



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. Jenis-jenis Media

Jenis media secara umum terbagi menjadi dua, yakni media lini atas atau *above the line*, dan media lini bawah atau *below the line* (Santosa, 2009).

2.1.1. Media lini atas (*above the line*)

Media lini atas digunakan untuk menjangkau dan menarik perhatian masyarakat secara lebih luas. Karakter media ini adalah pemasangan yang kebanyakan dilakukan diluar ruangan (*outdoor*), menggunakan teknologi digital. Biasanya, media lini atas adalah iklan-iklan yang dibebani oleh Agency Commission Fee yang telah disepakati dan ditentukan Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia (P3I). Kelebihan media ini adalah dapat menjangkau target pemasaran yang lebih luas. Sementara kekurangannya terdapat pada pengeluaran biaya yang cukup besar dalam pembuatan dan pemasangannya. Berikut ini adalah jenis media lini atas:

- **Billboard dan baliho**
Merupakan media outdoor dalam format dan skala yang besar. Biasanya, terbuat dari bahan kayu, logam, kain, kaca, plastik. Media ini mudah dilihat, atraktif, dan bisa menarik perhatian masyarakat lebih luas. Kekurangan dari media billboard ini hanya dilihat secara sekilas dan dapat membuat bosan bila dipasang terlalu lama.



Gambar 2.1. Contoh Billboard

(Sumber :<http://francoterranova.deviantart.com/art/Magazine-Advertising-01-314747087>)

- Majalah dan koran

Iklan pada majalah atau koran berfungsi sebagai media promosi yang membawa suatu pesan. Tujuan iklan pada media ini dibuat untuk menciptakan kesadaran (awareness) serta membujuk audiens untuk melakukan tindakan tertentu. Kekuatan dari media ini adalah dapat memberikan dampak bahwa iklan yang terdapat pada sebuah koran ataupun majalah dapat dipercaya.



Gambar 2.2. Contoh Iklan Majalah

(Sumber : glomedia.co.id)

- Iklan TV

Merupakan salah satu media yang dapat mempengaruhi audiens yang luas. Iklan TV yang berkesinambungan dengan iklan cetak dapat memberikan dampak yang kuat, yaitu pesan dapat dengan mudah melekat dalam pikiran konsumen karena disampaikan secara terus-menerus.

2.1.2. Media lini bawah (*below the line*)

Media ini adalah iklan yang dibebani biaya produksi dan jasa. Karakteristik dari media lini bawah adalah sirkulasi yang kuat, segmentasi konsumen yang jelas, bersifat *portable*, dan informasi yang dapat bertahan dalam jangka waktu lama karena dapat dibaca berulang kali dan juga efisien. Kelemahannya adalah bila terjadi pembaruan dan kesalahan informasi, tidak bergerak, dan short life span (Ardhi, 2013).

- Poster

Merupakan salah satu media yang memiliki karakteristik informatif, dapat dibaca berulang-ulang dan dapat menjangkau audience dalam skala luas. Poster akan efektif bila menggunakan kata-kata yang menarik, persuasif, desain yang menarik dari segi visual, dan mampu mempengaruhi dan membentuk pandangan audience.



Gambar 2.3. Contoh Poster

(Sumber : actualgrafika.blogspot.com)

- *Leaflet dan Pamphlet*

Pamphlet adalah media berupa lembaran dengan informasi pada kedua sisinya. Ketika dilipat menjadi 4 halaman, maka *pamphlet* disebut *leaflet*. Lipatan pada media ini dapat menghasilkan banyak halaman, dan informasi yang ditampilkan dapat detail.



Gambar 2.4. Contoh Leaflet

(Sumber : desiznworld.com)

- Brosur

Merupakan media dalam bentuk lembaran yang dapat dilipat dan terdiri dari beberapa halaman. Kelebihan dari brosur ini sendiri adalah dapat memberikan informasi secara lengkap atau rinci. Media brosur dapat dengan mudah dibawa, dan dapat dibaca berulang-ulang.

