



### **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. Desain Komunikasi Visual

Secara etimologi kata desain berasal dari kata '*designo*' (Itali) yang artinya gambar (Jervis, 1984). Sedangkan dalam bahasa Inggris yaitu *designare* yang artinya merancang. Komunikasi berarti menyampaikan pesan kepada penerima pesan melalui suatu media. Kata komunikasi sendiri berasal dari kata bahasa Inggris '*communication*' yang diambil dalam bahasa Latin '*communis*' yang berarti sama. dan kata visual berasal dari kata Latin '*videre*' yang artinya melihat serta yang memiliki makna dapat dilihat dan direspon oleh indera penglihatan.

Menurut Tinarbuko (2009:23), desain komunikasi visual adalah ilmu mempelajari konsep komunikasi dan ungkapan daya kreasi, yang diaplikasikan dalam berbagai media komunikasi visual dengan mengolah elemen desain grafis terdiri dari gambar (ilustrasi), huruf, warna, komposisi dan layout. Desain Komunikasi Visual merupakan salah satu bagian dari seni terapan yang mempelajari tentang perencanaan dan perancangan berbagai bentuk informasi komunikasi visual.

Desain Komunikasi Visual adalah ilmu yang mengembangkan bentuk bahasa komunikasi visual berupa pengolahan pesan-pesan untuk tujuan sosial atau komersial dari individu atau kelompok yang ditujukan kepada individu atau kelompok lainnya (Ana Yulianti, 2008:11)

## 2.2. Prinsip Desain

### 2.2.1. *Unity*

*Unity* merupakan sebuah representasi dari kumpulan gambar, yang mana merupakan aturan utama dalam pendekatan seni. *Unity* berarti sebuah persetujuan yang ada dalam sebuah desain; dimana terlihat cocok, seperti hubungan visual yang bukan hanya dikarenakan hal tersebut diletakkan bersama. Harmoni merupakan sebuah istilah lain yang memiliki konsep serupa dengan *unity*. Jika banyak elemen yang tidak harmonis satu sama lain, lalu dipisahkan atau tidak berhubungan, maka komposisi desain itu kurang atau tidak memiliki *unity* (David A. Lauer, Stephen Pentak, 2008:28)

### 2.2.2. *Emphasis*

*Sequence* akan berhasil dicapai dengan baik bila memiliki unsur penekanan (*emphasis*). (Rustan, 2009:74). Penekanan disini harus tercipta agar target audiens bisa mengerti manakah informasi utama dan manakah informasi pendukung lainnya. *Emphasis* bisa diciptakan dengan berbagai cara, antara lain seperti:

1. Memberikan ukuran yang jauh lebih besar dibandingkan dengan elemen-elemen visual lainnya pada sebuah karya desain.
2. Warna yang kontras/berbeda sendiri dengan latar belakang dan elemen-elemen visual lainnya.
3. Meletakkan di posisi yang strategis atau menarik perhatian. Pada umumnya, kebiasaan orang membaca dari atas kiri ke bawah dan dari kiri ke kanan. Maka meletakkan diatas kiri agar mudah dilihat.

4. Menggunakan bentuk atau gaya yang berbeda dengan elemen visual lainnya.

Untuk tahap selanjutnya, penekanan harus dipersempit dan diperlemah agar tidak sekuat dengan informasi utama. Bisa saja memainkan ukuran yang diperkecil, memainkan warna yang tidak kontras, meletakkan dibagian yang tidak mencolok.

### **2.2.3. *Scale and Proportion***

Skala dan proporsi merupakan istilah yang sangat berkaitan, keduanya bicara mengenai ukuran. Skala sebenarnya merupakan kata lain dari ukuran. Skala besar merupakan cara lain mengatakan besar. Besar sendiri tidak berarti apa-apa jika tidak memiliki standar atau referensi. Misalnya, anjing yang besar tidak berarti apa-apa jika kita tidak tahu ukuran normal anjing. Hal inilah yang memunculkan kedua istilah tersebut. Proporsi mengacu pada kerelatifan ukuran, ukuran diukur berdasarkan elemen lain dengan standar tertentu.

Kata proporsi biasanya memiliki koneksi dengan sistem matematis yang berisikan angka-angka rasio. Memang benar bahwa sistem seperti itu telah dikembangkan selama berabad-abad. Seniman-seniman mencoba untuk mendefinisikan hubungan yang paling tepat antara benda-benda yang sama perbandingannya dengan panjang dan lebar dari bagian-bagian persegi dengan bagian-bagian tubuh manusia (David A. Lauer, Stephen Pentak , 2008:70)

#### **2.2.4. Balance**

*Balance* atau keseimbangan harus tercapai pada suatu bentuk karya yang dibuat. Keseimbangan yang dimaksud dalam hal ini bukan pada jumlah berapa banyak elemen grafis yang ada, tetapi lebih kepada kesan penempatan posisi elemen grafis yang seimbang. Keseimbangan tidak hanya elemen grafis tetapi juga keseimbangan ukuran, arah dan warna. Ada dua macam keseimbangan yang dapat dipakai yaitu: keseimbangan yang simetris dan keseimbangan asimetris (Rustan, 2007:75). Keseimbangan sebuah karya desain membuat orang (audiens) yang melihat merasa nyaman melihat bentuk visualnya. Keseimbangan ini sulit dan tidak mudah untuk diberikan perhitungan ukuran, tetapi lebih mudah dengan cara dirasakan.

