



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

Dalam melakukan penelitian ini diperlukan beberapa teori yang dapat mendukung sekaligus menjadi dasar untuk dapat menganalisa dan menjadi panduan dalam mengambil keputusan. Berikut ini dijabarkan beberapa teori yang digunakan untuk mendukung penelitian ini :

2.1 Kampanye

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kampanye adalah suatu gerakan atau tindakan secara serentak untuk melawan, mengadakan aksi, dan sebagainya. Kampanye sebagai kata kerja dapat diartikan sebagai tindakan, seperti melawan, mengadakan aksi, mengadakan kegiatan untuk memperkenalkan seseorang atau sesuatu.

Di dalam kampanye terdapat aktivitas komunikasi untuk mempengaruhi khalayak tertentu, membujuk dan memotivasi khalayak untuk berpartisipasi, keinginan untuk menciptakan efek atau dampak tertentu seperti yang telah direncanakan, dilaksanakan dengan tema spesifik, terorganisir dalam waktu tertentu atau telah ditetapkan, serta terencana secara baik untuk kepentingan kedua belah pihak atau sepihak (Ruslan, 2008, Hlm. 24).

Konsep kampanye menurut Ruslan (2008:22) adalah melakukan kegiatan komunikasi secara terencana yang lebih moderat, terbuka, toleran, dalam waktu terbatas atau secara jangka pendek, dan program yang jelas, persuasif, serta selalu berkonotasi positif. Menurut Ruslan (2008:37), kampanye bertujuan untuk

menciptakan pengetahuan, pengertian, pemahaman, kesadaran, minat, dan dukungan dari berbagai pihak untuk memperoleh citra bagi lembaga atau organisasi yang diwakilinya.

Menurut Charles U. Larson (dalam Ruslan, 2008:25), kampanye dapat dibagi menjadi beberapa bagian sebagai berikut :

1. Kegiatan menjual produk (*Product- Oriented Campaigns*)

Kegiatan kampanye ini berorientasi pada produk dan biasanya dilakukan dalam kegiatan komersil sebagai promosi pemasaran suatu peluncuran produk baru, seperti peluncuran produk provider selular dengan merek tertentu, perubahan logo dan sebagainya.

2. Kandidat (*Candidate- Oriented Campaigns*)

Kegiatan kampanye ini berorientasi bagi calon (kandidat) yang memiliki kepentingan kampanye, seperti kampanye pemilu, kampanye Caleg (calon legislatif atau anggota DPR/MPR), serta kampanye Pilpres-Capres dan Cawapres (pemilihan calon presiden dan wakil presiden) yang biasanya dilakukan dalam jangka waktu yang relatif pendek sekitar 3-6 bulan dan dilakukan dengan biaya yang cukup besar.

3. Ide atau gagasan perubahan sosial (*Ideological or caused- Oriented Campaigns*)

Jenis kegiatan kampanye ini pada umumnya memiliki tujuan khusus dan berdimensi pada perubahan sosial, seperti kegiatan kampanye sosial bersifat khusus nonkomersial, Anti HIV/AIDS, anti narkoba, program keluarga berencana nasional (KBN), pelestarian lingkungan alam dan sebagainya.

Peranan kampanye yang mengupayakan komunikasi memiliki beberapa aspek sebagai berikut, yaitu :

1. Sebagai komunikator yang mampu menjelaskan dan menyampaikan suatu kegiatan atau aktivitas dan program kerja kepada publik, sekaligus dapat bertindak sebagai mediator untuk mewakili suatu lembaga atau organisasi terhadap publik dan sebaliknya. Dalam hal ini, lembaga yang akan diwakilkan adalah Dinas Kebersihan DKI Jakarta.
2. Pesan merupakan sesuatu yang perlu disampaikan kepada penerima melalui teknik kampanye atau propaganda tertentu yang berupa ide, gagasan, informasi, aktivitas atau kegiatan tertentu yang dipublikasikan atau dipromosikan untuk diketahui, dipahami, dan dimengerti sekaligus dapat diterima oleh publik.
3. Media merupakan sarana atau alat untuk menyampaikan pesan dan dapat menjadi sebagai mediator antara komunikator dan audiens. Media yang digunakan dalam kampanye dapat digolongkan atau dikelompokkan sebagai berikut :
 - a. Media umum : surat menyurat, telepon, faksimili, dan telegraph.
 - b. Media massa : media cetak, surat kabar, majalah, tabloid, media elektronik (televisi, radio dan film. Media ini bersifat serempak dan cepat, serta mampu mencapai pembaca dalam jumlah banyak dan tersebar luas di berbagai tempat secara bersamaan.

c. Media khusus : Iklan (advertising), logo dan nama perusahaan atau produk yang merupakan sarana untuk tujuan promosi dan komersil yang efektif.

d. Media internal

Media ini pada umumnya dipergunakan untuk kepentingan kalangan terbatas dan nonkomersial serta lazim digunakan yang terdiri dari beberapa jenis, seperti *house jurnal* (majalah bulanan, profil perusahaan, laporan tahunan perusahaan, prospektus, tabloid dan buletin), *printed material* (barang cetakan publikasi yang berupa booklets, pamflet, *leaf lets*, kop surat, kartu nama, memo, kalender), *spoken and visual word* (audio visual, slide film, broadcasting media, perlengkapan radio dan televisi), dan media pertemuan (seminar, rapat, diskusi, dan sejenisnya).

3. Audiens

Audiens adalah publik yang menjadi sasaran dalam komunikasi baik secara langsung maupun tidak langsung yang dapat diklarifikasikan sebagai berikut:

- a. Komunikasi antarpersonal (*interpersonal communication*) adalah komunikasi antara komunikator dengan seorang komunikan yang dialogis, mudah, dan efektif untuk memperngaruhi dan mengubah sikap seseorang.
- b. Komunikasi kelompok (*group communication*) adalah komunikasi antarpersonal dengan keterlibatan komunikan yang lebih besar untuk mengetahui dasar klasifikasi dari sejauh mana tanggapan atau opini yang diberikan oleh komunikan tersebut.
- c. Komunikasi media massa (*mass media communication*), yaitu komunikasi yang menggunakan media massa sebagai mediator.

Pendekatan untuk mendekatkan sasaran atau objek target yang akan digunakan dalam kampanye ini berupa pendekatan kependudukan yang dilihat dari tingkat sosial dan ekonomi, usia rata-rata, dan tingkat pendidikan. Selain itu, juga pendekatan psikologis, yaitu sasaran dari kelompok sama, kecenderungan pilihan, preferensi, keinginan cita rasa, gaya hidup, sistem nilai, pola yang dianut, dan masalah pribadi (Ruslan, 2008:32).

Dalam menentukan keberhasilan suatu persuasi yang dilakukan dalam kampanye menurut Ruslan (2008:71-74) diperlukan beberapa teknik kampanye yang lazim digunakan, yaitu:

1. Partisipasi

Teknik yang mengikutsertakan peran audiens untuk memancing minat audiens ke dalam suatu kegiatan dengan tujuan menumbuhkan saling pengertian, menghargai, kerja sama, dan toleransi.

2. Asosiasi

Teknik yang menyajikan isi kampanye berkaitan dengan peristiwa atau objek yang tengah ramai dibicarakan agar dapat memancing perhatian masyarakat.

3. Integratif

Teknik yang digunakan dengan cara menyatukan diri kepada audiens yang mengandung makna bahwa yang disampaikan bukan untuk mengambil keuntungan sepihak, melainkan untuk manfaat bersama.

4. Ganjaran

Teknik yang dapat memberi pengaruh dengan ganjaran atau mengiming-imingi hadiah dengan adanya dua kemungkinan yang dapat berupa keuntungan yang akan didapat atau ancaman akan suatu yang menakutkan.