- Banner

Merupakan salah satu media yang tidak memakan banyak tempat, dan seringkali digunakan karena tampilannya mampu menarik perhatian audiens. Banner sendiri terbagi menjadi dua yaitu *x-banner* dan *roll banner*. *X-banner* memiliki tiang penyangga berbentuk X dibagian belakang, sementara *roll banner* merupakan banner yang bentuknya bisa tergulung pada bagian landasan *banner*.

2.1.2. Media Promosi

Jenis-jenis media promosi (Ardhi, 2013)

- Website

Media yang memiliki halaman informasi yang dapat diakses dengan menggunakan jaringan internet. Media ini dapat berisi tulisan, gambar, video, foto, animasi, ataupun lagu. Media ini memungkinkan banyaknya informasi yang dapat ditampilkan pada setiap halaman. Dengan adanya pengelompokan setiap halaman, hal yang disampaikan dapat lebih jelas dan juga efektif.

- *Banner Website*

Banner Website biasa dipakai untuk menarik target audiens saat mengunjungi sebuah *website*. Media ini ditampilkan dalam berbagai jenis ukuran dan diletakkan pada sebuah *website* untuk mengarahkan audiens memasuki halaman *website* yang lain.

- Social Media

Media ini sering digunakan sebagai media informasi untuk mempromosikan atau mensosialisasikan sesuatu. Media sosial juga memiliki cakupan yang luas karena menggunakan fasilitas online yang terhubung langsung dengan target audiens. Untuk mengoptimalkan fungsi sosial media ini adalah membangun kepercayaan target dan menawarkan informasi yang detail dan nyata. Bila kepercayaan target sudah didapatkan, maka informasi yang diterima akan lebih mudah diterima oleh audiens.

(Ardhi, 2013)

- *Merchandise*

Pengaplikasian pada media merchandise yang merupakan media yang dapat digunakan untuk keperluan sehari-hari, akan memudahkan target untuk mengingat dan menjadi wujud bentuk simbolisasi partisipasi akan sebuah kegiatan.

2.2. Komunikasi

Komunikasi merupakan interaksi yang terjadi antarmanusia, dan bertujuan untuk menumbuhkan pengertian antara pemberi pesan dengan penerima pesan. Komunikasi dapat dikatakan efektif apabila penyebar dan penerima pesan memiliki pengertian yang sama. (Ruslan, 2013). Dalam proses komunikasi, sedikitnya terdapat tiga unsur pokok, yaitu sumber, pesan, dan tujuan. Tidak hanya menyampaikan informasi, dalam komunikasi juga terdapat unsur persuasi agar orang lain mau menerima suatu pemahaman, melakukan perintah ataupun bujukan.

2.2.1. Efek Komunikasi

Dalam bukunya, Rosady Ruslan mengutip Wilbur Schramm yang menyebutkan alasan mempelajari proses serta efek komunikasi adalah, kita dapat mengetahui tentang apa yang terjadi pada masyarakat bila menerima suatu pesan (2013, 20). Efek komunikasi akan menimbulkan perubahan dalam opini, opini pribadi, opini publik, opini mayoritas, sikap dan tingkah laku, pandangan-persepsi-dan ide, dan kepercayaan serta citra. (2013, 21).

2.2.2. Jenis-jenis *Feedback*

Kegiatan komunikasi dapat menghasilkan respon yang berbeda-beda bagi komunikator atau si penerima pesan, mengutip dari Ralph Web Jr., bentuk-bentuk dari dari *feedback* tersebut yakni

1. *Zero Feedback*, pesan yang disampaikan tidak dapat dimengerti oleh penerima pesan.
2. *Neutral Feedback*, munculnya sikap netral setelah pesan disampaikan. Penerima pesan bersifat tidak memihak.
3. *Positive Feedback*, pesan diterima secara positif. Penerima pesan menanggapi, menyetujui dan menerimanya dengan baik.
4. *Negative Feedback*, pesan yang disampaikan oleh komunikator ditanggapi atau ditentang dan tidak disetujui oleh penerima pesan. Dalam hal ini, penolakan biasanya berbentuk *interruption*, *disagreement*, dan *critism*.

