



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

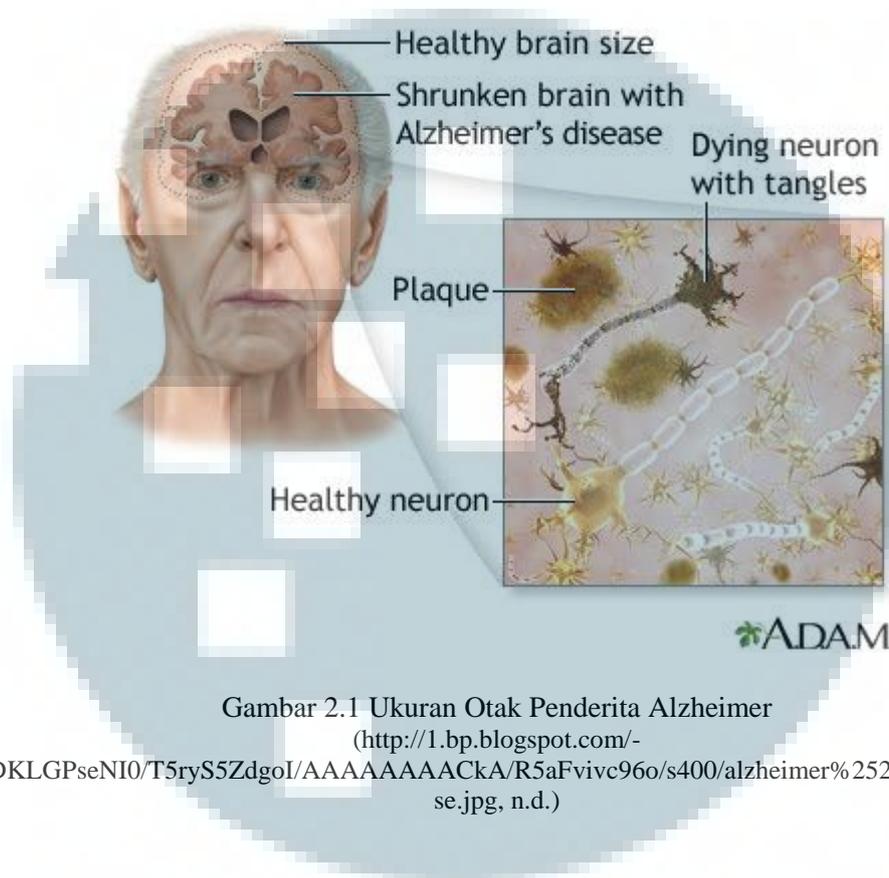
2.1 Alzheimer

2.1.1 Definisi Alzheimer

Penyakit alzheimer ini pertama kali ditemukan oleh Alois Alzheimer pada bulan November 1906, nama penyakit ini pada jaman dulu sering dikenal dengan penyakit penuaan atau psikosis pikun, argumen tersebut merupakan hasil kutipan dari Walter J. Lukiw dari buku berjudul "*Alzheimer's Disease Diagnosis and Treatments*" (Boyd 2011) (Hlm. 1). Menurut Bazan dan Salazar dalam buku berjudul "*Alzheimer's Activities that Stimulate the Mind*" memperjelas kalau penyakit alzheimer merupakan bagian dari penyakit demensia, dimana demensia sendiri merupakan sebuah sindrom yang melemahkan kemampuan kognitif otak, dan melakukan pelemahan memori penderita (Hlm. xviii).

Penyakit alzheimer merupakan penyakit yang menyerang sistem saraf dan menyebabkan perubahan patologi pada otak, beberapa sel kecil pada otak yang dapat menyebabkan penyakit alzheimer diantara lainnya seperti plak, atrofi otak, dan juga neurofibrillary yang kusut (Hlm. xix). Gunawan (2013) juga menambahkan pada artikel yang ditulis dalam majalah kesehatan rumah sakit "*Health First*", penyakit alzheimer merupakan sebuah penyakit yang menyerang sel-sel saraf yang mengakibatkan kematian sel-sel pada otak, dan

mengakibatkan otak fungsi optimal otak menjadi menurun dan kapasitas memori seseorang akan semakin memburuk (Hlm. 54).