5. Penataan patung es (*icing technique*)

Teknik yang menyampaikan pesan suatu kampanye sehingga menarik, enak dibaca, dilihat, dirasakan, dan sebagainya. Kampanye ini memerlukan suatu seni menata pesan dengan menggunakan “imbuhan emosional”, seperti “enak dibaca dan perlu”, “pas di kaki, pas di hati, dan pas di kantong”, atau “reputasi karena prestasi”.

6. Memperoleh empati (*emphaty*)

Teknik yang menempatkan diri dalam posisi audiens yang dapat ikut merasakan dan peduli pada situasi dan kondisi audiens.

7. Koersi atau paksaan (*coersion technique*)

Teknik yang lebih menekankan pada paksaan yang menimbulkan rasa takut atau kekhawatiran bagi audiens yang tidak mau tunduk melalui suatu ancaman tertentu.

2.2 Desain grafis

Definisi desain memiliki arti yang sangat luas dibanding aplikasi secara komersialnya. Desain juga memiliki arti sebagai suatu perencanaan, mengorganisir. Desain grafis mencari suatu pemecahan dari masalah yang ada yang sering disebut sebagai proses desain. Proses desain melibatkan pencarian masalah yang ada. Antara desain dan seni memiliki perbedaan. Seni tidak memiliki pemecahan masalah yang pasti. Karya seni dapat membuat orang yang melihat karya seni tersebut memiliki interpretasi yang berbeda-beda dan kompleks, sedangkan desain diposisikan sebagai yang mendapat ‘masalah; yang ada. (Lauer dan Pentak, 2008).

Langkah-langkah yang bisa dilakukan dalam memecahkan masalah dalam suatu desain menurut Lauer dan Pentak (2008) yaitu berpikir tentang masalah itu sendiri, berpikir tentang solusi yang akan diberikan, dan berpikir tentang target yang akan dituju.

Prinsip-prinsip desain dapat dibagi menjadi beberapa bagian (Lauer dan Petak, 2008) yaitu:

1. Kesatuan (*unity*)

Unity adalah pembauran suatu *image* yang dapat menjadi satu kesatuan, harmoni yang ada di antara elemen desain sehingga seolah-olah memiliki suatu kesamaan antar elemen yang berbeda.

2. *Emphasis dan Focal Point*

Emphasis berfungsi sebagai pemberian penekanan pada suatu elemen yang akan ditonjolkan baik melalui kontras, isolasi, penempatannya, penggunaan satu elemen yang menonjol, penggunaan seluruh bagian elemen, warna, sedangkan focal point adalah suatu elemen yang terlihat sebagai suatu pusat atensi sebagai target jelas yang akan ditonjolkan dibanding elemen-elemen lain yang bertujuan agar lebih terlihat.

3. Perbandingan dan Proporsi (*Scale and Proportion*)

Perbandingan digunakan sebagai perbandingan antara elemen yang digunakan dalam suatu desain. Perbandingan juga dapat digunakan sebagai pemberian *emphasis* dalam suatu karya.

Proporsi memiliki kemiripan seperti ratio perbandingan yang biasanya digunakan untuk perbandingan ukuran dari suatu karya. Dalam pengukurannya biasanya menggunakan *golden rectangle* yang dibentuk dengan memutar diagonal dari setengah persegi.

4. Keseimbangan (*Balance*)

Prinsip keseimbangan ini dapat dilihat dari berat visual yang ditampilkan dengan suatu komposisi. Keseimbangan dalam elemen visual dibutuhkan agar tidak mengganggu pandangan dalam melihat elemen-elemen visual yang ada.

5. Harmoni (*Rythm*)

Harmoni adalah prinsip desain yang berasal dari bentuk repetasi (pengulangan bentuk).

Elemen desain menurut Lauren dan Pentak (2008) dapat dibagi menjadi beberapa bagian sebagai berikut :

1. *Line*

Garis adalah elemen yang paling familiar untuk digunakan dalam menulis dan gambar. Garis dibuat dari suatu pergerakan yang dapat menyampaikan suasana hati dan perasaan yang ada.

2. Bentuk (*Shape /volume*)

Bentuk adalah area yang dibuat dari garis yang ditutup atau warna, maupun perubahan nilai yang ada pada tepi luar. Desain atau komposisi pada umumnya disusun oleh bentuk.

3. Pola dan tekstur (*Pattern and texture*)

Pola adalah suatu istilah yang digunakan dalam desain dimana-mana yang merujuk pada suatu proses pengulangan. Pola dapat ditemukan dalam bentuk simple dan rumit, sedangkan tekstur adalah sesuatu yang berhubungan dengan kualitas permukaan yang ada pada suatu objek dan berhubungan dengan indera perasa.

4. *Illusion of space*

Space adalah suatu kekosongan yang diciptakan agar dapat menciptakan suatu kedalaman dalam suatu desain. Teknik-teknik untuk membuat kedalaman dapat dibentuk dari ukuran, teknik tumpuk, lokasi vertikal, perspektif langit, perspektif linear, perspektif satu titik maupun dua titik atau banyak titik.

5. *Illusin of motion*

Pergerakan (*motion*) dapat memberikan suatu kesan yang dinamis pada elemen visual sehingga tidak terlihat kaku. Dalam memberi suatu kesan pergerakan dapat menggunakan bentuk pengulangan maupun dengan memotong suatu *image* yang akan ditampilkan. Dapat juga dengan memberikan *outline blur* dan *image* yang banyak sehingga memberi kesan pengulangan yang dinamis.

6. Nilai (*Value*)

Nilai menggunakan kontras gelap dan terang pada suatu elemen visual. Nilai juga dapat memberi kesan ruang kosong (*space*).

7. Warna (*colour*)

Warna adalah salah satu bentuk elemen dalam desain yang paling cepat untuk dipahami dalam komunikasi tidak langsung. Warna juga merupakan

elemen yang pertama kali yang dapat kita pahami ketika kita melihat suatu objek (Ambrosse & Hariss, 2005).

Klarifikasi teori warna dasar menurut Ambrosse dan Harris (2005) dapat dibagi sebagai berikut :

1. Warna Primer

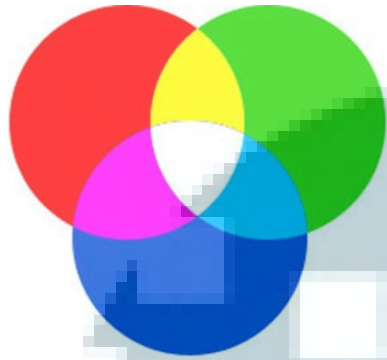
Warna primer dapat dibagi menjadi dua tipe, yaitu aditif dan subtraktif. Aditif merupakan warna-warna yang cerah, seperti merah, biru, dan hijau, paduan dari ketiga warna ini akan menghasilkan warna putih. Sedangkan, subtraktif adalah warna-warna kebalikan dari warna-warna aditif. Warna Subtraktif terdiri dari cyan, magenta, dan kuning dan warna-warna ini banyak digunakan dalam untuk cetak mencetak. Untuk warna hitam dihasilkan dari gabungan semua warna.

2. Warna Sekunder

Warna sekunder dihasilkan dari paduan antara warna-warna primer dengan proporsi tertentu. Yang termasuk dalam warna sekunder adalah warna cyan, magenta, dan kuning.