2.3. Desain Komunikasi Visual

Desain komunikasi visual adalah suatu ilmu yang bertujuan untuk mempelajari konsep komunikasi serta ungkapan kreatif lewat berbagai media, untuk menyampaikan pesan dan ide secara visual dengan pengelolaan elemen grafis berupa bentuk dan gambar, huruf, komposisi warna, serta layout. Sehingga, hasilnya dapat diterima oleh target penerima pesan. (Kusrianto, 2007).

2.3.1. Unsur-unsur Desain

Menurut Adi Kusrianto, untuk menghasilkan suatu tampilan visual, dibutuhkan beberapa unsur seperti

- Titik, cenderung ditampilkan dalam bentuk kelompok dengan jumlah, susunan dan kepadatan tertentu.
- Garis, dapat ditampilkan dalam bentuk lurus, lengkung, gelombang, ataupun zig zag
- Bidang, dapat dikelompokkan menjadi dua jenis, yaitu bidang geometri atau beraturan dan bidang non-geometri atau tidak beraturan.
- Ruang, mengarah pada perwujudan tiga dimensi. Ruang dibagi menjadi dua jenis, yakni ruang nyata dan ruang semu.
- Warna, unsur visual yang ditentukan oleh keberadaan pigmennya. Permasalahan mendasar dari warna antara lain adalah hue (spektrum warna), saturation (nilai kepekatan), dan lightness (nilai gari gelap ke terang)
- Tekstur, merupakan nilai raba dari suatu permukaan. Secara fisik, tekstur dibagi menjadi tekstur kasar dan halus. Sementara secara efek tampilan tekstur dibagi menjadi tekstur nyata dan tekstur semu.

2.3.2. Prinsip Desain

Untuk menghasilkan sebuah karya desain yang baik, kita perlu memperhatikan masalah komposisi. Prinsip desain dibutuhkan untuk mencapai komposisi yang harmonis. Berikut ini adalah unsur-unsur yang harus diperhatikan. (Kusrianto, 2007).

- Kesatuan, diperlukan dalam suatu karya desain grafis yang di dalamnya terdiri dari beberapa elemen. Dengan adanya kesatuan, elemen-elemen yang ada menjadi saling mendukung dan mendapatkan fokus.
- Keseimbangan, prinsip dalam komposisi yang menghindari kesan berat sebelah. Keseimbangan dapat dicapai dengan beberapa hal seperti keseimbangan dalam bentuk dan ukuran, keseimbangan dalam warna, keseimbangan yang diperoleh karena tekstur, dan keseimbangan dari komposisi.
- Irama, atau biasa disebut ritme merupakan penyusunan unsur-unsur dengan mengikuti pola penataan tertentu secara teratur agar dapat memberikan kesan menarik.
- Kontras, dalam sebuah komposisi desain dibutuhkan agar tidak terkesan monoton.
- Fokus, diperlukan dalam sebuah komposisi untuk menunjukkan bagian yang dianggap penting dan menjadi perhatian utama.
- Proporsi, merupakan perbandingan ukuran antar bagian dengan bagian, dan antar bagian dengan keseluruhan.

2.3.3. Semiotik Desain Grafis

Dalam buku yang sama, Kusrianto menjelaskan bahwa semiotik atau *semiology* adalah ilmu tentang tanda atau simbol atau ilmu untuk memahami konteks secara umum yang berlaku di masyarakat atau target tertentu. (2007, 58). Dalam dunia

desain grafis, pemaknaan semiotik menyangkut aspek budaya, adat istiadat, serta kebiasaan yang terjadi di masyarakat. Semiotik dibagi menjadi tiga, yaitu

- Semantik, berkenaan dengan makna dan konsep. Meneliti atau menganalisis visual tertentu.
- Pragmatik, berkenaan dengan teknis dan praktis. Material atau bahan yang digunakan, efisiensi, atau teknik produksi. Pertimbangan yang harus dipikirkan mencakup kegunaan, kemudahan, keamanan, dan kenyamanan.
- Sintaktik, berkenaan dengan keterpaduan dan keseragaman. Hal ini penting dalam menjaga citra baik dari sebuah rancangan dalam bentuk apapun, agar dapat tertanam dan diingat oleh para khalayak.