Gambar 2.1 Ukuran Otak Penderita Alzheimer

([http://1.bp.blogspot.com/-](http://1.bp.blogspot.com/-ODKLGpseNI0/T5ryS5ZdgoI/AAAAAAAAACKA/R5aFvivic96o/s400/alzheimer%2527s%2Bdisease.jpg)

[ODKLGpseNI0/T5ryS5ZdgoI/AAAAAAAAACKA/R5aFvivic96o/s400/alzheimer%2527s%2Bdisease.jpg](http://1.bp.blogspot.com/-ODKLGpseNI0/T5ryS5ZdgoI/AAAAAAAAACKA/R5aFvivic96o/s400/alzheimer%2527s%2Bdisease.jpg), n.d.)

2.1.2 Gejala

Menurut Gunawan, dalam artikel majalah kesehatan berjudul “*Health First*” mengatakan juga bahwa gejala awal penyakit alzheimer ini menyerang motorik dan psikologis penderita, gejala lainnya yaitu perubahan perilaku yang cukup drastis dari penderita, perubahan emosi yang tidak seimbang, dan juga penderita menjadi susah untuk menggunakan bahasa yang tepat. Selain itu juga penderita akan mulai mengalami halusinasi dan juga paranoid, hal ini menandakan bahwa penderita sudah mengalami gangguan jiwa berat (Hlm. 54-

55). Bazan dan Salazar menambahkan level yang dimiliki penyakit alzheimer yang penulis dapatkan di dalam bukunya yang berjudul “*Alzheimer’s Activities that Stimulate the Mind*” (Hlm. xx), yang dijabarkan sebagai berikut:

- **Level Pertama**

Pada level ini penderita baru terjangkit penyakit alzheimer dan biasanya mulai lupa kepada sesuatu yang telah diucapkan pertama kali namun tidak parah, dan masih dapat melakukan kegiatan seperti pada umumnya, seperti: mandi, berpakaian, makan, dan pekerjaan rumah lainnya.

- **Level Kedua**

Pada level ini, penderita alzheimer biasanya sudah mulai lupa mengenai tahapan-tahapan suatu kegiatan yang bersifat sehari-hari, seperti mulai lupa bagaimana cara memakai baju, atau memakai baju tidak sesuai, mulai lupa bagaimana cara untuk mandi. Kemudian biasanya mereka yang menderita di level ini cenderung gelisah ketika ingin mengingat sesuatu yang terlupakan.

- **Level Ketiga**

Penderita alzheimer pada level ini sudah mulai mengalami kesulitan untuk berkomunikasi dengan seasmuanya, hal ini dikarenakan penderita mulai kesulitan untuk menggunakan kata-kata yang tepat untuk berkomunikasi dengan orang lain sehingga penderita lebih cenderung

gelisah ketika ada orang yang mengajaknya berbicara. Selain itu juga penderita mulai kesulitan dan lupa untuk melakukan kegiatan yang cukup berat seperti melakukan penghitungan ketika membayar, membayar kartu kredit, dan membuat suatu keputusan.

- **Level Keempat**

Level ini merupakan level terakhir penyakit alzheimer, dimana pada level ini penderita sudah sangat tergantung kepada pengurusnya, dikarenakan penderita alzheimer ini sudah kehilangan total memori untuk berkomunikasi, bagaimana cara makan atau mengunyah, dan semua kegiatan mendasar lainnya.

2.1.3 Penyebab

Menurut Gunawan, dalam artikel majalah kesehatan “*Health First*” menyatakan bahwa penyakit alzheimer ini merupakan penyakit alami yang disebabkan oleh proses *aging* itu sendiri dan juga dapat disebabkan oleh faktor keturunan gen. Beliau juga menjelaskan mengenai penyebab sekunder seseorang terkena penyakit alzheimer ini dapat didasari oleh beberapa faktor seperti: penderita terkena penyakit diabetes, hipertensi, obesitas, mental/depresi, dan juga *stroke*.

2.2 Kampanye Sosial

2.2.1 Definisi Kampanye

Menurut Venus (2009) dalam bukunya yang berjudul “Menejemen Kampanye” mengatakan bahwa kampanye merupakan sebuah kegiatan komunikasi yang dilaksanakan oleh beberapa lembaga maupun organisasi (Hlm. 4). Rogers dan Storey (seperti dikutip dalam Venus, 2009) mengatakan bahwa kampanye merupakan serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan untuk menciptakan dampak tertentu pada sejumlah khalayak dengan skala yang besar dan dilakukan pada kurun waktu tertentu.