#### **2.2.5. Rhythm**

Elemen visual dari *unity*, dan hampir ada disetiap karya seni visual. Bagaimanapun, ritme melibatkan repetisi secara jelas dari elemen-elemen yang mirip. Aspek ritme (*rhythm*) tidak dapat dipisahkan dari sebuah desain. Saat membicarakan tentang ritme, maka akan ditemukan repetisi karena konsep dari ritme dalam desain adalah repetisi pada motif yang membuat pandangan audiens bergerak mengalir melewati motif tersebut. Istilah ritme dalam desain mungkin akan terdengar sedikit aneh karena ritme adalah sesuatu yang biasanya berhubungan dengan indra pendengaran (David A. Lauer, Stephen Pentak, 2008:70).

### 2.2.6. Color

*Color* atau warna merupakan bagian dari elemen yang penting dalam desain. Warna dapat merepresentasikan sebuah kenyataan atau perasaan atau informasi secara langsung. Warna juga dapat membuat suatu bentuk menjadi ada dan juga membuat sesuatu menjadi tidak ada.

*Basic Color Theory* atau Teori Dasar Warna ditemukan oleh Sir Isaac Newton pada tahun 1665. Newton mengatakan bahwa sebuah prisma dapat memisahkan cahaya yang datang kepada spectrum warna yaitu: merah, oranye, kuning, hijau, biru, indigo, dan ungu (Lupton, 2008:72). Newton mengelompokkan warna-warna tersebut kedalam sebuah roda warna yang sampai saat ini masih digunakan. Dari percobaan Sir Isaac Newton ini, bisa disimpulkan bahwa warna-warna yang termasuk kedalam teori warna adalah warna yang dapat ditangkap oleh mata manusia pada saat ada pelangi.

Sistem warna bergantung pada media dimana desainer bekerja. Saat melukis, seorang seniman memiliki variasi gambar yang akan dipilih, dan campuran warna didapat melalui metode subtraktif warna. Saat seorang desainer menggunakan computer untuk menghasilkan media digital, warna dihasilkan dengan metode warna tambahan.

1. Warna Tambahan (*Additive Color*) adalah warna yang tercipta oleh campuran cahaya dari dua atau lebih warna yang berbeda, yaitu merah, hijau, biru yang ditemukan pada tahun 1861 oleh Sir James Clerk

Maxwell. Warna RGB adalah cahaya primer dan warna yang terbentuk dari cahaya, warna yang dihasilkan di layar komputer.



Gambar 2.1. *Additive Color*  
(Sumber: *Designing Web & Mobile Graphics*)

2. Warna Subtraktif (*Subtractive Color*) adalah warna yang tercipta dengan menyerap beberapa gelombang panjang cahaya dan merefleksikannya. Warna CMYK adalah sistem warna yang digunakan pada percetakan.



Gambar 2.2. *Subtractive Color*  
(Sumber: *Designing Web & Mobile Graphics*)

Kombinasi warna

Pada roda warna hubungan antar warna terbagi menjadi:

1. *Monochromatic Color*

Warna yang menggunakan variasi *range* dari hitam ke putih.



Gambar 2.3. *Monochromatic Color*  
(Sumber: *Designing Web & Mobile Graphics*)

2. *Analogue Color*

Warna yang terletak bersebelahan, dimana sebuah warna didalam roda warna dan warna yang ada disebelah kiri dan kanannya.



Gambar 2.4. *Analogue Color*  
(Sumber: *Designing Web & Mobile Graphics*)



### 3. *Graded Color*

Warna yang masih memiliki hubungan dengan skema warna monokromatik, tetapi hanya memiliki perubahan yang kecil terhadap *hue* dengan warna yang hampir sama.

### 4. *Complementary Color*

Adalah warna yang memiliki *hue* berlawanan. Biasanya warna-warna ini berada pada sisi yang berlawanan pada roda warna, tapi juga memiliki jarak yang sama dari titik tengah roda warna.



Gambar 2.5. *Complementary Color*  
(Sumber: *Designing Web & Mobile Graphics*)

## 2.3. **Fotografi**

Dalam fotografi, kepekaan terhadap elemen-elemen visual sangat dipentingkan. Kepekaan tersebut dikembangkan secara individual yang bergantung pada pengalaman yang didapatkan oleh individu tersebut sebelumnya. Kepekaan ini mencakup komposisi dan bagaimana cara seorang fotografer menangkap suatu

gambar, juga untuk memahami bagaimana orang lain melihat foto itu sendiri dan bereaksi terhadap foto.

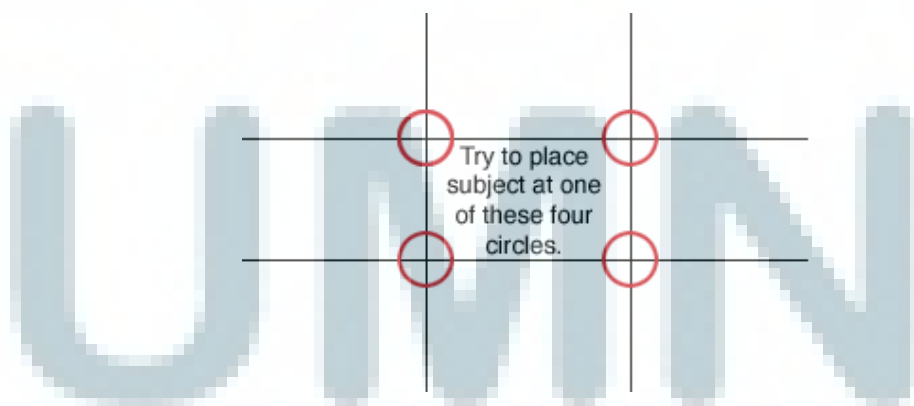
a. Komposisi Tujuan utama dari fotografi arsitektur adalah menterjemahkan estetika 3 dimensi dari sebuah bangunan ke dalam media 2 dimensional. Dalam fotografi arsitektur terdapat 3 elemen utama, yaitu struktur, garis dinamis, dan perspektif:

- Struktur : Simetris

Bentuk paling sederhana dari sebuah struktur adalah simetris yang berarti kedua sisi dari gambar adalah identic bisa dari sisi vertical maupun dari sisi horizontal.