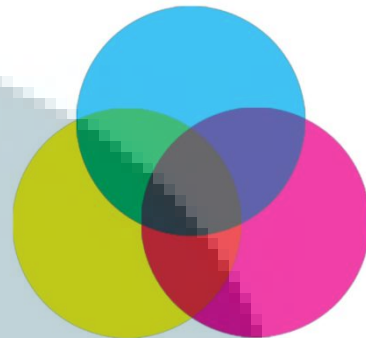
3. Warna Tersier

Warna tersier adalah warna yang dihasilkan dari paduan warna sekunder dengan sedikit warna dasar. Biasanya menggunakan perbandingan 2:1 atau 1:2



Gambar 2.1 Additive Primaries

Sumber : www.realcurriculum.com



Gambar 2.2 Subtractive Primaries

Sumber : www.realcurriculum.com

Menurut Ambrosse dan Harris (2005), Pembagian warna pada umumnya dapat dibagi menjadi RGB (*Red, Green, Blue*) dan CMYK (*Cyan, Magenta, Yellow, Black*). RGB umumnya digunakan untuk penggunaan warna yang ada di media digital dan CMYK digunakan untuk desain cetak.

Dalam dunia desain grafis, warna merupakan kunci segala elemen dari desain grafis. Warna merupakan suatu alat yang dapat digunakan untuk menarik, mengendalikan, dan mengarahkan para penonton, serta dapat memberikan informasi kepada penonton mengenai berbagai reaksi emosional yang dapat mereka rasakan.

a. Merah

Merah memiliki sifat yang dinamis, energik, bergairah, menggoda, serta dapat menstimulasi berbagai selera. Merah gelap dapat menunjukkan sifat yang

elegan, halus, serta berkharia, sedangkan warna merah muda cenderung menunjukkan sifat yang lembut, muda, dan sensitif. Warna merah dapat lebih mudah untuk menarik perhatian, tetapi warna ini tergolong sulit untuk diaplikasikan dalam desain. Penggunaan warna merah dalam teks di latar putih kertas dapat membuat tidak nyaman untuk dilihat dan di beberapa tempat, penggunaan warna merah pada teks dianggap kurang sopan.

b. Merah Muda (*Pink*)

Merah muda adalah warna yang hangat, ceria, menyenangkan dan feminim. Warna ini biasanya diasosiasikan sebagai sesuatu yang berhubungan dengan cinta dan yang bersifat romantis, dan indikasi sebagai suatu yang terlihat sehat. Dalam penggunaannya jika jumlah warna merah dan pink ditambahkan dapat memberi kesan lebih halus dan berjiwa muda. Pada saat jumlah warna merah yang ada pada warna pink dikurangi dapat memberi kesan lebih halus dan dewasa. Warna ini banyak digunakan pada produk-produk yang ada pada industri busana dan kosmetik karena kemampuan warna ini dapat menunjukkan feminitas.

c. Oranye

Oranye termasuk dalam golongan warna panas yang memberikan kesan hangat. Warna ini memberikan kesan terbuka dan lucu, dan dapat menarik perhatian terutama pada remaja dan anak kecil. Warna ini dapat merangsang emosi dan nafsu makan sehingga banyak digunakan sebagai konsep kemasan makanan dan dalam *sign system*. Rasa hangat yang ditimbulkan dengan warna ini dapat

membawa pemikiran tentang perubahan suasana dan berhubungan dengan musim panas, serta sesuatu yang baik untuk kesehatan berhubungan dengan warna buah jeruk. Warna oranye muda dapat menunjukan sebagai sesuatu yang bersahabat dan lembut sehingga sering digunakan sebagai kemasan makanan.

d. Kuning

Kuning adalah warna yang cerah dan gembira yang identik dengan suasana yang hangat dan berhubungan dengan alam, seperti sinar matahari dan bunga musim semi, dan musim gugur yang identik dengan daun-daun kering. Warna ini termasuk dalam warna yang serba guna yang dapat menunjukan berbagai emosi. Warna kuning muda identik dengan kekuatan dan bahagia, warna kuning dengan sedikit warna hijau memiliki hubungan yang kuat dengan sakit, mual dan penyakit.

e. Coklat

Coklat termasuk dalam golongan warna netral yang berhubungan dengan kesan natural, seperti kayu dan batu. Warna ini dapat memberikan kesan yang solid, dapat dipercaya dan berhubungan dengan sesuatu yang hangat dan alami. Warna ini dapat memberikan kesan alami yang simple dan memberi kesan aman, dan tergolong warna yang dapat membawa kesan positif yang berhubungan dengan alam, di satu sisi warna ini juga dapat memberi kesan yang negatif yaitu kotor dan lengket.

f. Biru

Biru adalah salah satu warna yang dapat memberikan kesan yang misterius, dapat mengisi, stabil dan kuat. Warna ini memberikan efek yang menenangkan dan relaks. Warna ini juga merupakan warna yang universal yang identik dengan kesan dingin dan bersih. Warna biru gelap dianggap sebagai warna yang konservatif dan seragam sehingga banyak digunakan sebagai warna perusahaan karena dapat memberi kesan stabil, aman, dan dapat dipercaya. Untuk warna biru muda dapat memberikan kesan muda dan tenang, sedangkan biru dengan warna kehijauan dapat memberikan kesan yang berhubungan dengan spiritual dan mistik.

g. Hijau

Hijau adalah warna yang berhubungan dengan alam dan lingkungan, dan warna ini berhubungan dengan kesehatan, kehidupan, dan awal yang baru. Warna ini juga memberikan kesan damai dan ketenangan yang dapat memberikan suatu keseimbangan, harmoni, dan stabil. Kesan negatif yang dimiliki oleh warna ini adalah iri dan kurang profesional.

h. Ungu

Ungu adalah warna yang dapat memberikan kesan mewah. Warna ini dapat dipadukan dengan warna merah. Ungu dapat memberi kesan setia, spiritual, berhubungan dengan kesan kerajaan, dan yang bersifat resmi. Kesan positif yang dapat diberikan adalah kebijaksanaan dan dapat memberikan suatu

pencerahan, sedangkan kesan negatif yang dapat diberikan adalah kejam dan angkuh.

i. Netral

Netral adalah warna yang tidak menonjol, klasik, dan tidak terbatas oleh jaman maupun waktu dengan adanya warna. Warna ini cenderung memberi kesan flexibel, terpercaya, dan dapat digunakan bersama dengan warna yang lebih kuat dan tidak mengganggu sehingga sering digunakan di dalam desain.

j. Putih

Di Barat, warna putih identik dengan yang berhubungan dengan dewa, kemurnian, kebersihan, simple, dan kosong. Putih banyak digunakan untuk rumah sakit dan berhubungan dengan medis, pernikahan, dan pengantin; berhubungan dengan sesuatu yang ilahi dan surga. Sedangkan, pada budaya Timur, warna putih identik dengan suasana berkabung, pemakaman, dan kematian. Putih termasuk dalam golongan warna yang netral dan memiliki kontras yang bagus jika digabungkan dengan warna lain, seperti hitam, oranye, dan biru.

Putih dapat membantu mata untuk melihat pergerakan antara perbedaan komponen susunan lainya dalam layout. Dengan adanya ruang luas untuk warna putih dapat menampilkan kesan yang eksklusif atau dramatis pada suatu desain.

k. Hitam

Warna hitam cenderung simple. Di Eropa dan Amerika Utara, dalam tradisinya hitam identik dengan suasana berkabung dan kematian. Warna ini identik dengan kesan konservatif, dan dapat juga memberikan kesan yang seksi, glamour, dan elegan. Hitam juga memberikan kesan yang berat dan solid. Penggunaan warna hitam paling baik untuk dipadukan dengan warna putih atau kuning.