Sedangkan menurut pendapat Leslie B.Snyder (seperti dikutip dalam Ruslan, 2002) menjelaskan kampanye merupakan suatu aktivitas komunikasi yang terorganisir secara langsung dan dilaksanakan pada periode waktu tertentu. Pfau dan Parrot membahas bahwa kampanye yang dilakukan secara sadar dapat menunjang dan meningkatkan proses pelaksanaan yang direncanakan pada periode tertentu (Hlm. 9).

Menurut Safanayong dalam buku berjudul “*Desain Komunikasi Visual Terpadu*”(2006, hal 71) mendefinisikan bahwa kampanye merupakan suatu kegiatan promosi atau penyampaian suatu pesan, yang dilakukan untuk memecahkan masalah sosial, politik, budaya, dan lingkungan hidup. Selain itu juga Safanyong menjelaskan tentang proses desain kampanye yaitu:

a) Fakta / latar belakang

Untuk membuat sebuah kampanye, seorang desainer harus berangkat dari fakta yang ada.

b) Identifikasi masalah

Kemudian mencari tahu mengenai suatu masalah secara spesifik.

c) Analisis situasi

Seorang desainer juga harus menentukan informasi yang sesuai dengan objek atau tema kampanye.

d) Analisis tantangan dan peluang

Kemudian desainer juga harus dapat mengidentifikasi faktor internal dan eksternal.

e) Strategi kampanye

Harus menentukan objek apa yang ingin dicapai, tentukan target sasaran dan juga tema.

f) Komponen kampanye / pemilihan media

Tentukan media yang akan digunakan seperti poster, iklan, promosi, atau menggunakan internet.

g) Visualisasi

Dalam pembuatan karya seorang desainer harus menentukan juga pendekatan visual yang digunakan dan juga gaya visualnya.

h) Produksi

Tentukan juga teknik yang digunakan, dan perhatikan metodes.

2.2.2 Jenis-jenis Kampanye

Pada buku berjudul “*Graphic Design Solutions*” (2006) Landa mendeskripsikan bahwa sebuah kampanye merupakan sebuah iklan yang saling memiliki strategi, konsep, desain, gaya, dan slogan yang berbeda dengan tujuan untuk menarik perhatian orang-orang dalam waktu yang cukup lama dan dengan pengaplikasian media yang digunakan. Untuk dapat menarik perhatian masyarakat tentang sebuah iklan kampanye yang dibuat ini, seorang desainer harus dapat membuat sebuah pendekatan kreatif agar menjadi sebuah iklan yang unik dan berbeda dari iklan yang sudah ada (Hlm. 278).

Terdapat juga sebuah pendapat yang dikemukakan oleh Ruslan pada buku “*Kampanye Public Relations*”, bahwa kampanye ini memiliki tiga jenis (Hlm. 25), yaitu:

a) *Product – Oriented Campaigns*

Kampanye ini merupakan sebuah kampanye yang berorientasi pada produk dengan tujuan komersil, kampanye ini biasa dilakukan ketika ingin melakukan promosi atau peluncuran suatu produk terbaru. Hal ini seperti perubahan sebuah logo perusahaan dari lama ke baru, maupun pergantian nama perusahaan.

b) *Candidate – Oriented Campaigns*

Kampanye jenis ini merupakan sebuah kampanye yang biasa dilakukan untuk kepentingan politik, dimana kampanye ini berorientasi untuk para calon anggota politik. Contoh paling mudah untuk menjelaskan jenis kampanye ini yaitu sebuah kampanye untuk pemilihan presiden, ataupun untuk pemilihan caleg, dan sebagainya.

c) *Ideological or Cause – Oriented Campaigns*

Jenis kampanye ini memiliki orientasi kepada sebuah tujuan khusus untuk melakukan perubahan sosial, seperti sebuah kampanye sosial untuk melakukan pencegahan penyakit HIV / AIDS, dan sebagainya.

2.3 Desain Grafis

Desain grafis adalah bentuk dari visual komunikasi untuk penyampaian sebuah pesan atau informasi kepada target atau audiens, dan merepresentasikan ide yang ingin disampaikan oleh seorang desainer grafis. Hal tersebut yang dungkapkan oleh Landa (2011) pada buku berjudul “*Graphic Design Solutions 4th Edition*”

(Hlm. 2), terdapat juga pendapat yang dikemukakan oleh Supriyono (2010) dalam bukunya yang berjudul “Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi”, Supriyono menjelaskan mengenai sejarah desain komunikasi visual yang dari dulu digunakan sebagai media untuk menyampaikan pesan atau informasi dengan menggunakan bahasa visual atau gambar (Hlm. 2).