2.4. Website

2.4.1. Usability pada Website

Website merupakan sebuah sistem, aplikasi, ataupun produk yang dirancang untuk dipakai oleh pengguna situs. Sehingga, website dirancang agar mudah dipelajari, digunakan, dan pengguna menggunakan website sebagai sistem yang memberikan hal positif. (Nielsen, 1993)

Ada beberapa hal yang dapat menjadi patokan utama untuk mengukur usability pada sebuah website, yaitu mudah dipelajari, efisien, dan dapat diingat.

1. Learnability

Pengguna dapat dengan mudah memenuhi kebutuhan awal saat pertama kali melihat atau menggunakan sebuah website. Sebuah situs dapat dengan mudah dipelajari karena memiliki konsistensi, teratur,

simpel, dan dapat memudahkan pengguna untuk mencari sesuatu yang ada pada situs tersebut.

2. Efficiency

Efisien dapat diartikan bahwa pengguna dapat dengan cepat menggunakan sebuah situs setelah mempelajari hasil rancangan. Tidak terkesan rumit, sehingga pengunjung halaman website lebih cepat dalam mencari suatu informasi pada halaman tersebut.

3. Memorability

Memorability berarti pengguna mudah mengingat dan menggunakan sebuah situs walaupun sudah lama tidak digunakan. Sebuah situs yang semakin digunakan, akan semakin mudah untuk diingat.

4. Errors

Errors berarti bahwa saat pengguna melakukan kesalahan, maka situs tersebut akan memberikan pemberitahuan, sehingga pengguna dapat memperbaiki kesalahannya dan mengetahui apa yang harus dilakukan selanjutnya.

5. Satisfaction

Pengguna merasa puas dengan hasil dari sebuah situs tertentu. Pengguna mendapatkan apa yang dibutuhkan atau sebuah informasi dari sebuah website dengan mudah dan cepat.

Usability pada website ini menjadi penting agar sebuah website dapat terus bertahan. Website dengan tingkat usability yang baik, akan membuat website

tersebut sering dikunjungi karena pengguna ingin mendapatkan sebuah informasi secara cepat dan sesuai yang diharapkan.

2.4.2. *Layout dan Compositions*

Dalam buku *The Principles of Beautiful Web Design*, dalam membuat perancangan website, hal penting yang harus dikerjakan adalah tata letak dan komposisi desain. Dalam perancangannya, ada hal-hal yang penting yang harus diperhatikan diantaranya,

2.4.2.1. *Desain pada Website*

Perancangan website, harus memperhatikan antara informasi yang ingin disampaikan dengan desain yang ada. Website digunakan untuk membagikan informasi yang ingin disampaikan oleh pihak tertentu, lewat perancangan desain website yang baik. (Beird, 2007)

2.4.2.2. *Web Page Anatomy*

Anatomi halaman pada sebuah website merupakan suatu kesatuan dan tidak dapat dipisahkan. Bagian penting dalam sebuah website diantaranya

1. *Containing Block*

Merupakan badan website secara keseluruhan yang memuat bagian-bagian yang terdapat dalam sebuah website

2. Logo

Logo merupakan sebuah identitas yang digunakan sebagai turunan desain secara warna pada perancangan website.

3. Navigasi

Navigasi pada sebuah halaman website haruslah jelas, mudah dicari, dan mudah digunakan

4. Konten

Konten merupakan hal utama pada bagian halaman. Konten adalah acuan para pengguna untuk melanjutkan penggunaan atau tidak. Konten merupakan hasil informasi yang ingin ditampilkan kepada para pengguna

5. Footer

Bagian yang terletak dibawah halaman dan berisi copyright, kontak, ataupun link yang merujuk ke sebuah situs tertentu