- Struktur : *Law of third* (komposisi sepertiga)

Dengan menggunakan komposisi sepertiga, gambar terlihat lebih dinamis. Yaitu dengan membagi bagian dari bidang foto menjadi 3 bagian baik secara horizontal maupun vertical



Gambar 2.6. Komposisi Fotografi

(sumber: [http://3.bp.blogspot.com/-szhcS3p09Yg/UWpPDC--5pI/AAAAAAAAABB4/DDZMx\\_fLATI/s1600/Ruleofthird.png](http://3.bp.blogspot.com/-szhcS3p09Yg/UWpPDC--5pI/AAAAAAAAABB4/DDZMx_fLATI/s1600/Ruleofthird.png))

menggunakan komposisi ini ada beberapa aturan yang harus dipenuhi, yaitu :

- Subjek utama harus diletakkan di perpotongan garis atau disekitar perpotongan tersebut
- Beberapa elemen lain yang terdapat di dalam foto harus mengarahkan foto kepada subjek utama yang terdapat di dalam foto
- Subjek utama harus kontras dengan background yang ada baik itu dalam tone maupun warna

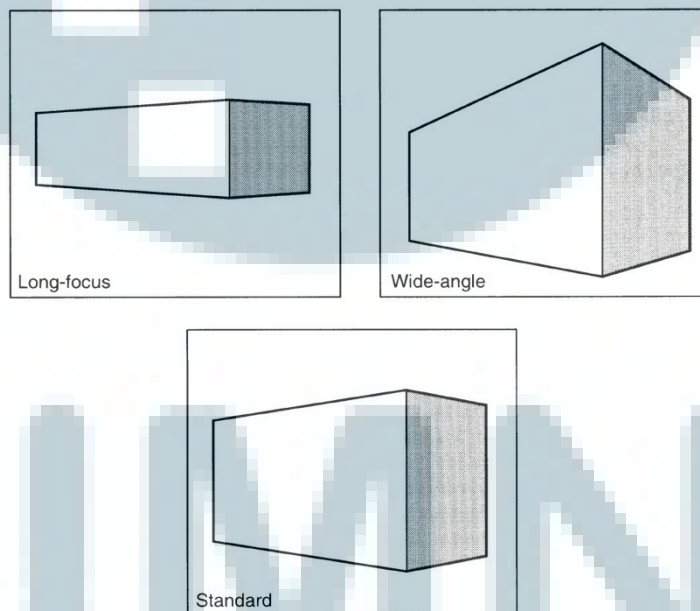
- **Garis Dinamis**

Ketika sebuah komposisi diterjemahkan dari 2 dimensional ke dalam 3 dimensional, garis yang terdapat di dalam suatu gambar akan menjadi paralel satu dengan yang lain dan dengan ujung dari sebuah frame akan menimbulkan suatu kesan dimensional dan dinamis selain dari perspektif. Untuk menimbulkan kesan ini bisa menggunakan tipuan lensa, ataupun dengan mengarahkan kamera keatas maupun ke bawah.

- **Perspektif dan struktur tiga dimensi**

Dalam fotografi arsitektur, garis dinamis adalah hal yang paling signifikan untuk menghasilkan perspektif, dan perspektif diperlukan untuk menghasilkan ilusi 3 dimensi.

Benda yang dekat dengan kamera akan terlihat lebih besar dibanding subjek yang terlihat jauh dari kamera. Semua hal di atas sangat penting untuk menghasilkan ilusi 3 dimensi selain dari kontras dan tone yang juga mendapatkan bagian untuk membentuk suatu ilusi 3 dimensi. Dalam membentuk suatu perspektif faktor yang sangat mempengaruhi adalah pemilihan lensa. Apakah itu lensa wide, lensa normal, ataupun lensa tele. Berikut adalah contoh dari penggunaan lensa terhadap perspektif yang dibentuk seperti yang dijelaskan pada gambar di bawah ini.



Gambar 2.7. Perspektif Ruang Fotografi Michael Harris, *Profesional Architecture photography*, 2002

## 2.4. Tipografi

Saat ini tipografi dimaknai sebagai segala disiplin ilmu yang berkenaan dengan huruf (Rustan, 2010:16). Huruf memiliki banyak bentuk dan dapat menimbulkan efek yang bervariasi bagi khalayak. Klasifikasi huruf menurut Alexander Lawson dapat dibedakan menjadi:

- a. *Black Letter / Old English / Fraktur*. Desain karakter *Black Letter* dibuat berdasarkan bentuk huruf dari tulisan tangan yang populer pada masanya (abad pertengahan) di Jerman (gaya *gothic*) dan Irlandia (gaya *Celtic*).
- b. *Humanist/Venetarian*. Merupakan *typeface* yang banyak *negative-space*-nya sehingga tulisan tampak lebih terang dan ringan, karenanya gaya *humanist* mendapat julukan *White Letter*.
- c. *Old Style/Old face/Garalde*. Karakter-karakter pada kelompok *typeface* ini lebih presisi, lebih lancip, lebih kontras dan berkesan lebih ringan, menjauhi bentuk- bentuk kaligrafis/tulisan tangan.
- d. *Tradisional/reales*. *Typeface* dengan gaya baru yang dibuat berdasarkan perhitungan secara ilmiah dan prinsip-prinsip matematika, makin menjauh dari sifat kaligrafis/tulisan tangan. Gaya *Transitional* pertama diciptakan sekitar tahun 1692 oleh Philip Grandjean, dinamakan *Roman du Roi*, atau *typeface* raja, karena dibuat atas perintah Raja Louis XIV. Kelompok ini disebut *transitional* karena berada di antara *Old Style* dan *Modern*.
- e. *Modern/Didone*. Dinamakan *Modern* karena kemunculan kelompok *typeface* ini pada akhir abad 17, menuju era yang disebut *Modern Age*, sehingga diberi nama *Modern*. Ciri-cirinya hampir lepas sama sekali dari

sifat kaligrafis *typeface* pendahulunya.