Landa (2011) juga menambahkan pada buku berjudul “*Graphic Design Solutions 4th Edition*”, bahwa sebuah hasil atau solusi yang dibuat oleh seorang desainer grafis dapat memiliki efek untuk menghasut atau mengajak, mengidentifikasi suatu masalah, memotivasi, dan lainnya karena hasil dari sebuah desain sangat efektif dalam penyampaian pesan (Hlm. 2). Supriyono menjabarkan bahwa sebuah desain komunikasi visual terdiri dari tipografi, ilustrasi, warna, garis, layout, dan lain sebagainya sebagai kekuatan dasar untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada pembaca (Hlm. 9).

Selain itu pada buku yang berjudul “*Advertising by design : Creating Visual Communications with Graphic Impact*” Landa (2004) mengatakan bahwa cara untuk membuat desain pada sebuah halaman desain harus memperhatikan beberapa hal yang penting seperti (Hlm. 168) :

a) *Layout*

b) Tipografi

c) Tampilan desain yang membuat orang merasakan ekspresi yang ingin disampaikan

- d) Warna
- e) Gaya pembuatan desain
- f) Pemilihan foto, dan ilustrasi
- g) Penggunaan ruang, *angle*, dan garis

Pada buku yang dibuat oleh Landa, Gonnella, dan Brower (2007) dengan judul buku “*2D: Visual Basic for Designer*” memecah elemen-elemen desain menjadi beberapa bagian, seperti yang dijabarkan di bawah ini:

2.3.1 Garis

Dalam buku “Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi” yang dibuat oleh Supriyono (2010), garis biasa disebut sebagai elemen satu dimensi, kemudian juga garis memiliki bentuk yang sangat bervariasi, mulai dari lurus, lengkung, *zigzag*, dan garis yang tidak beraturan. Sedangkan menurut Landa pada buku “*Graphic Design Solutions 4th Edition*” menambahkan kalau titik merupakan satuan unit terkecil yang terdapat dalam sebuah garis, dan garis dapat terbentuk dikarenakan oleh sebuah titik yang bergerak.

Jenis garis yang sudah disebutkan tersebut memiliki kesan yang berbeda, seperti garis lurus memiliki kesan yang tegas, garis lengkung memiliki kesan yang halus, garis *zigzag* berkesan tegas dan memiliki keteraturan, dan juga garis tak beraturan yang memiliki kesan fleksibel.

2.3.2 Shape

Landa menjelaskan bahwa sebuah bentuk terdiri dari beberapa garis yang menjadi suatu kesatuan dan membentuk ruang dua dimensi, pendapat ini penulis dapatkan dalam buku Landa dengan judul “*Graphic Design Solutions 4th Edition*” (Hlm. 17). Dalam buku berjudul “Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi”, Supriyono (2010) menyatakan kalau bidang merupakan sebuah bentuk yang memiliki dimensi tinggi dan lebar. Bidang juga memiliki bermacam bentuk seperti geometris (lingkaran, persegi, segitiga, *elips*, dan sebagainya), dan yang tidak beraturan.

Dalam penggunaannya bidang geometris memiliki kesan tersendiri yaitu formal, begitu juga kebalikannya dengan bidang yang tidak beraturan memberikan kesan santai dan tidak kaku atau dinamis (Hlm. 67). Namun Samara menambahkan pendapat yang dikemukakan oleh Supriyono di dalam bukunya yang berjudul “*Design Elements A Graphic Style Manual*”, bahwa sebuah bidang atau bentuk geometris memiliki karakteristik yang efektif dalam penyampaian sebuah pesan, dan bentuk geometris ini merupakan bentuk dasar sebuah benda yang ada di alam (Hlm. 54).

Bentuk di dalam desain grafis tidak sekedar bentuk yang geometris maupun yang tidak beraturan, tetapi juga area kosong yang terdapat diantara elemen desain maupun frame foto merupakan sebuah bidang kosong (*blank space*). Bidang kosong ini juga dapat dimasukkan ke dalam sebuah desain untuk memberikan kenyamanan pembaca, dan meningkatkan minat pembaca untuk

membaca sebuah desain, hal tersebut dikatakan oleh Supriyono dalam buku berjudul “Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi” (Hlm. 68).