Menurut Ambrosse dan Harris, dalam pengaplikasiannya, warna memiliki beberapa fungsi, yaitu :

a. Kode warna

Warna dapat digunakan untuk mengorganisir sejumlah data yang berbeda sehingga sejumlah data yang dikumpulkan menjadi lebih mudah untuk dikenali sehingga dapat membantu untuk memproses lebih cepat materi yang akan diolah, contoh kode warna yang sering digunakan dalam keseharian adalah warna label yang digunakan dalam pakaian, rambu lalu lintas.

b. Tanda Peringatan

Warna dapat menunjukan bentuk penting sebagai suatu peringatan, menunjukan adanya suatu bahaya. Pada alam, warna cerah dapat memberikan peringatan bagi predator sebagai sesuatu yang berbahaya dan beracun. Warna merah sangat berperan dalam memberikan sebuah peringatan karena memiliki kesan yang kuat

dan dapat mudah merangsang suatu emosi sehingga banyak digunakan sebagai penanda bahaya.

c. Memberikan suatu efek

Warna dapat memberikan suatu ilusi optik yang menarik yang sering diaplikasikan ke dalam suatu desain yang dapat memberikan suatu keunikan di dalam suatu desain.

d. Identitas

Warna dapat membantu membangun kekuatan identitas agar dapat mudah untuk dikenali. Warna menjadi identitas suatu perusahaan yang identik dengan produk perusahaan tersebut atau pekerjaan mereka yang ingin ditampilkan. Warna biru gelap dapat memberikan kesan konservatif, mandiri, dan terpercaya. Warna terang yang ada dalam warna primer biasanya digunakan untuk identitas produk untuk anak-anak dan warna pink cenderung digunakan sebagai identitas yang berhubungan dengan kecantikan, cinta, dan sebagainya.

2.3 Ilustrasi

Ilustrasi tidak dapat diartikan secara langsung karena tidak mudah untuk dideskripsikan maupun diklasifikasikan. Sebagai suatu disiplin, ilustrasi memiliki kedudukan antara seni dan desain grafis. Banyak para praktisi memiliki kedekatan gambaran yang sama dibanding yang lain, tetapi dalam pencarian makna, ilustrasi

sering dihubungkan sebagai seni grafis. Gambar sebagai objek memiliki peranan yang penting sebelum adanya perkembangan bahasa tertulis dan merupakan salah satu metode untuk menyimpan suatu cerita dan suatu kisah. Pada perkembangannya, ilustrasi tetap menjadi salah satu bentuk paling langsung dalam komunikasi visual (Zeegen, 2009).

Ilustrasi juga tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan suatu komunikasi, mengajak, memberikan informasi, mengedukasi, dan sebagai hiburan, tetapi juga dapat mencapai suatu kejelasan, misi, gaya, dan sekaligus dapat menunjukkan sudut pandang pribadi terhadap suatu hal (Zeegen, 2009).

Awal pembelajaran terhadap suatu tanda gambar sebenarnya telah dipelajari dari usia dini. Buku bergambar anak memainkan peran informatif dalam menyampaikan suatu pendidikan visual. Waktu pembelajaran pertama anak untuk menggambar, anak dapat belajar untuk menggabungkan antara penerjemahan bentuk visual yang didapat dari objek aslinya yang kemudian akan digabungkan dengan bentuk objek aslinya (Zeegen, 2009).

Ilustrasi memiliki suatu hubungan dengan desain grafis itu sendiri. Ilustrasi berdiri sebagai praktek kreatif, ilustrasi juga dapat digunakan sebagai tambahan dalam desain grafis. Ilustrasi dan desain grafis masing-masing yang berdiri sendiri di dua area yang berbeda yang saling berhubungan dengan komunikasi visual. Mereka saling berhubungan tetapi tidaklah sama. Desainer grafis memiliki peranan untuk mengatasi suatu masalah dengan menggunakan tipografi dan gambar atau kombinasi keduanya. Desain grafis memiliki peranan

penting dalam produksi dan realisasi produk akhir. Ilustrasi umumnya digunakan oleh desainer grafis untuk mengemas semuanya menjadi satu yang akan diberikan kepada pengguna sehingga terjadi kerjasama yang ada antara ilustrasi dan desain grafis yang saling berdampingan (Zeegen, 2009).

Banyak orang mengenalkan ilustrasi kepada anak-anak sejak dini melalui buku bergambar untuk anak-anak. Buku bergambar untuk anak juga dapat memberikan suatu memori yang baik untuk anak dengan mengingat kembali tokoh-tokoh, pemandangan-pemandangan yang indah dari buku bergambar untuk anak favorit mereka (Zeegen, 2009) .

Buku bergambar untuk anak usia dini dapat membentuk sesuatu yang besar dan aspek yang penting dari anak-anak. Ilustrasi yang menarik dan penuh warna dapat memberikan kemampuan kepada anak agar lebih familiar terhadap kata-kata dan bentuk huruf. Selain itu, juga dapat memberi pengenalan awal kepada anak untuk memecahkan masalah, seperti mengajak anak untuk mencari karakter yang bersembunyi atau elemen-elemen lain yang kompleks dan dapat memberikan suatu permainan. Petunjuk yang tersembunyi dan pesan yang ada dalam buku bergambar memiliki kaitan dengan angka, bentuk, huruf dan kata-kata sederhana yang secara tidak langsung untuk mengajak anak berpikir tentang pola belajar yang menyenangkan secara tidak langsung (Male, 2007).

Dalam pembuatan ilustrasi, para ilustrator harus berhati-hati dalam menuangkan suatu ide yang bersifat negatif, seperti tentang isu-isu dan masalah

sosial seperti perbedaan budaya, memahami tanggung jawab untuk menggambarkan tentang percampuran etnik dalam sosial yang ada pada saat ini, menolak pembuatan stereotype tentang jenis kelamin dan ras budaya, dan sebagainya. Sebagai bagian kreatif secara besar dalam buku untuk anak, diharapkan dapat membuat representasi visual yang unik agar dapat menjadi kenangan yang indah dan paling diingat dari masa kecil anak ketika dewasa (Zeegen, 2009).

2.4 Fotografi

Pengertian fotografi dari sisi desain menurut Webb (2010), adalah suatu keterampilan dalam menyusun suatu informasi berupa gambar dengan suatu bingkai. Fotografi dapat memungkinkan untuk membuat suatu gambar yang dapat dibaca dan dipahami para penonton yang ada. Fotografi dapat menangkap elemen-elemen visual sekaligus dalam waktu yang sama.

Format penyimpanan fotografi pada umumnya yang dapat dibagi menjadi dua yaitu format JPEG dan RAW. Format JPEG digunakan untuk menyimpan gambar dengan menggunakan kapasitas memori yang kecil, tetapi dalam pengolahan gambar kembali setelah menjadi format JPEG dapat membuat kualitas gambar menurun. Sedangkan, format RAW pada umumnya menggunakan kapasitas memori yang lebih besar dalam penyimpanannya tetapi lebih mudah untuk diolah kembali tanpa menyebabkan turunya kualitas gambar yang akan

dihasilkan. Penyimpanan- penyimpanan format ini dapat disesuaikan dengan kebutuhan yang ada. (Guide, 2009)

Menurut Guide (2009), elemen-elemen yang terkandung dalam fotografi yang harus diperhatikan antara lain adalah *white balance*, *exposure*, *aperture*, *shutter speed*, serta ISO. *White Balance* dapat digunakan dalam fotografi untuk memberikan efek secara langsung tanpa filter dan pengolahannya yang dapat disesuaikan dengan apa yang ingin kita tampilkan, *Exposure* digunakan untuk mengukur tingkat kecerahan pada suatu gambar sekaligus dapat memberikan efek terang dan gelap pada suatu gambar dan dapat berhubungan dengan *aperture*. *Aperture* itu sendiri merupakan tingkat keterbukaan lensa sehingga akan menentukan seberapa banyak cahaya yang masuk ke dalam kamera. *Shuter speed* digunakan untuk menangkap kecepatan gambar dari objek yang bergerak dan dapat memberikan efek gerak pada objek tersebut, sedangkan ISO sendiri adalah suatu tingkat sensitifitas kamera dalam menangkap suatu cahaya. Penggunaan ISO yang tinggi dapat digunakan pada tempat-tempat yang memiliki jumlah cahaya yang rendah, tetapi penggunaan ISO yang tinggi juga dapat menghasilkan suatu *noise* (bintik-bintik kecil pada foto). Pada perkembanganya ISO yang tinggi dapat menekan jumlah *noise* yang dihasilkan dari ISO yang tinggi. Dengan pengambilan foto yang menggunakan kecepatan tinggi dapat menghasilkan suatu gambar yang *freeze* sehingga seakan-akan menghentikan waktu pergerakan objek yang ada dan menjadi tidak memiliki suatu kecepatan, Sedangkan dalam kecepatan rendah (*slow speed*) dapat menghasilkan *slowing down* dan *panning*. *Slowing down* memberikan efek benda diam menjadi bergerak dengan membuat *blur* di samping

objek yang dituju. *Panning* menggunakan teknik objek yang bergerak menjadi diam sedangkan objek yang ada di sekitarnya yang diam menjadi terlihat bergerak sehingga dapat memberikan kesan yang dinamis.