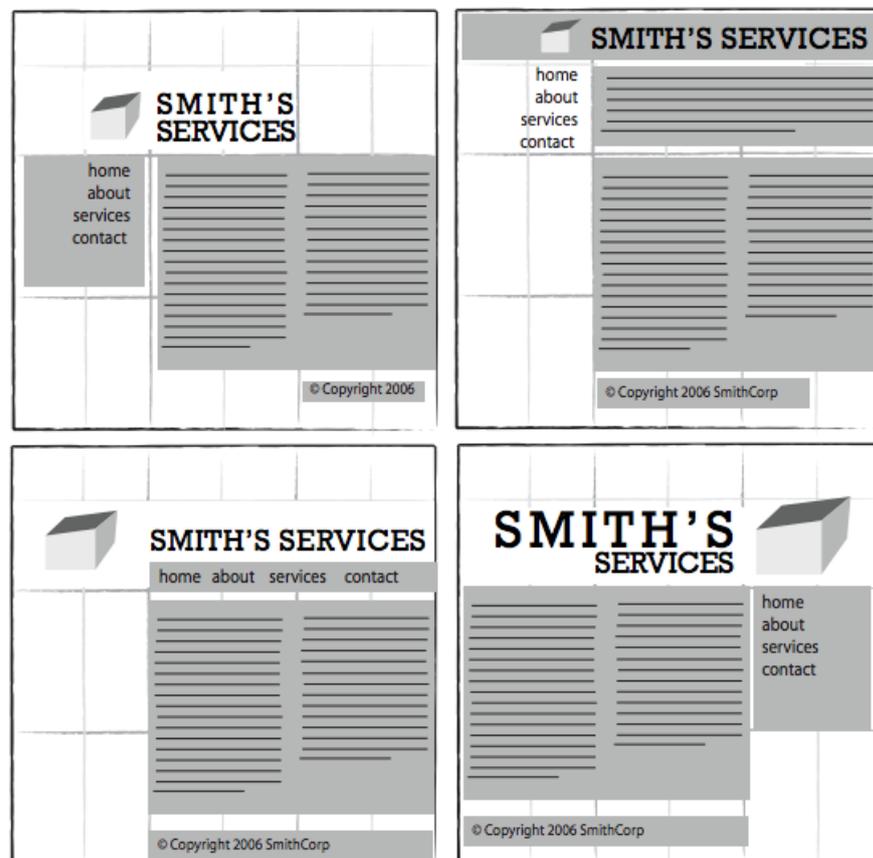
6. Whitespace

Digunakan untuk teks, foto, tabel dan data lainnya. Bagian putih pada sebuah situs, dapat digunakan untuk ruang bernapas pada penglihatan pengguna.

2.4.2.3. Grid

Penggunaan grid dalam perancangan website, berguna untuk membuat tata letak memiliki proporsi yang baik. Untuk mendapatkan proporsi yang baik, dapat menggunakan golden ratio. Dalam penerapannya, versi dari golden ratio yang digunakan adalah rule of third, yaitu membuat sketsa tiga kolom vertikal kemudian dilanjutkan dengan tiga garis vertikal untuk satu halaman website. Selanjutnya, kolom tersebut dibagi lagi menjadi lebih sempit. Dari situ, baru dibuat desain anatomi website.

Penggunaan grid sebelum pengaplikasian, akan memudahkan dalam perancangan website. Selain itu, grid berguna untuk menentukan keseimbangan pada perancangan yang dibuat.



Sumber : The Principle of Web Design (2007)

Gambar 2.5. Grid Rule of Third

2.4.2.4. Balance

Dalam perancangan website, tampilan layout haruslah terlihat seimbang agar memudahkan mata pengguna saat mencari informasi. Keseimbangan visual merupakan keseluruhan konsep yang dapat memudahkan penglihatan dan

penggunaan. Bagian penting dari keseimbangan adalah keseimbangan simetris dan keseimbangan asimetris.

Keseimbangan simetris merupakan keseimbangan dimana bagian yang satu dengan bagian yang lain sejajar dalam satu layout. Sementara, keseimbangan asimetris berarti keseimbangan informal yang sedikit lebih abstrak tetapi memiliki tampilan visual yang lebih menarik. Keseimbangan asimetris juga memiliki ukuran, bentuk, warna serta penempatan yang berbeda-beda.