- f. *Slab Serif/Egyptian/Square Serif/Mecanes/Antiques*. Muncul sekitar abad 19, kelompok bergaya *Slab Serif* awalnya digunakan sebagai *display type* untuk menarik perhatian pembaca poster iklan dan pamflet. Disebut juga *Egyptian* karena bentuknya yang berkesan berat dan horizontal, mirip dengan gaya seni dan arsitektur Mesir Kuno.
- g. *Sans Serif*. Mulai populer pada awal abad 20, saat para desainer mencari bentuk-bentuk ekspresi baru yang mewakili sikap penolakan terhadap nilai-nilai lama, yaitu pengotakan masyarakat dalam kelas-kelas tertentu. *Sans Serif* dibagi lagi menjadi 3 kelompok, yaitu *Grotesque*, *Geometric*, dan *Humanist*.
- h. *Script* dan *Cursive*. Didesain menyerupai tulisan tangan, ada yang seperti goresan kuas atau pena kaligrafi. Pada *script* huruf-huruf kecilnya menyambung, sedangkan pada *Cursive* tidak.
- i. *Display/Dekoratif*. Pertama muncul sekitar abad 19 dan semakin banyak karena teknologi pembuatan huruf yang semakin murah. Saat itu jenis huruf *Display* sangat dibutuhkan dunia periklanan untuk menarik perhatian pembaca.

## 2.5. Komunikasi

Kata Komunikasi (*communication*) berasal dari bahasa latin *communis* yang berarti “*common*”: umum; bersama (Safanayong, 2006:10). Komunikasi adalah

transmisi pesan dari pengirim ke penerima melalui media (atau saluran) transmisi (Schiffman, 2007:268).

### **2.5.1. Strategi Komunikasi**

Dalam mengembangkan strategi komunikasi, perusahaan harus menetapkan tujuan komunikasi yang utama. Mungkin terdiri dari menciptakan kesadaran layanan, mempromosikan penjualan produk, mendorong (atau mengecilkan) praktik tertentu, menarik ritel patronase, mengurangi, setelah pembelian disonansi, menciptakan *goodwill* atau *image* yang baik, atau kombinasi dari ini dan tujuan komunikasi lainnya.

### **2.5.2. Tujuan Komunikasi**

Tujuan komunikasi dapat dibedakan menurut maksud dan caranya menjadi:

- Identifikasi
- Informasi
- Promosi (provokasi, persuasi, propaganda, dsb)
- *Ambience* (penggarapan lingkungan)

Dalam semua usaha komunikasi pemasaran, tujuan diarahkan pada pekerjaan satu atau lebih:

1. Membangun keinginan
2. Menciptakan kesadaran
3. Meningkatkan sikap dan mempengaruhi niat
4. Mempermudah pemakaian atau pembelian

## 2.6. *Layout dan Grid*

*Layout* dapat dijabarkan sebagai tataletak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep/ pesan yang dibawanya. (Rustan, 2009:0). *Me-layout* adalah salah satu proses/ tahapan kerja dalam desain. Dapat dikatakan bahwa desain merupakan arsiteknya, sedangkan *layout* pekerjaannya.

Prinsip dan teori *layout* sangat bervariasi, namun ada dua hal yang kebanyakan mendasarinya, yaitu *grid-based design* dan *non-grid-based design*. *Grid* membuat suatu desain menjadi sistematis dan konsisten dalam penempatan obyek desain. Hal tersebut menciptakan keharmonian yang memudahkan dan membuat suatu desain menjadi lebih indah.

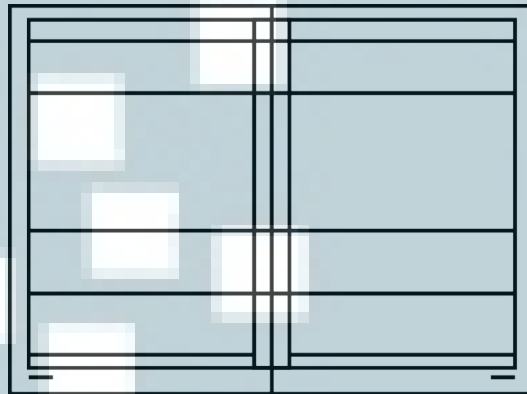
Josef Müller-Brockmann, seorang *pioneer* desain grafis dalam bukunya yang berjudul *Grid Systems in Graphic Design*, menyatakan bahwa “Sistem *grid* adalah penolong, bukan garansi. *Grid* dapat digunakan dan setiap desainer dapat mencari solusi yang sesuai dengan gaya pribadinya. Namun satu hal yang harus dipelajari adalah bagaimana cara menggunakan *grid* itu sendiri, itu adalah sebuah seni yang membutuhkan latihan.”

“Sebuah *grid* terbuat dari garis vertikal dan horizontal dan merupakan fondasi dari hampir setiap media visual. Strukturnya membentuk konten menjadi proporsi yang indah dilihat.” (Anne Van Wagener).