Fotografi juga dapat digunakan untuk menangkap elemen-elemen desain untuk membentuk suatu komposisi yang unik berupa garis (baik secara horizontal, vertikal, maupun secara diagonal), bentuk, tekstur, warna, skala, komposisi, dan kontras. Terkadang dalam menangkap suatu gambar, fotografi juga dapat menggunakan *golden section* dengan perbandingan 50/50 atau 66/33.

Pengaturan cahaya juga dibutuhkan dalam fotografi karena penting untuk menghasilkan suatu gambar yang indah. Pengaturan cahaya dapat diambil dari depan, samping, maupun belakang. Pengaturan cahaya yang diambil juga memiliki ketergantungan dari suatu tempat, baik yang terang maupun gelap dan memberikan pengaturan yang berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan.

2.5 Tipografi

Tipografi adalah suatu pengaturan mekanis dan pengorganisasian dalam suatu penulisan sebagai salah satu fasilitas komunikasi dalam penyampaian suatu isi. Istilah huruf secara tradisional mengacu kepada jenis metal, benda fisik, dan bentuk huruf yang diukir maupun dicetak. Namun, dalam cakupannya tipografi diperluas sampai ke dalam perkembangan teknologi digital, penggunaan komputer pribadi, dan perkembangan internet (Squire, 2006).

Tipografi dapat dibagi menjadi dua ide, yaitu :

- a. Sebagai suatu konsep atau ide, sebagai suatu keseluruhan penyusunan yang ada dalam desain. Pertimbangan diberikan kepada pemilihan output (format cetak maupun tampilan layar, warna, efek dan komposisi.
- b. Sebagai ruang kosong antara suatu kata, diantara sebuah kata dan suatu garis yang memiliki istilah *microtypography*.

Menurut Squire, istilah *typeface* digunakan untuk mendeskripsikan alfabet secara keseluruhan termasuk huruf, angka, tanda baca, aksen, dan tanda spesial. *Typeface* sangat penting untuk menjaga konsistensi suatu desain.

Tipe huruf yang digunakan juga dapat memungkinkan untuk para desainer untuk memberi penekanan pada kata, phrasa, judul, dan lainnya sehingga dapat memberikan fleksibilitas dan memungkinkan suatu penyusunan yang dapat dibedakan. Jenis huruf yang ada terdiri dari *roman*, *italic*, *condensed*, *extended*. Roman merupakan tipe huruf yang paling banyak digunakan, *italic* adalah awalnya didasari dari tulisan tangan, *condensed* digunakan pada saat untuk menampilkan kesan yang berkelas, *extended* umumnya jarang digunakan untuk teks yang panjang karena masalah keterbacaan. Untuk ketebalan tipe huruf dapat terdiri dari *thin*, *light*, *bold* dan *extrabold*.

Squire (2006) juga membedakan jenis huruf menjadi beberapa bagian, yaitu :

a. Humanis

Contoh jenis huruf dalam jenis ini adalah Scheneidler, Verona, Centaur dan Kennerlays. Sebelumnya humanist dikenal sebagai Venetian dan berasal dari abad ke 15. Tipografi dalam klasifikasi ini memiliki variasi tebal goresan yang berasal dari pena miring yang biasa digunakan pada jaman tersebut.

b. Old Face

Yang termasuk dalam jenis ini adalah Bembo, Caslon, Dante, Garamond, dan Palatino. Tipografi ini memiliki luas pena seperti suatu goresan yang memberikan kontras lebih baik dalam goresan yang lebih berat dibanding dengan tipe humanis. Tipe ini lebih dikenal sebagai Old Style atau Garaide.

c. Script

Contoh dari tipe ini adalah Palace Script, Kuenstler, dan Mistral. Tipografi ini berasal dari tipografi yang dibuat berdasarkan bentuk dari kaligrafi.

d. Trantitional

Yang termasuk dalam tipe ini adalah Baskerville, Bulmer, dan Century. Klasifikasi tipografi termasuk dalam kelompok yang memiliki kedekatan dengan sumbu vertikal dan memiliki kontras goresan yang tinggi.

e. Modern

Yang termasuk dalam tipe ini adalah Bell, Bodoni, dan Walbaurn. Tipografi modern memiliki kontras tebal yang kuat, tegangan vertikal, dan serif yang baik. Klasifikasi ini banyak dikenal sebagai Didone.

f. Slab Serif

Yang termasuk dalam tipe ini adalah Clarendon, Memphis, dan Rockwell. Kategori tipografi ini memiliki *stroke* berat yang rata dan serif tebal. Klasifikasi ini banyak dikenal sebagai Egyptian.

g. Sans Serif

Yang termasuk dalam tipe ini adalah Gill Sans, Frutiger, Futura, Helvetica, Meta, dan Univers. Tipografi ini selalu memiliki *stroke* berat yang rata dan tidak memiliki serif. Klasifikasi ini diketahui sebagai Lineale atau Gothic.

Menurut Squire (2006), Pada saat ini banyak pilihan tipografi yang tersedia pada saat ini dan dapat memberikan gambaran kepada para desainer mengenai selak beluk yang ada dalam tipografi, dan memberi efek kepada para pembaca serta jenis tipografi yang disesuaikan dengan apa yang ingin dikomunikasikan. Tugas desainer adalah untuk memastikan menggunakan tipografi yang tepat dan efektif, serta sesuai dengan tujuan yang diinginkan dengan pertimbangan yang hati-hati.

2.6 Teks

Menurut Rustan (2009), Teks adalah salah satu elemen yang penting dalam suatu layout. Elemen teks dapat memberi segala informasi yang dibutuhkan target *audience*. Dalam penerapannya ke dalam suatu layout yang akan digunakan, kita harus dapat memilih jenis huruf dan ukuran yang sesuai, termasuk jarak antar-huruf, kata, baris, dan lebar paragraf :

Dalam pemilihan jenis huruf menurut Rustan (2009), jenis huruf dapat memiliki ukuran yang berbeda walaupun menggunakan jenis satuan ukuran yang sama (*point*). Walaupun ketinggian huruf sudah disamakan dari *baseline* sampai *capline* secara manual, namun secara optis tetap tidak akan sama tinggi. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor , antara lain *x-height* yang berbeda, beda tebal tipis (*stem stroke* dan *hairline stroke*), pengaruh optis dari *serif* (kait yang ada pada huruf), dan lain-lain. Menurut Rustan, dalam menentukan jenis dan ukuran huruf yang digunakan dapat menggunakan survey kecil agar kita dapat mengetahui dengan pasti jenis huruf dan ukuran yang sesuai, yaitu dengan membuat suatu *dummy* (contoh) yang dicetak melalui *printer* dalam berbagai jenis huruf dan ukuran masing-masing elemen sehingga kita dapat lebih mudah untuk mengetahui jenis huruf dan ukuran yang paling mudah untuk dibaca dan nyaman untuk dilihat.

