnya, seperti bentuk padi-padian, sungut, tanda silang, ukel, sirap, dan lainnya.

d. *Canting Carat Dua*

Untuk menggambar garis dua rangkap syang sejajar.

2. Cap atau Canting Cap

Memiliki nilai guna yang sama dengan canting, namun alat ini berbentuk cap yang terbuat dari tembaga yang dapat memindahkan lilin panas ke kain putih.

3. Kuas

Memiliki nilai guna yang sama seperti canting atau cap canting namun berbentuk kuas.

2.1.6.2 Perlengkapan Membatik

4. Gawang

Tempat menyampirkan kain putih saat melakukan proses membatik. Biasanya terbuat dari kayu atau bambu.

5. Alat jepit

Alat untuk menjepit kain yang disampirkan ke gawangan saat dibatik.

6. Kursi atau tempat duduk

Digunakan saat pembatik membatik, biasanya kursi dapat terbuat dari rotan, kayu, plastik, atau besi.

7. *Anglo* atau kompor

Berguna untuk mencairkan lilin padat di wajan.

8. Wajan

Tempat dimana lilin dicairkan.

9. Ember

Digunakan untuk mencuci, *nganji*, *ngloyor* atau *ngethel*.

10. Meja pola

Terbuat dari bahan kaca tembus pandang dengan kaki standar.

Digunakan untuk menggambar motif batik diatas kain putih. Motif batik tergambar diatas kertas pola atau kertas mentega yang diletakkan dibawah kain putih.

11. *Jegul*

Berguna saat menembok, dengan cara menyelupkan jegul kedalam cairan lilin lalu disapukan kepermukaan yang mau ditutup pada kain putih.

12. Pisau

Berguna untuk menghilangkan tetesan lilin yang menetes diatas kain yang sedang dibatik.

13. *Golok/Bendo*

Berguna untuk memotong lilin yang masih berbentuk cetakan loyang sesuai dengan kebutuhan.

14. Ijuk

Berguna untuk membuka lubang paruh canting yang tersumbat kotoran lilin padat karena pemanasan yang terlalu lama.

15. Celemek

Berguna untuk melindungi kulit maupun pakaian pembatik saat membatik.

2.1.6.3 Proses Membatik

- a. Menyiapkan kain putih atau *mori*.
- b. Menyiapkan alat dan perlengkapan yang sudah dipaparkan sebelumnya.
- c. Membatik.

2.2 Promosi

2.2.1 Pengertian Promosi

Menurut George E. Belch & Michael A. Belch (2009) dalam bukunya yang berjudul *Advertising and Promotion, An integrated Marketing Communications Perspective* mendefinisikan sebagai berikut, bahwa promosi merupakan sebuah upaya untuk mengatur saluran informasi dan persuasi dalam menjual barang atau jasa, atau mempromosikan suatu ide. Metode penjualan ini bertujuan untuk menarik pelanggan dan meningkatkan penjualan, yang dimana menghubungkan antara penjualan dan iklan (hal. 18).

Menurut Manmohan Joshi (2012) pada bukunya *Essentials of Marketing* mendefinisikan promosi sebagai berikut, promosi mengacu pada kegiatan untuk memajukan ide sedemikian rupa untuk memperoleh persetujuan dan penerimaan. Dengan begitu promosi disebut kegiatan menceritakan dan penjualan (hal.29).

Sedangkan menurut Agus Hermawan (2012) dalam bukunya yang berjudul *Komunikasi Pemasaran* membahas promosi dalam penjualan, pengertian promosi penjualan adalah bentuk persuasi langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk dengan segera dan/atau meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan (hal.128).

Dari pemaparan pengertian dari promosi diatas, dapat disimpulkan bahwa promosi berhubungan dengan pemasaran dan penjualan suatu produk atau jasa.

2.2.2 Tujuan Promosi

Berhubungan dengan pengertian promosi, Agus Hermawan (2012) memaparkan tujuan promosi penjualan adalah sebagai berikut,

- a. Meningkatkan permintaan dari para pengguna industri dan/atau konsumen akhir.
- b. Meningkatkan kinerja bisnis.
- c. Mendukung dan mengoordinasikan kegiatan penjualan personal dan iklan (hal. 128).