*Typographic grid* adalah regulator proporsional untuk materi, tabel, gambar, dan seterusnya. Ini adalah program penting untuk konten yang belum diketahui. Kesulitannya terletak dalam menemukan keseimbangan antara formalitas

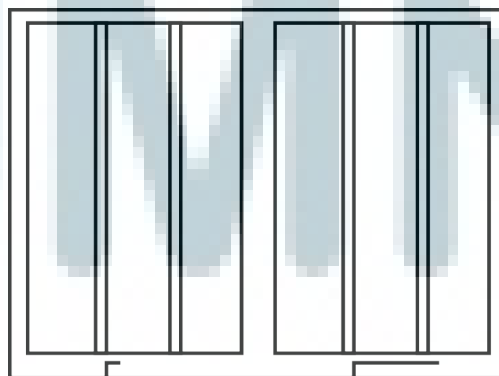


maksimum dan kebebasan maksimum, atau dengan kata lain, jumlah terbesar dari faktor konstan dikombinasikan dengan variabilitas kemungkinan terbesar. Desain menggunakan grid sistem memiliki jarak interval yang harmoni pada obyek suatu desain.



Gambar 2.8. Contoh *Hierarchical Grid-Base Design*

*Hierarchical Grid-Base Design* adalah salah satu dari jenis struktur dasar diagram grid, dimana *hierarchical grid* memisahkan halaman kedalam zona-zona dan tiap halaman tersebut terbentuk dari kolom kolom horizontal. (Beth Tondreau, 2009:11).



Gambar 2.9. Contoh *Multicolumn Grid-Base Design*

*Multicolumn Grids-Base Design* adalah struktur dasar *grid* yang memberi fleksibilitas yang tinggi dibandingkan dengan *single-* atau *two-column grid*, dimana pada *layout* dasarnya tersusun dari beberapa kolom dengan variasi lebar dan berguna untuk *layout* majalah dan *website*.

## **2.7. Media Interaktif**

### **2.7.1. Definisi Interaktif**

Pengertian interaktif menurut buku "*Multimedia, konsep dan aplikasi dalam pendidikan*" (Munir, 2012:2) adalah komunikasi dua arah atau lebih dari komponen-komponen komunikasi. Komponen komunikasi dalam multimedia interaktif (berbasis komputer) adalah hubungan antara manusia (sebagai *user/pengguna produk*) dan komputer (*software/aplikasi/produk*) dalam format file tertentu, biasanya dalam bentuk CD). Dengan demikian produk/CD/apikasi yang diharapkan memiliki hubungan dua arah atau timbal balik antara software atau aplikasi dengan user-nya. Interaktifitas dalam multimedia meliputi:

1. Pengguna (*user*), dilibatkan untuk berinteraksi dengan program aplikasi
2. Aplikasi informasi interaktif ber tujuan agar pengguna bisa mendapatkan hanya informasi yang diinginkan saja tanpa harus "melahap" semuanya.

### **2.7.2. Definisi Media Interaktif**

Menurut Elaine England dan Andy Finney dalam bukunya yang berjudul "*Managing Interactive Media*" (2007), definisi dari media interaktif adalah integrasi dari media digital termasuk kombinasi teks elektronik, grafik, gambar

bergerak, dan suara, ke dalam lingkungan komputerisasi digital terstruktur yang memungkinkan orang untuk berinteraksi dengan data untuk tujuan yang sesuai.

Media interaktif biasanya mengacu pada produk dan layanan pada sistem berbasis komputer digital yang menanggapi tindakan pengguna dengan menghadirkan konten seperti teks, grafik, animasi, video, audio, game dan sebagainya.

### **2.7.3. Definisi Interaktif Desain**

Setiap hari masyarakat global beraktivitas dengan menggunakan *e-mail*, telepon genggam, *instant messaging*, mendengarkan lagu melalui MP3, menarik uang dari ATM dan melakukan aktivitas lainnya dengan menggunakan teknologi yang didukung oleh *interactive design*. Dengan adanya desain interaktif ini, membuat aplikasi tersebut menjadi sesuatu yang lebih berguna, mudah digunakan, dan menarik (Dan Saffer, 2010:2). Interaktif desain sendiri pada saat ini mengambil bagian yang penting antara orang, mesin, dan sistem dalam suatu kombinasi yang bervariasi (Dan Saffer, 2010:4). Dimana interaktif desain adalah suatu produk atau pun sistem yang mendukung seseorang untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan mudah dan cepat sebagai pendukung pekerjaan mereka (Yvonne Rogers, Helen Sharp, Jenny Preec, 2011:9).

Sebuah interaktif desain memiliki tantangan besar terhadap para penggunanya yang dapat dinilai dari sejauh mana sebuah interaktif tersebut dapat memberikan solusi yang efektif dalam mengarahkan seseorang untuk menjalankan sistem tersebut. Interaktif desain sendiri dalam kasus ini berarti sebagai sebuah

campuran teknologi yang dapat dilengkapi oleh sensor untuk membantu para penggunanya mengetahui suatu informasi (Jean Pierre Nadeau, Xavier Fischer, 2011:3).

Dari beberapa pengertian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa interaktif desain adalah suatu rancangan desain yang membantu para pengguna untuk berinteraksi dan berkomunikasi dengan sistem komputer untuk memperoleh informasi, jasa, maupun produk dengan cara yang mudah, efektif, dan praktis.