Pemilihan tipografi yang baik juga harus memperhatikan *letter spacing*, *word spacing*, dan *leading*. *Letter spacing* adalah jarak antara huruf atau karakter, sedangkan *kerning* adalah pengaturan ruang atau jarak antara karakter yang satu

dengan yang lain dengan tujuan untuk meningkatkan tingkat keterbacaan. Sebaiknya semakin kecil ukuran huruf, maka jarak antar huruf makin diperbesar. Sebaliknya apabila ukuran huruf diperbesar, maka jarak antar huruf sebaiknya diperkecil.

Word spacing adalah jarak antarkata. *Word spacing* sebaiknya mengikuti *letter spacing*. Semakin lebar *letter spacing*, maka *word spacing* akan semakin lebar. *Word spacing* harus diatur untuk menghindari terjadinya *river*. *River* adalah efek seperti aliran sungai yang dapat mengganggu kenyamanan membaca dan sering terjadi pada paragraf yang rata kiri dan kanan (*justified*) dengan lebar baris yang sempit.

Untuk jarak antar baris menurut Rustan, yang terpenting dalam menentukan besarnya adalah jangan sampai descender huruf di baris atas berhimpit dengan ascender huruf di baris bawahnya, terutama untuk body text, kecuali konsep desainnya mengharuskan demikian. Lebar paragraf juga mempengaruhi besar leading. Lebar paragraf dapat mempengaruhi leading. Semakin lebar paragraf, akan semakin besar ukuran leading yang diperlukan untuk memudahkan pembaca mencari baris baru di bawahnya. Menurut Rustan, disarankan untuk menggunakan leading yang cukup besar untuk paragraf yang sempit di bawah rata-rata.

Lebar suatu paragraf juga merupakan faktor yang menentukan tingkat kenyamanan dalam membaca naskah. Baris yang terlalu panjang akan membuat

mata menjadi cepat lelah dan menyulitkan pembaca untuk menemukan baris selanjutnya yang akan dibaca.

Lebar paragraf ditentukan oleh ukuran huruf. Untuk ukuran huruf yang kecil, bisa digunakan dalam ukuran lebar paragraf yang sempit, sebaliknya bila menggunakan huruf yang lebih besar, lebar paragraf harus ditambah.

2.7 Layout

Pada dasarnya layout dapat dijabarkan sebagai tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep atau pesan yang dibawanya. Me-layout adalah salah satu proses atau tahapan kerja dalam desain. Desain diibaratkan sebagai arsitek dalam suatu karya, sedangkan layout adalah pekerjaannya. Definisi layout yang ada pada saat ini sudah semakin meluas dan melebur dalam definisi desain itu sendiri.

Pertimbangan-pertimbangan desain yang dilakukan sebelum menggunakan layout menurut Rustan (2009) adalah sebagai berikut :

1. Konsep Desain

Konsep desain digunakan untuk membantu bagaimana cara mendesain layout yang baik. Konsep desain ditentukan dengan cara menentukan tujuan desain,

target (*audience*), pesan yang ingin disampaikan, cara penyampaian pesan dan media yang akan digunakan dan waktu untuk desain dilihat oleh *audience*.

2. Media dan Spesifikasinya

Pertimbangan-pertimbangan media dan spesifikasi yang digunakan dalam layout meliputi: pemilihan media yang tepat untuk penerapan layout, penggunaan bahan (dalam situasi tertentu, bahan bisa ditentukan sebelum tahap produksi), ukuran, posisi, dan rentang waktu penggunaan

3. *Thumbnails* dan *dummy*

Thumbnails digunakan sebagai perancangan untuk pengorganisasian layout. *Thumbnails* adalah sketsa layout dalam bentuk mini. Pembuatan *thumbnails* cukup menggunakan pensil dan kertas terlebih dahulu. *Thumbnails* berguna untuk memperkirakan elemen-elemen layout pada suatu halaman tunggal, termasuk urutan dan pengaturan halaman untuk suatu karya desain yang memiliki publikasi lebih kompleks, seperti buku atau majalah.

Dummy atau mockup adalah contoh dari suatu desain untuk hasil nantinya. *Dummy* digunakan untuk menghindari kesalahan-kesalahan cetak yang ada dalam mencetak suatu karya desain.

4.. Desktop Publishing

Dalam penggunaan software dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan. Dengan mengetahui dan banyak mempraktekan software yang diperuntukan untuk pekerjaan yang akan kita lakukan akan memperlancar proses pekerjaan.

5. Percetakan

Menurut Rustan (2009), ada lima macam teknik cetak yang umumnya digunakan adalah :

a. *Offset*

Teknik offset adalah teknik yang paling umum digunakan dan pada umumnya digunakan untuk mencetak brosur, buku, mjalah, tabloid, koran, kalender, dll.

b. *Flexografi/cetak tinggi*

Flexografi paling banyak digunakan untuk mencetak di atas karton yang bergelombang

c. *Rotogravure*

Umumnya digunakan untuk mencetak label berbahan plastik untuk kemasan produk

d. *Sablon /cetak saring/ screen printing*

Banyak digunakan untuk mencetak kaos, mug, kartu nama.

e. *Digital*

Cetak jenis ini cocok untuk kebutuhan mencetak dalam waktu yang singkat dengan kualitas yang tidak terlalu besar. Biasanya untuk banner, poster, dll.

Elemen layout menurut Rustan dapat dibagi menjadi 3, yaitu :

1. Elemen Teks, terdiri dari judul, deck, byline, bodytext, sub-judul, pull quotes, caption, callouts, kickers, initial caps, indent, spasi antar paragraf, header & footer, running head, catatan kaki, nomor halaman, jumps, nameplate, masthead,
2. Elemen Visual

Yang termasuk dalam elemen visual adalah semua elemen yang bukan teks yang kelihatan dalam suatu layout, pembagian elemen visual terdiri dari :

a. Foto

Penggunaan media foto paling banyak dilakukan pada media periklanan yang memiliki kekuatan terbesar dengan adanya penggunaan foto. Foto memiliki kemampuan untuk memberikan suatu kredibilitas sehingga dapat memberi kesan ‘terpercaya’

b. Artworks

Dalam penyajian suatu informasi yang lebih akurat pada situasi tertentu, ilustrasi dapat menjadi pilihan yang lebih dapat diandalkan dibandingkan dengan fotografi. Artworks adalah segala jenis karya seni bukan fotografi, baik berupa ilustrasi, kartun, sketsa, dll.

Pada majalah atau buku cerita anak-anak, artworks lebih banyak digunakan karena lebih dapat memancing imajinasi dibanding fotografi yang terlalu real. Artwroks juga dapat mengandung pesan yang sangat dalam dan dapat menampilkan kesan nostalgia.

c. Infographic

Infographic pada umumnya digunakan untuk menyajikan fakta-fakta dan data statistik hasil dari survey dan penelitian yang disajikan dalam bentuk grafik, tabel, diagram, bagan, peta, dll.

d. Garis

Garis adalah elemen desain yang dapat menciptakan kesan estetis pada suatu karya desain. Dalam suatu layout, garis memiliki sifat yang fungsional antara lain adalah membagi suatu area penyeimbang berat dan sebagai elemen pengikat sistem desain supaya terjaga kesatuannya. Garis juga dapat digunakan untuk membagi area-area si setiap elemen layout.

e. Kotak / Bingkai / Border / Frame

Kotak digunakan untuk mengisi suatu nartikel tambahan daari artikel utama. Peletakan elemen kotak dapat memberikan kesan rapi terhadap elemen-elemen visual lainnya. Letak kotak yang ada di pinggir halaman dapat disebut dengan sidebar.

f. Inzet (Inline Graphic)

Inzet adalah elemen visual yang berukuran kecil yang diletakan di dalam elemen visual yang lebih besar. Inzet berfungsi untuk memberikan informasi pendukung. Inzet banyak terdapat pada informational graphic dan kadang disertai dengan *caption* atau *callouts*.