2.2.3 Manfaat Promosi

Manfaat promosi dalam pemasaran menurut Manmohan Joshi (2012) pada bukunya *Essentials of Marketing* adalah sebagai berikut,

- a. Untuk meningkatkan minat beli pelanggan.
- b. Untuk meningkatkan usaha penjualan.
- c. Untuk menarik pelanggan baru.
- d. Untuk memasyarakatkan produk baru.
- e. Untuk mendapatkan saham utama pada pasar.
- f. Untuk menyesuaikan kompetisi yang ada di perusahaan lain.
- g. Untuk meningkatkan penjualan di musim penjualan.
- h. Untuk mendorong permintaan dari produk.
- i. Untuk mempertahankan dan membangun komunikasi pada pasar.
- j. Untuk menjaga ingatan akan produk.
- k. Untuk menciptakan citra merek.
- l. Untuk menghilangkan ketidakpuasan pelanggan terhadap suatu produk.
- m. Untuk menjembatani kesenjangan antara iklan dengan penjualan

(hal.29).

2.2.4 Jenis Promosi

Menurut Manmohan Joshi pada bukunya *Essentials of Marketing* (2012) jenis dari promosi pemasaran adalah sebagai berikut,

2.2.4.1 Consumer Sales Promotion

Merupakan kegiatan yang bertujuan untuk memberitahu dan mendidik konsumen serta mendorong konsumen untuk membeli produk tertentu sekaligus meningkatkan penggunaan produk dan menarik konsumen baru.

Lewat cara, *sampling coupons, demonstration, contests, money refund offers, premium offers, price of offer, consumer raffle draw, dan free trial.*

2.2.4.2 Dealer Sales Promotion

Merupakan kegiatan yang menggunakan beberapa teknik untuk mendapatkan kerjasama dari grosir, pengeceran, atau perantara. Kegiatan ini meningkatkan kepentingan dealer dan distributor. Lewat cara, *buying allowance, merchandise allowance, price deals, push money or premium, corporate advertising, dealer sales contetsts, dealer's listed promotion, dealer's gift, and point of purchase.*

2.2.4.3 Sales Force Promotion

Sebagai dealer dan konsumen promosi, tenaga penjualan adalah hal yang penting. Lewat cara, *bonus to sales force, sales force contests, dan sales force meetings and conferences* (hal.29).

2.2.5 Media Promosi

Media promosi adalah sebuah media yang memiliki tujuan untuk mempromosikan sebuah produk, merek, jasa, atau tempat kepada masyarakat dengan membawa pesan tertentu. Promosi yang paling sederhana adalah dengan cara mulut ke mulut, cara tersebut cukup efektif namun kurang efisien dalam segi waktu akan penyampaian pesan. Sebuah media promosi harus dapat menyampaikan informasi yang ingin disampaikan dengan cara yang tepat dan mudah dimengerti oleh target sasaran.

Terdapat dua jenis media promosi yang dapat digunakan agar tujuan promosi tersebut tepat dengan sasaran, yaitu:

1. ATL (*Above the Line*)

Istilah *Above the Line* mengalami perluasan arti sebagai teknik pemasaran untuk mempromosikan suatu merek melalui media masa, yang mencakup televisi, radio, *website*, *web banner*, *search engine*. Penyebarannya sangat luas dan tidak dapat dibatasi oleh segmen-segmen tertentu.

2. BTL (*Below the Line*)

Below the Line baik digunakan untuk target yang lebih terbatas dan spesifik. Seperti *direct mail*, *public relation*, dan *sales promotion* yang menggunakan *flyer*, brosur, iklan di majalah atau surat kabar dengan segmentasi terbatas dalam *Below the Line*.