#### **2.7.4. Peran Semiotik pada Interaktif Desain**

Setelah mengerti bagaimana dan apa arti dari interaktif desain, dasar dari konsep semiotik khususnya pada *screen based media* merupakan hal yang penting untuk dimengerti, untuk mengerti peranan semiotik pada interaktif desain. Pengertian semiotik sendiri memiliki pengertian sebagai makna dan kemaknaan dalam komunikasi antar manusia (Jos Daniel Parera, 2004:41). Menurut Charles Morris, semiotik bukan hanya berhubungan dengan isyarat bahasa, melainkan juga berhubungan dengan isyarat-isyarat non bahasa dalam komunikasi antar manusia.

Dapat dikatakan bahwa semiotik atau semiotika adalah ilmu isyarat komunikasi yang bermakna. Semiotik membantu audiens untuk mengerti dan mengenal struktur serta properti dari *interactive design*, berikut ini akan dieksplor bagaimana peran semiotik dalam desain interaktif.

## 1. *Screen-based Media*

Sesuai perkembangan media teknologi, saat ini sudah tak sulit lagi bagi masyarakat untuk menemukan media interaktif. Dimana peran computer sebagai *screen based media* jauh lebih pesat dibandingkan dengan televisi, sehingga media interaktif lebih cepat berkembang. Elemen-elemen penting seperti *layout*, bentuk, *font*, warna dan bentuk berperan sangat besar dalam pembuatan desain interaktif. Namun, elemen tersebut tidak cukup untuk membuat interaktif desain, elemen pendukung lainnya juga harus digunakan, yaitu icon, simbol, dan sign serta didukung dengan perangkat pendukung lainnya seperti mouse atau joysticks. Tujuan dari elemen tersebut adalah membantu kita untuk dapat berinteraksi dengan ssebuah sistem dengan mudah dan praktis. Contohnya sebuah simbol printer kecil pada layar komputer di mana pada saat simbol tersebut diklik, perintah untuk mencetak pada printer akan segera dilaksanakan (Andersen 1990, de Souza 2004).

Meskipun tidak semua simbol atau ikon dapat berfungsi linear dengan fungsinya, namun simbol atau ikon tersebut memiliki aspek yang bersangkutan dengan konteks yang seharusnya. Simbol yang ada seharusnya berjalan seimbang dengan informasi atau komunikasi yang ingin disampaikan oleh suatu sistem. Namun, sayangnya tidak semua *graphic* interaktif berjalan dengan baik. Seorang pengguna tidak perlu memikirkan atau mengeksplorasi terlalu lama terhadap simbol atau ikon untuk mengoperasikannya tetapi, interaktif yang baik seharusnya dapat ditemukan fungsinya dengan cepat dan mudah (Shalep O'Neill, 2008:83).

## 2. Graphics, Symbols, and Pictograms

Seorang Bapak Desain Grafis Modern, Jacques Bertin yang menyebarkan teori tentang semiologi grafis dan informasi grafis pada era 1960an dan 1970an mengelompokkan bentuk-bentuk grafis menjadi *representational image* contohnya *pictograms* dan *abstract* contohnya simbol. *Representational image* tidak bisa memiliki arti yang pasti, bentuk ini dapat diartikan menjadi lebih dari satu arti tergantung dengan pembacanya. Sedangkan *abstract* memiliki arti yang *monosemic* dimana semua elemen yang ada mengarah pada satu arti dan satu kunci yang didesain oleh desainer sendiri karena ide dasarnya berasal dari desainer sendiri.

*Abstract image* memiliki arti yang lebih jelas ketimbang dengan *representational images*, maka untuk membuat sebuah desain interaktif yang baik, seorang desainer lebih baik menggunakan *abstract images*. Bertin kemudian memutuskan bahwa sebuah ide yang baik terdiri dari variabel yang dapat dikontrol oleh desainer sendiri untuk memaksimalkan efek yang ditimbulkan.

Variabel tersebut antara lain adalah ukuran, *value*, tekstur, warna, orientasi, dan bentuk. Kombinasi dari beberapa variabel ini dapat membentuk suatu hubungan yang erat untuk menyampaikan sebuah data atau informasi yang dapat dimengerti dengan jelas secara persepsi visual. Dalam sistem yang diciptakan oleh Bertin, ia melakukan pengolahan terhadap masing-masing elemen lagi yaitu, garis, bentuk, *shade*, warna dan elemen lainnya yang berhubungan dengan persepsi visual dalam penyampaian komunikasi informasi. Dengan

