



### **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. Teori Desain Komunikasi Visual**

##### **2.1.1. Desain Komunikasi Visual**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, dan D. Lawrence Kincaid serta Wilbur Schramm, Desain Komunikasi Visual berarti proses memberikan informasi kepada pihak lain dengan cara memvisualisasikannya melalui sebuah karya.

##### **2.1.2. Elemen-Elemen Desain**

Menurut Gavin Amborse dan Paul Harris, Layout adalah penyusunan dari elemen-elemen desain yang berhubungan kedalam suatu bidang sehingga membentuk susunan artistik. Hal ini juga bisa disebut manajemen bentuk dan bidang. Tujuan utama layout adalah menampilkan elemen gambar pada teks agar menjadi komunikatif dalam sebuah cara yang dapat memudahkan pembaca menerima informasi yang disajikan. Menurut Andy dalam buku “Menjadi Seorang Desainer”, Elemen-elemen dasar desain grafis adalah titik, garis, bentuk, ruang, tekstur, dan warna.

##### **2.1.3. Prinsip-Prinsip Desain**

Menurut Frank F Jefkin, untuk mendapatkan layout yang baik diperlukan adanya prinsip desain, yaitu

- Kesatuan komposisi yang baik dan enak untuk dilihat.
- Variasi, agar tidak monoton atau membosankan;

- Keseimbangan dalam layout sehingga terlihat sepadan dan selaras
- Irama, yang berupa pengulangan bentuk atau unsure-unsur layout dan warna;
- Harmoni adalah keselarasan atau keserasian hubungan antara unsur-unsur yang memberikan kesan kenyamanan dan keindahan;
- Proporsi merupakan suatu perbandingan;
- Kontras merupakan pengaduan antara warna gelap dan terang.

#### 2.1.4. Tipografi

Menurut Frank Jefkins, Tipografi adalah sebuah cabang ilmu yang mempelajari seni dan teknik dalam merancang type, memodifikasi dan mengaransemennya.

Pada umumnya, prinsip tipografi untuk mempermudah adalah :

- *Visibility* : terfokus pada apakah huruf tersebut dapat dibaca atau tidak.
- *Readability* : kualitas dan jenis huruf, lebih kearah pemilihan jenis huruf yang tepat untuk teks yang tepat.
- *Legibility* : menekankan dapat terbaca atau tidak ada jenis huruf yang indah. Tetapi jika digunakan akan menyebabkan para pembaca meninggalkan teks tersebut.
- *Clearly* : kejelasan huruf, mempunyai fungsi yang jelas dan mudah terbaca.

Pada umumnya, penggolongan huruf dalam tipografi adalah :

- *Roman*:
  - *Serif* – huruf yang mempunyai kait
  - *Egyptian (Slab Serif)* – huruf yang mempunyai kait persegi

- *San Serif* – huruf yang tidak memiliki kait
- *Script* – huruf yang seperti tulisan tangan atau pena
- Dekoratif – huruf yang tidak mempunyai aturan tertentu (pengembangan dari bentuk yang ada)

### **2.1.5. Ilustrasi**

Menurut Baldinger (1986), ilustrasi adalah seni membuat gambar yang berfungsi untuk memperjelas dan menerangkan naskah. Menurut Jan D. White (1982) ilustrasi adalah sebuah tanda yang tampak di atas kertas, yang mampu mengkomunikasikan permasalahan tanpa menggunakan kata. Ilustrasi dapat menggambarkan suasana, seseorang, dan bahkan objek tertentu agar dapat membawa pembacanya ke alam cerita. Kemahiran ini tentunya memerlukan ketajaman pikiran dari seorang ilustrator. Ilustrasi adalah hasil visualisasi dari suatu tulisan dengan teknik menggambar, lukisan, fotografi, atau teknik seni rupa lainnya yang lebih menekankan hubungan subjek dengan tulisan yang dimaksud dibandingkan bentuk.

Tujuan ilustrasi adalah untuk menerangkan atau menghiasi suatu cerita, tulisan, puisi, atau informasi tertulis lainnya. Diharapkan dengan bantuan visual, tulisan tersebut lebih mudah dicerna.

### **2.1.6. Foto**

Foto adalah gambar diam, yang dihasilkan oleh kamera yang merekam suatu obyek atau kejadian atau keadaan pada suatu waktu tertentu. Kegiatan yang berhubungan dengan foto diistilahkan dengan fotografi. Alat paling populer untuk

menangkap cahaya ini adalah kamera. Tanpa cahaya, tidak ada foto yang bisa dibuat.

## **2.2. Promosi, Iklan, dan Media**

### **2.2.1. Promosi**

Promosi adalah sebuah cara yang digunakan untuk menawarkan barang atau jasa sehingga konsumen mau membeli atau menggunakannya. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, “Promosi” adalah sebuah kegiatan komunikasi untuk meningkatkan volume penjualan dng pameran, periklanan, demonstrasi, dan usaha lain yg bersifat persuasif. Menurut Jefkins, secara garis besar, promosi dibagi menjadi dua bagian yaitu

- Above The Line

Target sangat luas, contohnya adalah iklan TV, majalah, koran, dan lain-lain.

- Below The Line

Mengacu pada satu tempat tertentu sehingga targetnya lebih terfokus.

Contohnya adalah flyer, event, dan lain-lain.

Fungsi dari media promosi adalah untuk membuat konsumen membeli atau menggunakan barang atau jasa yang dijual, serta untuk meningkatkan popularitas nama. Menurut Saladin, tujuan dari promosi adalah untuk menyampaikan informasi, membujuk, mengingatkan, dan meyakinkan konsumen bahwa mereka mengambil pilihan yang tepat.

### **2.2.2. Iklan**

Menurut Kotler Armstrong, iklan adalah proses pemasaran dimana suatu individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan saling menukarkan produk atau nilai satu sama lain.

### **2.2.3. Media**

Media adalah segala bentuk yang digunakan untuk menyampaikan informasi atau pesan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, “Media” berarti alat komunikasi seperti koran, radio, televisi, poster, spanduk, dan lain-lain. Menurut Kotler Armstrong, media promosi adalah obyek yang berguna untuk mempromosikan barang atau jasa dalam bentuk karya visual.

### **2.2.4. Tipe-tipe Media Promosi**

Menurut Saladin, media promosi adalah suatu bentuk penyajian yang tidak bersifat personal, namun mempromosikan ide seperti media cetak, siaran, brosur, poster, dan lain-lain.

## **2.3. Semiotika Dasar**

Menurut Ronald Barthes, semiotika adalah proses dimana manusia mendapatkan hasil pandangan dari apa yang mereka lihat, contohnya adalah jika ada seorang pria yang memakai mobil *sport*, maka dapat disimpulkan bahwa ia adalah pria yang sukses. Namun Barthes membagi menjadi dua, yaitu

- Konotasi

Memiliki arti yang berbeda dari yang dilihat atau bermakna ganda.

Contohnya adalah ungkapan “Ada udang di balik batu” yang sebenarnya

berarti ada sesuatu yang diinginkan dari perbuatan seseorang sebagai imbalan.

- Denotasi

Merupakan makna yang sebenarnya.