Media promosi dapat dikategorikan sebagai berikut:

2.1.1.1 Media Cetak

- Buklet/buku, media untuk menyampaikan informasi atau pesan berupa tulisan maupun gambar.
- *Leaflet*, media untuk menyampaikan informasi atau pesan berupa tulisan, gambar, atau kombinasi melalui lembaran yang dilipat.
- *Flyer*, sama seperti *leaflet* namun tidak dilipat.
- *Flip Chart*, media untuk menyampaikan informasi atau pesan yang biasanya berbentuk buku dimana setiap halaman berisikan gambar, dan di lembar baliknya berisikan informasi yang berkaitan dengan gambar tersebut.
- Rubrik, media untuk menyampaikan informasi atau pesan yang dimuat kedalam surat kabar atau majalah.
- Poster, media yang berisikan informasi atau pesan yang biasanya ditempel di dinding atau di tempat-tempat/kendaraan umum. Biasanya bersifat pemberitahuan dan propaganda.
- Foto, media untuk menyampaikan informasi atau pesan lewat gambar digital.

2.1.1.2 Media Elektronik

1. Televisi, media untuk menyampaikan informasi atau pesan dalam bentuk sandiwara, sinetron, forum diskusi, pidato/ceramah, TV spot, dan kuis atau cerdas cermat.
2. Radio, media untuk menyampaikan informasi atau pesan dalam bentuk obrolan/tanya jawab, sandiwara radio, dan radio spot.
3. Video, media untuk menyampaikan informasi atau pesan melalui rekaman gambar singkat.
4. Slide, media untuk menyampaikan informasi atau pesan lewat presentasi.
5. Film, media untuk menyampaikan informasi atau pesan lewat rekaman gambar berdurasi panjang.

2.1.1.3 Media Papan (*Billboard*)

Media untuk menyampaikan informasi atau pesan berbentuk papan yang dipasang di tempat-tempat umum. Media ini terbuat dari lembaran seng dan tiang besi untuk menopangnya.

2.1.1.4 Media Hiburan

Media untuk menyampaikan informasi atau pesan dalam bentuk dogeng, sosiodrama, kesenian tradisional, dan pameran.

2.2 Elemen Desain

2.2.1 Titik

Berdasarkan pemaparan Timoty Samara (2007) dalam bukunya yang berjudul *Design Elements - A Graphic Style Manual*, sebuah titik dapat menjadi pusat perhatian (*point of interest*). Elemen ini memiliki peranan yang cukup kuat diantara elemen grafis lainnya, karena dapat menarik perhatian pembaca walaupun terdapat elemen grafis lain disekelilingnya (hal. 45).

Sebuah contoh sederhana yang dipaparkan oleh Sanyoto (2009) pada bukunya yang berjudul *Nirmana (Dasar-dasar seni dan desain)*, sebuah batu yang ditaruh di lapangan sepak bola akan dinilai kecil, namun jika batu tersebut ditaruh di atas papan tenis meja, belum tentu dikatakan kecil. Secara umum sesuatu yang kecil dapat dianggap atau dikatakan titik. Namun pernyataan tersebut tidak dapat dibenarkan karena penilaian besar dan kecil adalah sesuatu yang relatif (hal.94).

2.2.2 Garis

Menurut Timoty Samara (2007) pada bukunya yang berjudul *Design Elements - A Graphic Style Manual*, berbeda dengan titik, titik dapat dikatakan sesuatu yang statis, sedangkan garis adalah sesuatu yang dinamis dan memiliki suatu pergerakan (*quality of movement*). Sebuah garis dapat tidak terlihat namun bisa dirasakan, hal itu terjadi jika terdapat dua buah titik yang ditarik. Disamping titik berfungsi sebagai pusat perhatian, garis memiliki beberapa fungsi sebagai pembatas, penutup, pemisah ruang, dan penghubung ruang maupun objek (hal. 48).

Menurut Suriyanto Rustan (2010) dalam bukunya yang berjudul *Layout, Dasar dan Penguraiannya* menjelaskan bahwa garis memiliki hubungan dan fungsi yang berbeda-beda. Garis mendatar/horizontal memiliki makna pasif, statis, tenang, rasional, formal, dasar, negatif, dan pembatalan. Garis tegak/vertikal memiliki makna aktif, tinggi, agung, megah, angkuh, spiritual, tunggal, kepemilikan, dan absolut. Sedangkan garis miring/diagonal yang memiliki makna dinamis, bergerak, memiliki arah, informal, dan tidak stabil (hal.47).