c. Invisible Element

Elemen ini digunakan sebagai fondasi atau kerangka yang berfungsi sebagai acuan penempatan semua elemen layout lainnya. Elemen ini terdiri dari dua elemen yang terdiri sebagai berikut :

a. Margin

Margin digunakan untuk menentukan jarak antara pinggir kertas dengan ruang yang akan ditempati oleh elemen-elemen layout. Margin dapat mencegah agar elemen layout tidak terlalu jauh ke pinggir halaman karena secara estetika tidak menguntungkan dan menghindari terjadinya salah potong pada saat mencetak suatu karya.

b. Grid

Grid adalah alat bantu yang bermanfaat untuk layout. Grid dapat mempermudah kita untuk menentukan dimana harus meletakkan elemen layout dan mempertahankan konsistensi dan kesatuan layout terlebih untuk desain yang memiliki beberapa halaman

Dalam pembuatan grid dapat membagi halaman menjadi beberapa kolom dengan garis-garis vertikal atau dengan horizontal. Perancangan grid harus mempertimbangkan beberapa faktor, diantaranya adalah : ukuran dan bentuk bidang yang akan digunakan, konsep dan style design, ukuran huruf, banyaknya informasi yang akan dicantumkan, dll. Pada umumnya, pembuatan karya desain yang menggunakan banyak halaman dapat menggunakan lebih dari satu sistem grid

2.8 Buku

2.7.1 Definisi Buku

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, buku adalah lembar kertas yang berjilid, yang dapat berisi tulisan maupun kosong. Sedangkan, definisi buku menurut Oxford Dictionary adalah sebuah karya yang ditulis atau dicetak, yang terdiri dari halaman yang direkatkan atau dijahit bersama-sama sepanjang satu sisi dan terikat dalam satu sampul.

2.7.2 Fungsi Buku

Menurut Rustan (2009), Buku memiliki fungsi untuk menyampaikan informasi, berupa cerita, laporan, dan lain-lain. Buku juga dapat menampilkan banyak sekali informasi, tergantung jumlah halaman yang dimilikinya.

2.7.3 Manfaat Buku untuk Anak

Fungsi membaca buku untuk anak menurut Muktiono, dengan membaca buku, anak dapat lebih memperkaya daya imajinasinya. Hal ini dapat membantu anak dalam mengatasi persoalan-persoalan yang dihadapi dalam kehidupan sehari-hari dan mampu untuk menciptakan solusi-solusi dari masalah yang ada dalam kehidupan mereka sehari-hari. Semakin banyak yang dibaca akan semakin banyak ide yang akan dimiliki memotivasi anak sehingga anak tidak mudah untuk memiliki sikap tidak pantang menyerah. Dengan membaca buku juga dapat membantu anak untuk mengembangkan ekspresi diri dan lebih terampil.

2.9 Sampah

2.8.1 Definisi Sampah

Menurut Tim Penulis dalam *Penanganan dan Pengolahan Sampah*, Sampah adalah suatu bahan yang terbuang atau dibuang dari sumber hasil aktivitas manusia maupun alam yang belum memiliki nilai ekonomis.

2.8.2 Jenis Sampah

Secara sederhana, sampah dapat dibagi berdasarkan sifatnya menjadi dua yaitu sampah organik dan anorganik. Sampah organik adalah sampah yang berasal dari makhluk hidup, seperti dedaunan dan sampah dapur. Sampah organik memiliki sifat yang sangat mudah untuk terurai secara alami. Sedangkan, sampah anorganik adalah sampah yang tidak dapat terurai, seperti kaleng, karet, plastik, dan logam (Tim Penulis, 2008).

Sampah secara rinci dapat dibagi sebagai berikut (Tim Penulis, 2008) :

a. Human Erecta

Human Erecta adalah suatu istilah bagi bahan buangan yang dikeluarkan dari tubuh manusia sebagai hasil dari proses pencernaan yang berupa tinja dan air seni. Sampah yang berasal dari manusia ini dapat membahayakan kesehatan karena dapat menimbulkan penyakit yang diakibatkan dari kuman dan virus yang dibawa.

b. Sewage

Yang termasuk dalam Sewage adalah air limbah buangan yang berasal dari rumah tangga maupun pabrik. Limbah ini umumnya langsung dialirkan ke selokan tanpa proses penyaringan, seperti sisa air mandi, bekas cucian, dan limbah dapur. Sedangkan, untuk limbah yang berasal dari pabrik perlu diolah secara khusus agar lebih aman untuk lingkungan, tetapi tidak jarang limbah berbahaya ini langsung dialirkan ke sungai atau ke laut tanpa proses penyaringan.

c. Refuse

Refuse adalah bahan sisa proses dari industri atau hasil sampingan kegiatan rumah tangga. Refuse adalah pengertian sampah yang dipahami oleh masyarakat pada umumnya dalam kesehariannya. Sampah ini dapat dibagi menjadi garbage (sampah lapuk) dan rubbish (sampah tidak lapuk dan rubbish (sampah tidak lapuk dan tidak mudah lapuk). Sampah lapuk dapat berupa sisa-sisa pengolahan rumah tangga atau hasil sampingan kegiatan pasar bahan makanan, seperti sayur mayur. Sedangkan, sampah tidak lapuk adalah sampah yang tidak dapat lapuk sama sekali dan sulit untuk terurai, seperti mika, kaca dan plastik. Jenis sampah ini dapat lapuk tetapi dalam jangka waktu yang panjang. Sampah ini ada yang dapat dibakar (kertas dan kayu) dan tidak terbakar (logam, seperti kaleng dan kawat).

d. Industrial Waste

Sampah ini pada umumnya dihasilkan dalam skala besar dan merupakan bahan buangan dari sisa-sisa proses industri.

2.10 Perkembangan Anak

2.10.1 Definisi Perkembangan Anak

Menurut Whaley dan Wong (dalam Supartini, 2002) Perkembangan memiliki hubungan dengan perubahan secara kualitas, diantaranya adalah terjadinya peningkatan kapasitas individu untuk berfungsi yang dihasilkan melalui proses pertumbuhan, pematangan dan pembelajaran yang terjadi secara terus menerus dan saling berhubungan

Perkembangan adalah suatu proses untuk menghasilkan peningkatan kemampuan untuk berfungsi pada tingkat tertentu. Perkembangan juga dapat didefinisikan sebagai peningkatan ketrampilan dan kapasitas anak secara bertahap dan terus menerus (Marlow, dalam Supartini, 2002).

2.10.2 Periode perkembangan anak

Pembagian masa kanak-kanak menurut Papalia dan Old (dalam Hawadi, 2001) dibagi menjadi 5 tahap :

a. Masa Prenatal, yaitu diawali dari masa konsepsi sampai masa lahir

- b. Masa Bayi dan Tatih, yaitu saat usia 18 bulan pertama kehidupan merupakan masa bayi, di atas usia 18 bulan sampai dengan 3 tahun disebut sebagai masa tatih. Saat tatih inilah, anak-anak menuju pada penguasaan bahasa dan motorik serta kemandirian
- c. Masa Kanak-Kanak Pertama, yang memiliki rentang usia 3- 6 tahun, masa ini dikenal juga dengan masa pra sekolah
- d. Masa Kanak-Kanak Kedua, yaitu usia 6-12 tahun, dikenal pula sebagai masa sekolah. Anak-anak mampu menerima pendidikan formal dan menyerap berbagai hal yang ada di lingkungannya.
- e. Masa Remaja, yaitu rentang usia 12-18 tahun. Saat-saat dimana anak sedang mencari identitas dirinya dan banyak menghabiskan waktu dengan teman sebaya, serta berupaya untuk melepas dari kungkungan orang tua.