2.4.2.5. Unity

Unity dalam teori desain berarti adanya kesatuan dalam sebuah komposisi desain yang memiliki elemen berbeda-beda. Kesatuan tidak hanya dalam setiap elemen pada suatu halaman website, tetapi kesatuan harus ada pada seluruh halaman website.

2.4.3. Aplikasi pada Website

Website atau situ yang digunakan untuk menyampaikan informasi, memiliki jenis yang bermacam-macam. Berdasarkan teknologinya, website dibagi menjadi dua jenis, yaitu website statis dan dinamis. Masing-masing website memiliki kelebihan dan kekurangan. Web statis biasanya hanya menggunakan HTML saja, dan informasi yang disampaikan tidak dapat diubah-ubah. Sementara web dinamis adalah website yang tampilan halamannya dapat di-*update* dan memiliki interaksi dengan pengguna.

Web statis, dapat dibagi menjadi tiga bagian, (Plumley, 2010)

- Standar HTML

Memiliki format yang statis, animasi yang diletakkan cenderung sedikit dan hanya terdapat pada bagian tertentu saja. Website dengan HTML lebih ringan dan cepat digunakan

- Flash

Tampilan website dengan flash akan lebih menarik karena memiliki animasi yang dapat dibuat pada halaman situs. Namun, website ini biasanya akan lebih berat dan lama saat dijalankan karena memiliki script yang cukup banyak, sehingga pengguna harus memiliki koneksi internet yang baik.

- Kombinasi HTML dan Flash

Gabungan antara HTML dan Flash biasanya cocok digunakan pada web statis agak tidak terlihat terlalu kaku. Kombinasi ini akan memberikan kesan yang lebih dinamis. Penggunaan flash, biasa digunakan untuk heading ataupun banner website.

2.5. ADHD

2.5.1. Pengertian ADHD

ADHD dalam bahasa Indonesia berarti gangguan pada pemusatan perhatian disertai hiperaktif. Istilah ini digunakan untuk memberikan deskripsi mengenai kondisi medis dimana individu mengalami kesulitan dalam mengendalikan impuls, menghambat perilaku dan tidak mendukung rentang perhatian mereka.

Pada anak usia dini, ADHD akan membuat anak mengalami gangguan belajar. (Wiyani, 2014). Mengutip dari MIF. Baihaqi dan M.Sugiarmun, ADHD adalah suatu keadaan dimana seorang anak memperlihatkan gejala atau ciri-ciri yang ditandai dengan sikap tidak perhatian, pembicaraan yang lepas kontrol, serta perilaku hiperaktif. Kebanyakan, gangguan ADHD dapat kita temui pada anak-anak sekolah. (2008, 2).

2.5.2. Tipe – tipe ADHD

1. Tipe ADHD Kurang Memerhatikan. Pada tipe ini, anak dengan gangguan ADHD memiliki enam gejala yang berlangsung paling sedikit selama 6 bulan. Gejala tersebut yaitu,

- Sering gagal dalam memerhatikan sesuatu yang detail atau membuat kesalahan yang sembrono.
- Sulit memusatkan perhatian pada tugas-tugas, atau kegiatan bermainnya.
- Sering tidak mendengarkan saat diajak berbicara secara langsung.
- Seringkali tidak mengikuti instruksi dengan baik dari orang lain.
- Sering kehilangan benda-benda penting miliknya, seperti alat tulis.
- Sering menghindar, tidak menyukai atau enggan melaksanakan tugas yang membutuhkan usaha mental, serta menghindari tugas yang rumit atau detail.
- Sering mudah kebingungan atau terganggu rangsangan dari luar.
- Cepat lupa dalam menyelesaikan kegiatan sehari-hari.