2.2.3 Warna

Menurut Richard Poulin (2011) pada bukunya yang berjudul *An Illustrated Handbook for Understanding Fundamental Design Principles* menyatakan bahwa warna adalah,

“...is one of the most powerful and communicative elements in graphic designer’s language. It affects all of us by providing visual energy and variety in what we see an experience on a daily basis. Color is used to attract attention, group disparate elements, reinforce meaning, and enhance visual composition. It can also immediately convey an attitude or an emotion, provoke a response, create emphasis and variety, communicate a specific message, and further strengthen an established hierarchy. Color increases visual interest and organization of elements in any visual composition. As a primary visual element, color enhances the emotional and psychological nuances of any visual message. It assists in creating the mood you desire. For example, light colors produce pleasant responses whereas darker colors produce quieter effects” (hal. 58-59).

Sedangkan menurut Alan Hashimoto dan Mike Clayton (2009, Ed.3) pada bukunya yang berjudul *Visual Design Fundamentals, A Digital* mendefinisikan warna adalah,

“...essentially elements of light. If you ever looked at natural light shining through a prism, you can see how light can be broken down into various colors. A surface that is painted red reflects only the red rays and absorbs the rays of the colored rays. Green paint absorbs all rays except the green rays, which are reflected. This kind of color produced from reflected lights is called subtractive. Color that is made from emitted light, such as computer monitor, is combined to make that color and referred to as additive. When discussing color mixing, these two system are very different each other. If you combine the primary subtractive colors of yellow, red, and blue, you will get a muddy grey. If you combine the primary additive colors of red, green, and blue, you will get a white light” (hal.24)

Berdasarkan 2 pemahaman akan warna, dapat disimpulkan bahwa warna memiliki makna berdasarkan pengaplikasian serta manfaatnya dan teori yang ada. Makna warna berdasarkan pengaplikasian dan manfaat warna bagi dunia desain dan grafik desainer adalah, warna menjadi salah satu elemen yang paling kuat dalam komunikasi bagi seorang grafik desainer. Warna juga digunakan untuk menarik perhatian, kelompok elemen yang terpisah, memperkuat makna, dan meningkatkan komposisi visual. Disamping itu warna juga sebagai media penyampaian sikap dan emosi, mengundang respon, membuat penekanan dan variasi, mengkomunikasikan pesan tertentu, dan meningkatkan hirarki yang sudah

mapan. Dengan begitu seseorang dapat meningkatkan nuansa emosional dan psikologis sesuai dengan harapannya terhadap karya dengan adanya warna.

Sedangkan warna berdasarkan teori adalah, dasar dari elemen cahaya, seperti contoh saat melihat cahaya alami bersinar melalui prisma, disitu dapat dilihat bagaimana cahaya bisa dipecah menjadi berbagai warna. Ada 2 klasifikasi warna yaitu subtratif dan adiktif. Warna subtraktif dapat dijelaskan melalui contoh permukaan yang diberi cat merah hanya memantulkan sinar merah dan menyerap sinar berwarna, sedangkan permukaan yang diberi cat hijau akan menyerap semua sinar kecuali sinar hijau yang dipantulan. Dengan demikian warna subtraktif adalah jenis warna yang dihasilkan pantulan cahaya atau lampu. Sedangkan jenis warna aditif adalah warna yang terbuat dari cahaya yang dipancarkan seperti layar monitor komputer yang mengkombinasikan cahaya untuk membuat suatu warna.