2.3.3 Warna

Elemen desain selanjutnya yaitu warna, menurut Supriyanto (2010) di dalam buku “Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi” mengatakan bahwa warna merupakan elemen visual yang dapat menarik perhatian pembaca. Karena dengan menggunakan warna yang tepat, sebuah warna dapat menciptakan sebuah *mood* tersendiri dan membuat sebuah teks menjadi dapat berbicara atau menyampaikan pesan (Hlm. 68).

Selain itu menurut Landa, Gonnella, dan Brower (2007) warna dibagi menjadi empat bagian yang berbeda di dalam buku berjudul “2D: *Visual Basic for Designer*”, yaitu:

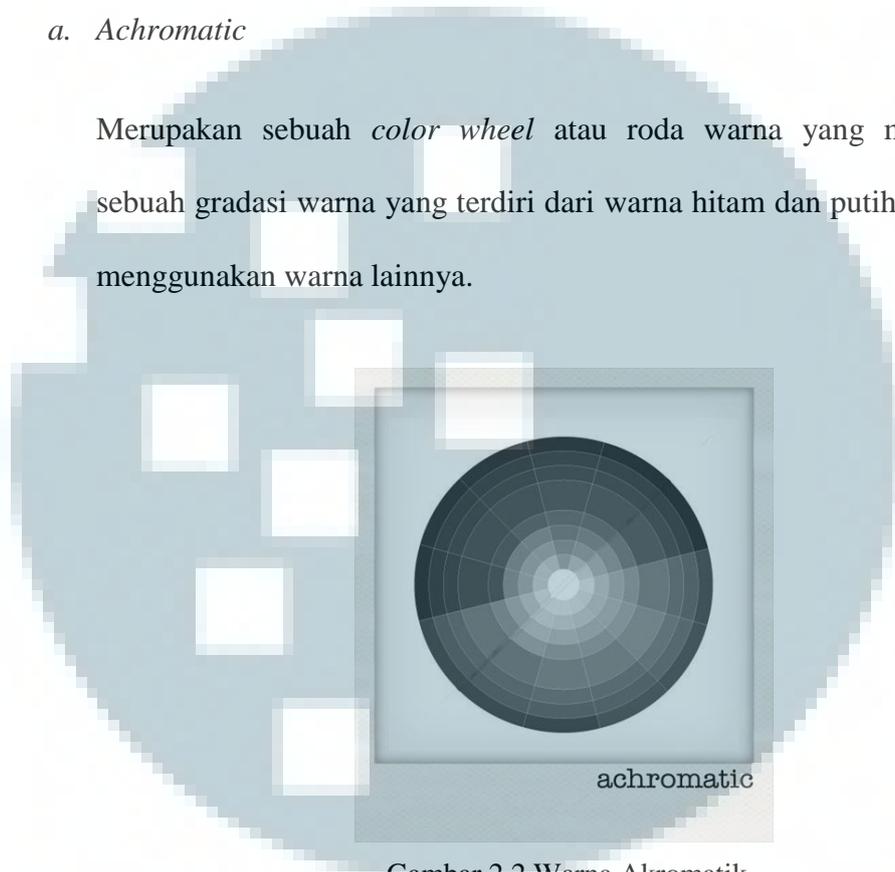
1. *Hue*

Hue dapat dideskripsikan dengan enam warna yang biasa dikenal sebagai spectrum cahaya, yaitu warna kuning, merah, biru yang merupakan warna primer. Kemudian warna ungu, oranye, dan hijau yang merupakan warna sekunder, lalu warna itu sendiri mengandung campuran warna yang terkandung di dalam spektrum cahaya, diantaranya beberapa warna yang paling dominan yaitu warna merah dan oranye, biru dan hijau, atau kuning dengan hijau.

Selain itu warna dibagi menjadi tiga golongan warna yang terpisah yaitu:

a. Achromatic

Merupakan sebuah *color wheel* atau roda warna yang merupakan sebuah gradasi warna yang terdiri dari warna hitam dan putih dan tidak menggunakan warna lainnya.