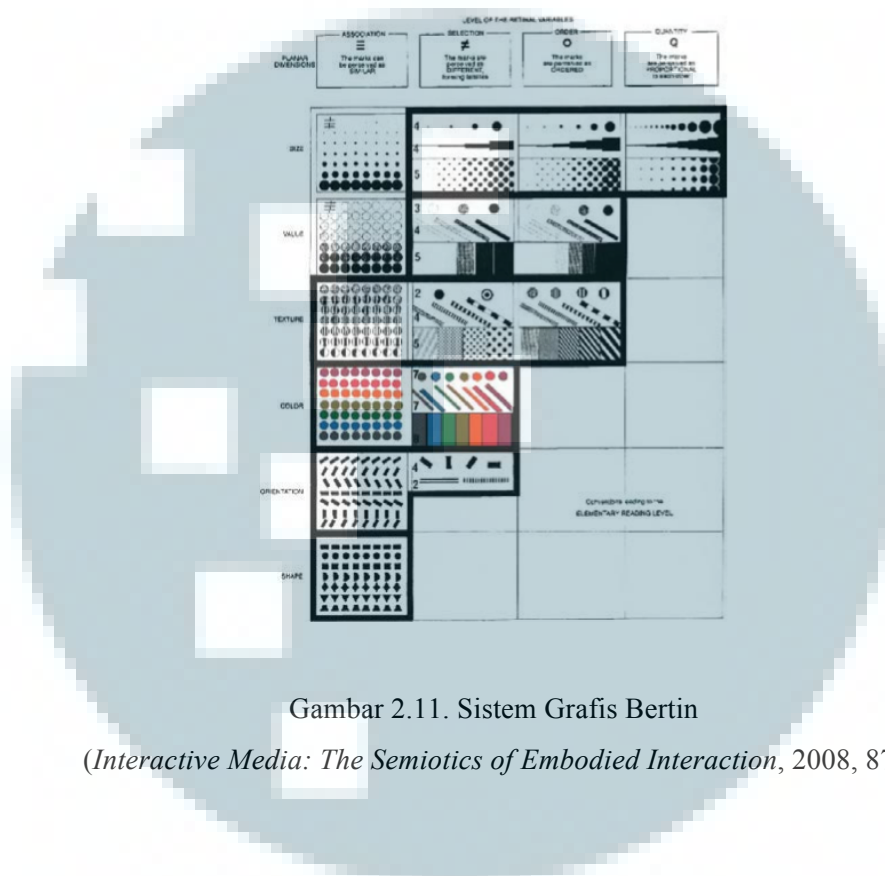
melakukan kontrol terhadap elemen tersebut, seorang desainer dapat menampilkan grafis yang sesuai dengan situasi dan dapat dengan mudah dipahami oleh para audiens mereka. Berikut ini akan dilampirkan tabel sistem grafis yang dibuat oleh Bertin (Shalep O'Neill, 2008:86).



Gambar 2.10. Contoh Bentuk Ikon, Simbol, dan Pictogram  
(<http://creativenerds.co.uk>)

Teori yang dihasilkan oleh Bertin ini dengan sangat mudah dapat dimengerti, jika dibandingkan dengan *pictograms* yang menurutnya lebih sulit untuk dimengerti oleh masyarakat. Teori yang serupa juga diungkapkan oleh Barnard dan Marcel (1984). Mereka bertiga berpendapat bahwa sebuah grafis atau ikon yang baik, tidak kurang maupun tidak lebih seharusnya dapat dengan mudah dimengerti seiring dengan adanya pengalaman dan latihan yang dilakukan oleh seseorang (berasal dari kebiasaan) sehingga dengan mudah diterima. Namun, baik itu grafis maupun *pictograms* wajib memiliki tingkat keterbacaan yang tinggi dari segi jarak maupun waktu atau zaman (Dewer, 1999). Salah satu contoh dari grafis

yang memiliki tingkat keterbacaan yang tinggi adalah rambu lalu lintas atau terdapat juga pada bidang *advertising*.



Gambar 2.11. Sistem Grafis Bertin

(*Interactive Media: The Semiotics of Embodied Interaction*, 2008, 87)

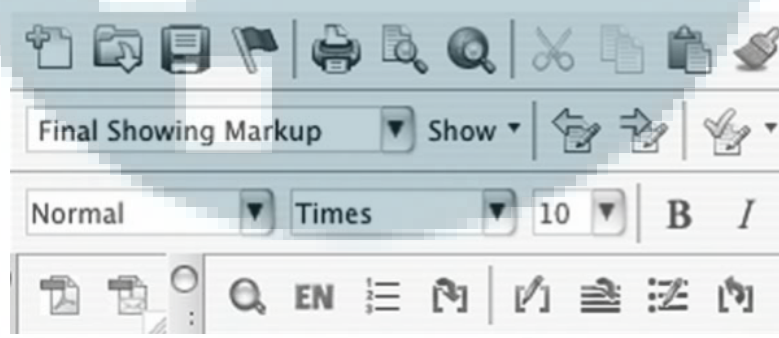
Dari banyaknya teori mengenai grafis, teori Bertin yang paling cocok untuk diaplikasikan ke dalam desain interaktif karena teori ini mengutamakan hubungan yang jelas antara simbol-simbol dan juga memberikan persepsi visual yang jelas sehingga informasi dapat tersampaikan. Efektivitas komunikasi grafis ini juga dapat dibuktikan dengan interaksi kita dengan *Tool Bars* pada menu komputer yang akan didukung juga dengan adanya *interface* yang baik. Selain dengan adanya simbol yang jelas, simbol atau ikon desain interaktif yang baik juga dapat diikuti dengan bentuk yang sederhana dan bersifat *mimic real world behaviors* karena daripada membuat sesuatu yang harus dipikirkan atau



dieksplorasi, lebih baik membuat sesuatu yang mirip atau sudah menjadi suatu kebiasaan. Jadi, tanpa perlu berpikir panjang, seorang individu dapat menggerakkan atau menggunakan interaksi tersebut dengan cepat (Shalep O'Neill, 2008:89).

### 3. *Visual Grammar*

Saat ikon, simbol, dan *pictograms* memainkan peran yang penting dalam berkomunikasi dalam desain interaktif, tetapi seorang desainer tidak boleh melupakan elemen pendukung lainnya seperti teks, gambar, atau bahkan sebuah video yang dapat membangun atau membuat desain interaktif menjadi lebih menarik. Seperti yang terlihat pada *tool bars* komputer.



Gambar 2.12. Ikon pada *Toolbars*  
(*Interactive Media: The Semiotics of Embodie Interaction*, 2008, 89)

Selain itu, masih ada aspek pendukung lainnya dalam sebuah struktur visual yang terdiri dari ukuran, ketajaman fokus, *tone*, kontras warna, dan penempatan posisi bagi sebuah objek yang berfungsi sebagai grafis utama. Dari ukuran dan bentuk sebuah grafis, posisi yang tepat juga mempengaruhi tingkat

keterbacaan dan semakin tinggi keterbacaannya semakin tinggi pula seseorang dapat memperoleh informasi secara jelas (Kress dan Van Leeuwen, 1996).