2.2.4 Tipografi

Mengutip Richard Poulin (2011) pada bukunya yang berjudul *An Illustrated Handbook for Understanding Fundamental Design Principles* menyatakan bahwa tipografi adalah,

“...is designing with type. Type is the term used for letterforms –alphabet, numbers, and punctuation –that when used together create words, sentences, and narrative form. The term *typeface* refers to the design off all characters mentioned above, unified by common visual elements and characteristics. Typography is also unique principle in a graphic designer’s vocabulary because it has dual functions. It can function on its purest level as graphic element such as point, line, form,

shape, and texture in visual composition. However, its primary function is verbal and visual. It is to be read. When typography has a relationship only to its verbal meaning, its communicative character can lack visual impact. When typography reflects a treatment that enhances both its verbal and visual meaning, it is perceived on multiple levels, not only intellectually but also sensually and emotionally. Typography, of course, is all around us. In graphic design, the goal of designer is not to just place typography on a page but rather to understand and used it effectively in visual communication. The selection and choice of typography, size, alignment, color, and spacing all are critical” (hal. 46-47).

Berdasarkan definisi yang dikemukakan oleh Suriyanto Rustan (2010) pada bukunya yang berjudul *Font & tipografi* (hal.18), font/*fount* pada jaman dulu adalah satu set *metal type* dari suatu *typeface* yang sama ukuran dan *style*-nya. Secara umum, huruf terbagi menjadi beberapa pengklasifikasian. Tujuan kalsifikasi adalah untuk memudahkan orang dalam mengidentifikasi dan memilih *typeface* yang akan digunakan. Juga bisa menjadi acuan atau pembanding bila ingin mendesain huruf. Pada buku ini, Alexander Lawson mengklasiifikasikan huruf berdasarkan sejarah dan bentuk huruf. Ia membagi menjadi 9 kelompok jenis huruf:

a. Black Letter/Old English/ Fraktur

Contoh: Gaya Gothic: Beckett, Fette Fraktur, Old English, Goudy Text, Wilhelm Klingspor Gotisch. Gaya Celtic: Celtic md, American Uncial.

b. Humanist/Venetian

Contoh: Jenson, Centaur, Cloister Old Style, ITC Berkeley, Forum, Kennerley, Goudy Old Style, Deepdene, Californian.

c. Old Style/Old Face/Geralde

Contoh: Caslon, Garamond, Palatino, Bembo, Granjo, Sabon.

d. Traditional/Réales

Contoh: Baskerville, Times New Roman, Beur Classic, Bell, Bulmer, Scotch Roman, Cheltenham, Maximus, Melior, Caledonia, ITC Slimbach, Century.

e. Modern/Didone

Contoh: Bodoni, Linotype Didot, ITC Fenice, Electra, Keppler, Else.

f. Slab Serif/Egyptian/Square Serif/Mécanes/Antiques

Contoh: Candida, Clarendon, Egyptienne F, Serifa Glypha, West, Lubalin Graph, Memphis, Cheltenham.

g. San Serif

a. GROTESQUE SANS SERIF

Contoh: Helvetica, Univers, Akzidenz Grotesk.

b. GEOMETRIC SANS SERIF

Contoh: Futura, Kabel, Eurostile.

c. HUMANIST SANS SERIF

Contoh: Gill Sans, Frutiger, Optima.

h. Script er Cursive

Contoh: Script: Brush Script, Kunstler Script, Shelley Script, Linoscript, Kaufmann, Bickham Script, Snell Roundhand. Cursive: Lucida Calligraphy, Pepita, Giddyup, Pelican, Ex Ponto.

i. Display/Dekoratif

Contoh: Rosewood, Bermuda, Umbra, Grunge, Doodle, Dot 28 (hal.46).

Berdasarkan teori-teori yang ada, jenis tipografi yang akan dipakai untuk judul utama pada buku ialah *script*, sedangkan *San Serif* untuk penggunaan penulisan isi buku. Berdasarkan pemahaman yang dikemukakan Suriyanto Rustan pada bukunya yang berjudul *Font & Tipografi* (hal. 18-19) *San Serif* ialah jenis huruf yang tidak memiliki kait (akhiran atau 'ekor' pada ujung *terminal* atau batang tubuh huruf tersebut) atau biasa juga di sebut *Serif*. Sedangkan *Script* ialah huruf yang memiliki karakteristik sambung atau menyambung.