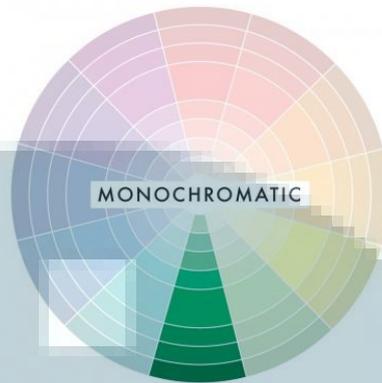


Gambar 2.2 Warna Akromatik

(<http://aussiescrapsource.typepad.com/.a/6a00d8345570e869e2014e8b15da4c970d-pi>, n.d.)

b. Monochromatic

Merupakan sebuah roda warna yang terdiri dari satu warna utama yang dibuat untuk menentukan gelap dan terang suatu warna, biasanya terdiri dari warna utama yang digunakan dan juga warna hitam dan putih.



Gambar 2.3 Warna Monokromatik

(<http://www.cseven.co/archive/docs/Image/Color-05-600x399.jpg>, n.d.)

c. Polychromatic

Merupakan sebuah roda warna yang terdiri dari bermacam-macam warna yang digabungkan menjadi satu kesatuan.



Gambar 2.4 Warna Polikromatik

(<http://homenewconcept.com/wp-content/uploads/2013/01/Paint-Colors-For-Small-Living-Room-Interior-Decorating-Ideas.jpg>, n.d.)

2. *Value*

Menurut Supriyono (2010) dalam buku “Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi”, mengatakan bahwa *value* merupakan sebuah gelap terang yang dimiliki oleh sebuah warna. Warna yang dapat dibuat gelap terang ini biasanya menerima campuran warna lain yang dominan seperti warna putih sehingga menjadi lebih warna yang muda atau *tint* dan hitam agar menjadi warna yang tua atau *shade* (Hlm. 75).

3. *Saturation*

Menurut Landa, Gonnella, dan Brower (2007) dalam buku “2D: *Visual Basic for Designer*”, mengatakan bahwa *saturation* ini dikenal juga dengan *intensity* atau intensitas sebuah warna. Kemudian dalam buku berjudul “Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi”, Supriyono mengatakan bahwa intensitas warna merupakan sebuah kejernihan warna yang terdapat pada sebuah warna yang masih murni dan tidak dicampur oleh warna apapun. Tetapi biasanya banyak pekerja seni yang mencampurkan warna yang murni tersebut dengan warna lain agar menjadi sebuah warna baru dan memiliki keharmonisan dengan warna-warna lain yang digunakan pada karyanya (Hlm. 77).

4. *Temperature*

Menurut Landa, Gonnella, dan Brower pada buku “2D: *Visual Basic for Designer*” mengatakan, bahwa sebuah warna dapat menjadi sebuah penghantar temperatur. Walaupun tidak menghantarkan temperatur secara

langsung, dengan menggunakan warna yang merepresentasikan temperatur tersebut maka memori pada otak kita akan menghantarkan perasaan temperatur itu. Contohnya yaitu untuk merepresentasikan temperatur hangat, biasa memori kita akan teringat dengan warna oranye, merah, dan kuning, tetapi untuk merepresentasikan temperatur yang dingin, biasanya memori kita akan mengingat warna seperti ungu, biru, dan hijau (Hlm. 92).

2.3.4 Tekstur

Dalam buku berjudul “*Graphic Design Solutions 4th Edition*”, Landa (2011) menyatakan bahwa di dalam sebuah seni visual terdapat dua kategori tekstur yaitu tekstur yang dapat diraba yaitu sebuah tekstur yang dapat dipegang dan memiliki fisik, dan tekstur visual yang dibuat oleh desainer dari hasil foto atau *scan* tekstur asli yang menimbulkan suatu kesan yang ilusif atau bukan tekstur yang sebenarnya yang dapat dirasakan (Hlm. 23).

Selain itu Supriyono (2010) juga menambahkan di dalam buku berjudul “Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi”, beliau mengatakan kalau seorang desainer grafis biasanya mencetak hasil karyanya di atas sebuah kertas antara HVS, *art paper*, dan lain sebagainya yang memiliki tekstur yang berbeda-beda. Tetapi bukan tekstur itu yang dibahas, melainkan sebuah tekstur yang semu yang dapat memberikan kesan kepada penyimak, seperti contoh yang dijelaskan oleh Supriyono kalau sebuah kertas kosong tanpa coretan memberikan kesan halus, sedangkan sebuah kertas yang ditulis menggunakan huruf berukuran 11, akan memberikan kesan kasar. (Hlm 82).