2.10.3 Perkembangan anak

Menurut Michelle Anthony, PhD pada *sholastic.com* yang diakses pada tanggal 1 Maret 2014, anak-anak usia 6-12 tahun termasuk dalam perkembangan masa anak-anak tengah. Pada masa ini, anak-anak mengalami perkembangan motorik yang terus meningkat. Adanya perkembangan motorik yang meningkat ini, baik anak laki-laki maupun perempuan dapat memungkinkan untuk terlibat dalam kegiatan motorik yang lebih banyak (dalam Pappalia, Olds, dan Feldman, 2009).

Untuk kemampuan anak-anak usia 8-10 tahun menurut Michelle, anak-anak pada rentang umur ini pada umumnya dapat membaca dengan lancar, menerapkan pemahaman yang mereka dapatkan kemudian diperiksa kembali, dan dapat memperluas pemahaman mereka di luar dari teks, misalnya misteri, fantasi, fiksi, dan lain-lain. Sebagian besar anak-anak pada rentang umur ini memiliki pemahaman yang baik serta dapat memahami kalimat-kalimat kompleks

Menurut Pellegrini, Kato, Blatchford, dan Baines (dalam Papalia, Olds, dan Feldman, 2009), aktivitas permainan yang sesuai untuk anak-anak dalam masa perkembangan ini dapat diberikan beragam dalam waktu tertentu yang dapat mendukung pertumbuhan ketangkasan dan kompetensi sosial, serta membantu dalam penyesuaian di sekolah.

Dalam segi perkembangan kognitif, pada masa kanak-kanak kedua ini dapat menggunakan berbagai macam operasi mental, seperti penalaran, memecahkan-memecahkan masalah nyata. Anak-anak ini mulai dapat berpikir logis karena mereka dapat mempertimbangkan berbagai macam aspek yang ada di sekitarnya dalam pengambilan keputusannya, namun pemikirannya masih terbatas dengan situasi-situasi nyata saat ini dan sekarang. Pada tahap ini, anak-anak sudah memiliki pemahaman yang lebih baik.

Kemampuan mengelompokkan membantu anak-anak berpikir secara logis. Pengelompokan meliputi berbagai kemampuan yang relatif canggih, seperti seriasi, penyimpulan transitif, dan inklusi kelas, yang bertahap meningkat antara masa kanak-kanak awal dan tengah. Seriasi adalah pengurutan objek dalam suatu

urutan menurut satu atau lebih dimensi, seperti berat (dari ringan ke berat) atau warna (dari terang ke gelap). Penyimpulan transitif adalah kemampuan menyimpulkan hubungan antara dua objek dari hubungan antar keduanya atau lebih, sedangkan inklusi kelas adalah kemampuan melihat hubungan antara keseluruhan dan bagian-bagiannya.

2.10.4 Tahap Perkembangan Minat Baca terhadap Anak

Tahap perkembangan minat baca terhadap anak menurut Yaumil Achir (dalam Hawadi, 2001) dapat dibagi menjadi beberapa bagian yaitu :

a. Usia 1-3 tahun

Pada usia ini anak cenderung untuk merobek kertas dan dianjurkan untuk menggunakan buku yang berbahan plastik atau kain agar tidak mudah rusak. Disarankan setiap halaman yang ada dalam buku dapat memuat hanya satu benda dan nama benda dalam format yang besar dan dengan warna yang cerah.

Dapat juga membuat buku yang dibuat sendiri melalui gambar-gambar iklan karena gambar iklan menampilkan huruf yang lebih jelas dan besar dengan warna yang mencolok, cara ini dapat meningkatkan antusias anak agar merasa dilibatkan di dunia orang dewasa tanpa merasa takut untuk dimarahi. Pemberian reward kepada anak juga tergolong cukup efektif dan paling dianjurkan agar anak lebih terangsang untuk bermain mencari huruf pada iklan-iklan tersebut atau buku yang dimilikinya.

b. Usia 3-5 tahun

Buku untuk anak usia ini dapat menggunakan beberapa kata yang merupakan gagasan yang disertai dengan ilustrasi gambar yang menarik, warna ceria, dan format yang besar. Bacaan dapat memancing keterlibatan emosi anak yang mudah ditemukan dalam keseharian mereka. Usia ini dianggap sebagai anak yang sudah duduk di bangku Taman Kanak-Kanak. Umumnya penguasaan bahasa sudah cukup baik sehingga dapat diberikan bacaan yang memiliki teks agak panjang, memiliki jangka konsentrasi yang sudah lebih panjang sehingga lebih banyak memikat yang sedikit kompleks.

Umumnya anak-anak yang ada pada usia ini cenderung sudah lebih kritis, sehingga orang tua harus menjadi lebih berhati-hati dalam membacakan suatu buku sehingga dalam membacakan suatu buku, orang tua diharuskan membaca teks yang sesuai dengan isi buku tersebut karena anak akan secara langsung mencerna langsung bahasa yang baik. Selain itu, anak juga dapat diperluas dan diperkaya kosa kata melalui buku. Jenis cerita yang digemari anak-anak pada rentang umur ini umumnya cerita yang bersifat fancy. Untuk ukuran buku disarankan memiliki format kurang lebih 21,0 x 29,7 cm.

c. Usia 5-7 tahun

Fokus perkembangan anak usia 5-7 tahun ada pada dunia akademis dan intelektual. Yang paling menonjol pada periode ini adalah penggunaan banyak kata, gagasan dan konsep yang merupakan representasi dari hal-hal yang telah dilalui dan disimpan secara mental, baik dari pengalaman langsung maupun

tidak langsung. Jenis buku yang dapat diberikan bisa dalam format 17,6 x 25,0 cm

d. Usia 7-9 tahun

Perkembangan intelektual pada usia 7-9 tahun dianggap sebagai perkembangan anak yang paling penting. Buku-buku yang cocok untuk anak adalah buku-buku yang dapat mendukung sekolahnya dalam lingkup sains dan teknologi, seperti ruang angkasa, angin, hujan, suara dan sebagainya. Cerita yang dapat merangsang imajinasi anak dan memberi kesan action digemari oleh anak usia 7-9 tahun. Format buku yang dapat digunakan adalah 17,6 x 25,0 cm dimana huruf tidak terlalu kecil dan jarak antar huruf tidak terlalu dekat.

2.10.5 Cara mengembangkan minat baca anak

Cara mengembangkan minat baca anak terdiri dari berbagai macam cara yang yang dibagi menjadi beberapa bagian sebagai berikut (Hawadi, 2001) :

- a. Diperkenalkan sejak dini pada bacaan menggambar dengan warna yang menarik
- b. Untuk usia 1-3 tahun dimulai dengan membacakan cerita yang pendek dan dengan suara serta nama yang jelas
- c. Mengajar membaca lebih efektif dengan cara bermain, dalam suasana informal

d. Melibatkan anak dalam kegiatan sehari-hari di rumah yang mengharuskan

Anak menggunakan kemampuan membacanya.

e. Ajak anak untuk lebih sering ke perpustakaan dan masukanlah mereka menjadi anggota perpustakaan

f. Sediakanlah satu pojok di rumah untuk menyimpan buku-buku ataupun majalah agar dapat membaca santai ditemani oleh anak

Peran orangtua sangat berpengaruh terhadap pembentukan minat membaca, selain orang tua untuk memberi contoh bahwa orang tua anak gemar membaca dan bahwa membaca dapat memberikan manfaat untuk anak. Orang tua juga berperan untuk menentukan bacaan yang baik untuk anak dan sesuai untuk usia anak karena anak dapat belajar banyak bagi perkembangan dirinya dengan membaca buku. Buku juga dapat menjadi sumber identifikasi bagi anak. Melalui bacaan, anak dapat mentransfer nilai-nilai yang belum diketahui orang tuanya.

UMN