2. Tipe ADHD Hiperaktif – Impulsif, paling sedikit ada enam atau lebih dari gejala tipe ADHD ini yang bertahan selama paling sedikit 6 bulan

- Sering merasa gelisah dengan tangan atau kaki mereka.
- Sering meninggalkan tempat duduk didalam kelas atau situasi lainnya, yang mengharapkan ia untuk duduk.
- Sering kali berlarian secara berlebihan pada situasi yang tidak tepat.
- Kesulitan dalam bermain atau terlibat dalam kegiatan senggang secara tenang.
- Sering bergerak atau bertindak seolah-olah dikendalikan oleh “mesin”
- Berbicara berlebihan

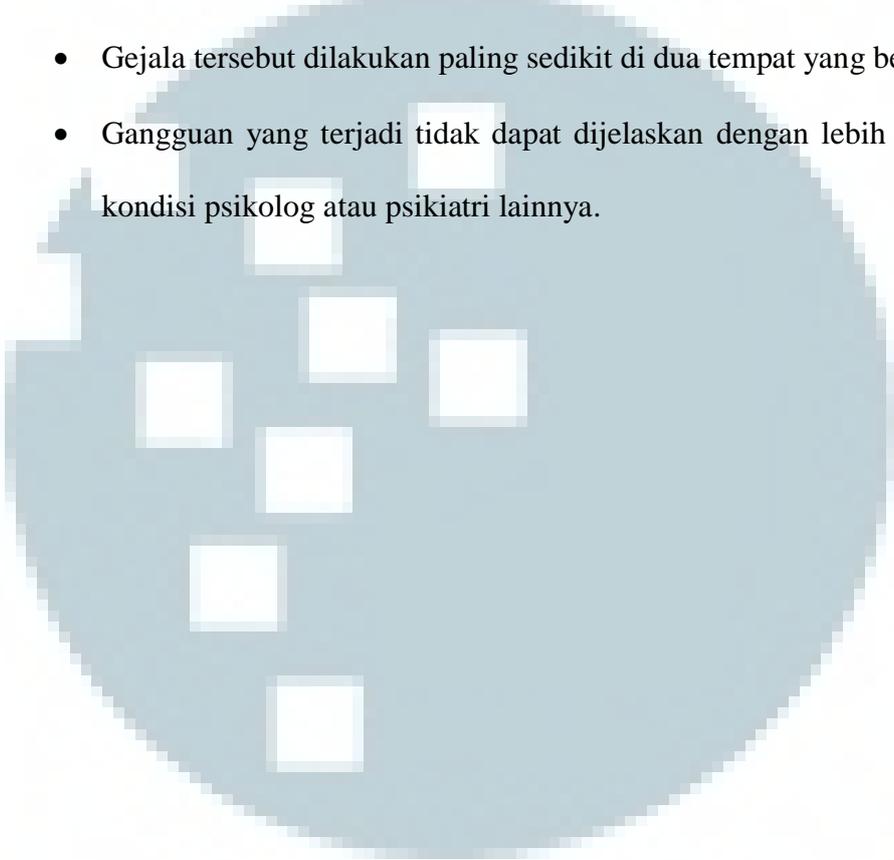
Gejala Impulsif;

- Menjawab sebelum pertanyaan selesai disampaikan.
- Memulai untuk mengerjakan sesuatu sebelum ia selesai membaca atau mengetahui apa yang ia harapkan.
- Berbuat tanpa memikirkan akibat yang akan terjadi
- Kesulitan menunggu giliran.
- Sering menginterupsi atau mengganggu orang lain, misalnya memotong pembicaraan atau permainan.

3. Tipe ADHD Gabungan, dapat diketahui dengan mendiagnosis adanya paling sedikit 6 di antara sembilan gejala tipe ADHD kurang memerhatikan, ditambah paling sedikit 6 diantara 9 gejala tipe ADHD

Hiperaktif- Impulsif, dan gejala tersebut muncul berkali-kali dengan tingkat yang signifikan disertai bukti berikut,

- Berbagai gejala tampak sebelum anak berusia 7 tahun.
- Gejala tersebut dilakukan paling sedikit di dua tempat yang berbeda.
- Gangguan yang terjadi tidak dapat dijelaskan dengan lebih baik oleh kondisi psikolog atau psikiatri lainnya.



UMMN