2.3 Prinsip Desain

2.3.1 Ritme/Irama

Robin Landa, Rose Gonnella & Steven Brower dalam bukunya yang berjudul *2D: Visual Basics for Designers* (2007) memaparkan irama memiliki andil dalam pembentukan *Unity* atau sebuah kesatuan (hal. 202).

2.3.2 Kesatuan

David A. Lauer dan Stephen Pentak (2008) mendefinisikan kesatuan pada bukunya yang berjudul *Design Basic*, kesatuan sebagai harmoni dan kesepakatan yang terdapat dari sebagai elemen yang ada di dalam sebuah desain. selain itu kesatuan dapat didefinisikan sebagai komposisi (hal. 28).

Steven Brower (2007) menambahkan pada bukunya yang berjudul *Visual Basic for Designer* diperlukan beberapa prinsip dasar lainnya di sebuah kesatuan dalam komposisi desain, yaitu:

1) Repitisi

Repitisi dapat menciptakan penempatan dan kolerasi antar bagian dan terhadap desain. Seorang designer dapat mengulang sebagian dari elemen visual tersebut untuk mencapai sebuah konsistensi.

2) Kontinuitas

Kesatuan dengan menggunakan prinsip ini dapat dicapai dengan elemen desain seperti garis, bentuk, warna, dan tekstur untuk membuat suatu kesamaan (*similarity*).

3) Grid

Grid adalah garis dasar yang terdiri dari garis vertikal dan horizontal, yang bertujuan untuk membagi struktur format menjadi kolom dan garis tepi. Grid seringkali diterapkan pada majalah, koran, dan buku (hal. 213-216).

Dalam buku *Making and Breaking the Grid*, Timothy Samara (2002), terdapat beberapa jenis *grid*, diantaranya: *Manuscript Grid*, *Column Grid*, *Modular Grid*, dan *Hierarchical Grid* (hal. 26-29).

2.3.3 Penekanan

Pencapaian penekanan menurut David A. Lauer dan Stephen Pentak pada buku *Design Basics* melalui banyak prinsip. Terdapat tiga prinsip yang dapat membawa karya memiliki penekanan yang baik dalam sebuah komposisi, yaitu:

1. Penekanan dengan menggunakan kontras.
2. Penekanan dengan menggunakan isolasi.
3. Penekanan dengan penempatan.

2.3.4 Keseimbangan

Menurut Steven Brower dkk pada bukunya *Visual Basics for Designer* (hal. 151), mendefinisikan keseimbangan sebagai sebuah stabilitas yang tercipta karena ada kontribusi berat yang sama dari setiap sisi yang dipisahkan oleh titik tengah. Dalam dunia desain, keseimbangan dikaitkan dengan massa dan gravitasi. Dengan kata lain hal tersebut dapat dikatakan sebagai tekanan visual yang terdiri dari penekanan visual tau kepentingan visual.

2.3.5 Proporsi

David Laeur dan Stephen Pentak pada buku berjudul *Design Basics* (hal. 72) mendefinikan proporsi adalah relativitas ukuran antara berbagai elemen yang berbeda. Dengan kata lain proporsi adalah gandingan komposisi ukuran elemen

desain yang berbeda namun saat digabungkan dapat menciptakan suatu komposisi desain yang pas.

2.3.6 Prinsip Layout

Layout sebagai tata letak elemen-elemen desain dalam suatu bidang tertentu, hal ini bertujuan untuk mendukung konsep atau pesan yang akan disampaikan melalui sebuah media.

Menurut Suryanto Rustan (2010) pada bukunya yang berjudul *Layout Dasar dan Penerapan* menjelaskan bahwa dalam sebuah layout terdapat tiga elemen yang membangunnya, diantaranya:

1. Elemen Teks, adalah bagian pembangun isi dari layout tersebut yang berfungsi sebagai media identitas.
2. Elemen Visual, adalah elemen yang bukan berbentuk teks, namun gambar.
3. Elemen tidak terlihat (*invisible*), adalah elemen yang tergolong sebagai fondasi atau acuan penempatan pada sebuah layout (hal. 27).

UMMN