2.3.5 Tipografi

Menurut Supriyono (2010) di dalam buku berjudul “Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi”, bahwa dengan pemilihan jenis tulisan yang tepat dan karakter dari huruf tersebut secara tepat sangat mempengaruhi penyampaian suatu pesan visual. Karena untuk masalah dibaca atau tidaknya suatu pesan visual yang dibuat, semua sangat bergantung dengan pemilihan jenis tulisan atau *typo* yang tepat, dan juga dipengaruhi dengan tata peletakan tulisan tersebut dalam sebuah desain (Hlm. 75).

Samara (2011) menambahkan dalam bukunya yang berjudul “*Design Elements A Graphic Style Manual*”, bahwa dalam menggunakan tulisan ini harus memperhatikan jarak spasi antara tiap huruf. Hal ini dikarenakan jarak yang dimiliki antar huruf memiliki jarak spasi yang berbeda-beda, dan membuat pembaca membaca tanpa ada halangan (Hlm. 118). Selain itu juga harus memperhatikan ukuran tulisan yang dipakai, karena *font san sheriff* memiliki perbedaan yang cukup drastis dengan *font sheriff* dimana biasanya *font san sheriff* lebih besar daripada *font sheriff* (Hlm. 120).

Dalam pemilihan huruf yang ada pada komputer dan akan digunakan dalam penyampaian pesan sebuah desain, sangat disarankan untuk tidak menggunakan huruf yang unik ataupun artistik. Karena tujuan utama seorang desainer grafis bukanlah membuat pembaca menjadi kagum, melainkan menyampaikan pesan secara visual (Hlm 23).

Supriyono juga menjelaskan bahwa terdapat dua jenis huruf yaitu, huruf teks (*text type*) yang akan digunakan sebagai penulisan ini lebih baik menggunakan jenis tulisan yang mudah dibaca seperti *Times*, *Bookman*, dan *Arial*. Sedangkan huruf judul (*display type*) yang akan digunakan untuk judul, maupun subjudul dapat menggunakan jenis huruf yang agak unik tetapi tetap dapat dibaca oleh pembaca.

Menurut Samara (2007) dalam buku berjudul “*Design Elements a Graphic Style Manual*”, mengatakan bahwa dalam melakukan pemilihan huruf tidak sama seperti memilih *mood*, karena beberapa tulisan dapat memiliki kesan tersendiri seperti cepat, lambat, berat, dan ringan. Samara juga menambahkan dalam menggunakan sebuah tulisan seseorang harus memperhatikan konten gambar yang ditampilkan, dan kesesuaian pemilihan objek yang berkaitan dengan subjek (Hlm. 122).

2.3.6 Balance

Menurut Supriyono (2010) dalam buku yang berjudul “*Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi*”, mengatakan bahwa *balance* atau keseimbangan ini merupakan pembagian yang sama pada sebuah bidang, seimbang untuk dilihat secara visual, dan tidak berat pada satu sisi (Hlm. 87). Selain itu menurut Supriyono juga mengatakan kalau dalam pembagian keseimbangan ini terdapat dua pendekatan yaitu (Hlm. 87):

- Keseimbangan Formal

Keseimbangan formal ini merupakan pembagian sebuah bidang yang sama rata antara kiri-kanan, atau atas-bawah sehingga tidak terlihat berat sebelah dengan elemen lainnya.

- Keseimbangan Asimetris

Sedangkan keseimbangan asimetris adalah pembagian elemen-elemen pada bidang kerja yang tidak memiliki kesamaan antara bidang kanan dan kirinya tetapi tetap terasa seimbang (Hlm. 88).

2.3.7 Rhythm

Menurut Supriyono dalam bukunya yang berjudul “Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi”, menyatakan bahwa irama merupakan sebuah pola atau *layout* yang menyusun elemen desain yang diulang-ulang atau repetisi. Penyusunan irama yang teratur dan statis dapat memberikan kesan tenang, selain itu dengan melakukan penyusunan irama yang tidak teratur atau memiliki jarak antara objek yang cukup jauh memberikan kesan ceria, dinamis, dan tidak monoton (Hlm. 96).