## 2.8. Pariwisata

Menurut Ismayanti (2011:123) pariwisata adalah mobilitas manusia dari suatu tempat ke tempat lain. Saat ini pariwisata dibagi berdasarkan jumlah orang ikut wisata dan berdasarkan tujuan melakukan wisata.

Jenis-jenis pariwisata:

Jenis-jenis pariwisata berpengaruh terhadap fasilitas yang perlu dipersiapkan dalam pembangunan maupun dalam program-program promosi dan periklanannya.

Jenis-jenis pariwisata ditentukan berdasarkan motif tujuan perjalanan. Menurut Dr. James J. Spilane (1987:29) jenis-jenis pariwisata tersebut adalah:

1. Pariwisata untuk Menikmati Perjalanan (*pleasure tourism*). Bentuk pariwisata ini dilakukan oleh orang-orang yang meninggalkan tempat tinggalnya untuk berlibur, untuk mencari udara segar yang baru, untuk memenuhi kehendak ingin-tahunya, untuk melihat sesuatu yang baru, untuk menikmati keindahan alam, untuk menikmati kedamaian di luar kota atau sebaliknya untuk menikmati hiburan di kota-kota besar atau untuk ikut serta dalam keramaian wisatawan
2. Pariwisata untuk Rekreasi (*recreation tourism*). Jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang-orang yang menghendaki pemanfaatan hari-hari liburnya untuk istirahat, untuk memulihkan kembali kesegaran jasmani dan rohaninya. Biasanya mereka tinggal selama mungkin di tempat tujuan

yang dianggap menjamin tempat-tempat tujuannya seperti di tepi pantai, pegunungan, pusat-pusat kesehatan.

3. Pariwisata untuk Kebudayaan (*cultural tourism*). Jenis ini ditandai dengan adanya rangkaian motivasi seperti keinginan untuk belajar di pusat-pusat pengajaran dan riset, untuk mempelajari adat-istiadat, kelembagaan, dan cara hidup rakyat Negara lain, mengunjungi monument- monumen bersejarah, popeninggalan peradaban masa lalu atau sebaliknya penemuan-penemuan besar masa kini , pusat kesenian, pusat- pusat keagamaan.

Pariwisata diatas merupakan jenis-jenis pariwisata yang sering di jumpai. Selain itu pariwisata juga di bagi berdasarkan bentuk-bentuk pariwisata atau jumlah peserta kegiatan pariwisata itu dilakukan. Bentuk- bentuk pariwisata tersebut adalah pariwisata perorangan dan kolektif.

## **2.9. Psikologi Remaja**

Target audiens yang tuju adalah remaja, berdasarkan survey yang dilakukan 8 dari 10 menggunakan *smartphone* android. Remaja adalah fase peralihan dari masa anak-anak menuju dewasa. Remaja biasa menyukai hal-hal yang bebas, abstrak, dan mereka memiliki gagasan yang mereka buat sendiri secara kreatif, juga idealis.

Menurut Piaget (dalam Santrock, 2002:15) pemikiran operasional formal berlangsung antara usia 11 sampai 15 tahun. Usia tersebut merupakan usia pada fase remaja. Pemikiran operasional formal lebih abstrak, idealis, dan logis daripada pemikiran operasional konkret.

## 2.10. Android

Menurut Safaat (2011), Android adalah sebuah kumpulan perangkat lunak untuk perangkat *mobile* yang mencakup sistem operasi, middleware dan aplikasi utama *mobile*. Android juga menyediakan *platform* terbuka bagi para pengembang untuk menciptakan aplikasi mereka sendiri yang akan digunakan untuk berbagai macam piranti gerak.

## 2.11. Komponen Dasar dari *User Interface* di Android

Deskripsi berikut memberikan penjelasan tentang pentingnya *user interface* dengan komponen serta bagian-bagian dari sebuah aplikasi android.

### 2.11.1. *Activity*

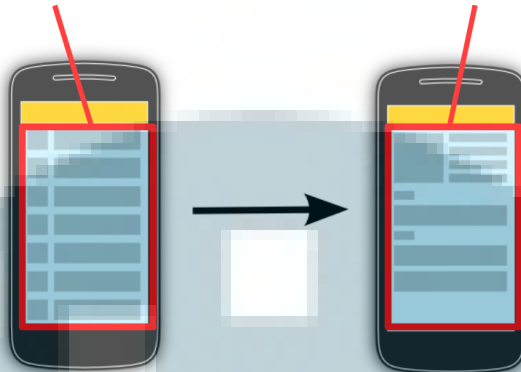
Aktivitas adalah dasar untuk *user interface* dalam android.

### 2.11.2. *Fragment*

*Fragments* atau kepingan adalah komponen yang berjalan dalam konteks dari sebuah aktivitas. Sebuah *fragment* merangkum kode aplikasi sehingga memudahkan dalam menggunakannya kembali dan membantu perangkat dengan ukuran yang berbeda.

Gambar berikut menunjukkan sebuah aktivitas yang disebut *MainActivity*. Pada layar sebuah perangkat yang kecil, pengguna hanya dapat melihat satu *fragment* dan mengarahkan pengguna ke *fragment* berikutnya. Pada layar perangkat yang lebih lebar terlihat dua *fragment* sekaligus.

ListFragment      DetailsFragment



MainActivity

Gambar 2.13. <http://www.vogella.com/tutorials/Android/article.html>

ListFragment      DetailsFragment



MainActivity

Gambar 2.14. <http://www.vogella.com/tutorials/Android/article.html>