2.3.8 Unity

Menurut Supriyono (2010) dalam buku “Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi”, mengatakan *unity* atau kesatuan merupakan senjata utama seorang desainer grafis. Karena sebuah desain dapat dikatakan menyatu jika memiliki

kesatuan dengan elemen lainnya seperti tipografi, ilustrasi, warna, dan unsur lainnya sehingga terlihat harmonis (Hlm. 97).

2.3.9 *Emphasis*

Menurut Supriyono (2010) dalam bukunya yang berjudul “Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi”, mengatakan di dalam teknik visual yang baik harus memiliki suatu penekanan yang dapat memperkuat elemen desain lainnya, sehingga dianggap oleh para pembaca hal tersebutlah yang paling penting. Penekanan di dalam topik seni rupa memiliki istilah *focal point* atau yang biasa dikenal juga dengan *center of interest* yang merupakan penonjolan suatu elemen desain yang dapat menarik perhatian pembaca, untuk mendapatkan *focal point* ini ada beberapa elemen desain yang dapat ditonjolkan seperti (Hlm. 89):

a) **Kontras**

Untuk membuat *focal point* Supriyono menjelaskan bahwa dengan menggunakan teknik kontras ini sangat mudah, dengan menonjolkan sebuah objek yang menimbulkan anomali. Seperti misalnya terdapat sebuah kumpulan objek bidang dengan posisi horizontal, untuk menimbulkan *focal point* ini dapat dilakukan dengan membuat sebuah bidang yang memiliki posisi vertikal, atau juga menggunakan warna-warna yang terang pada sebuah background yang memiliki warna gelap atau dingin (Hlm. 91).

b) **Isolasi Objek**

Menurut Supriyono, *focal point* dapat dilakukan dengan melakukan pemisahan atau pengasingan satu objek dari objek yang lainnya sehingga terlihat lebih menarik dan enak dilihat (Hlm. 92).

c) **Penempatan Objek**

Menurut Supriyono, dengan menaruh objek pada posisi tengah suatu bidang dapat menjadi sebuah *focal point*, hal ini dikarenakan posisi tengah merupakan bagian utama yang paling cepat ditangkap oleh mata, selain itu juga dapat dilakukan dengan menaruh objek pada titik atau garis perspektif. Teknik ini disebut juga dengan *stopping power*, karena tujuan utama *stopping power* ini memang untuk membuat pembaca berhenti sejenak dan melihat desain yang telah dibuat, untuk menojolkan teknik ini, seorang desainer harus menempatkan objek inti yang ingin disampaikan dari sebuah hasil desain tersebut.

2.3.10 Ilustrasi

Menurut Samara (2007) di dalam bukunya yang berjudul “*Design Elements a Graphic Style Manual*”, menyatakan bahwa menggunakan teknik ilustrasi dalam penyampaian suatu pesan, memiliki kekuatan yang sangat besar dalam proses penyampaian sebuah pesan. Karena dengan menggunakan teknik ilustrasi, seorang desainer tidak memiliki batasan tertentu dalam melakukan proses penyampaian pesan, dan dapat dilakukan sesuai dengan konsep yang

sudah dibuat oleh desainer seperti medium yang digunakan, komposisi dalam desain tersebut, dan sebagainya (hal 173).

Selain itu juga dikarenakan dengan menggunakan teknik fotografi ini sangat mudah untuk dilakukan manipulasi foto, tetapi tidak memiliki dampak yang drastis karena pada umumnya foto itu merupakan gambaran realitas. Lalu Samara juga menambahkan, karena ilustrasi berupa gambar yang memiliki tipenya masing-masing, bisa berupa sebuah sebuah ilustrasi yang realistik maupun abstrak tetapi tetap dapat merepresentasikan pesan yang ingin disampaikan oleh seorang desainer grafis dan juga setiap pesannya tidak harus berupa sebuah realita, tetapi dapat juga berupa sebuah kartun (Hlm. 173).

2.3.11 Fotografi

Dengan menyampaikan pesan dengan menggunakan teknik ini dapat lebih mudah untuk menarik perhatian pembaca, karena sebuah foto merupakan sebuah gambaran realitas yang ada di lingkungan sekitar. Sehingga hal ini dapat lebih cepat memicu kesadaran pembaca dengan pesan yang ingin disampaikan, selain itu dengan menggunakan gambar ini merupakan cara tercepat untuk menarik perhatian pembaca, hal ini dikatakan oleh Samara (2007) dalam bukunya yang berjudul "*Design Elements A Graphic Style Manual*" (Hlm. 180).