



### **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. Kampanye

Venus, A (2010) Mengatakan kampanye merupakan suatu tindakan komunikasi yang disusun secara sistematis yang dapat mempengaruhi tingkah laku bagi target audiens yang dituju oleh komunikator.

Ruslan, R (2008) mengatakan bahwa kampanye adalah proses yang dilakukan guna mengubah sikap negative menjadi positif, dan unsur yang perlu diperhatikan dalam merancang sebuah kampanye yang ditujukan kepada target sasaran tertentu adalah:

- Karakteristik Sosio demografi, seperti usia & tingkat pendidikan.
- Profil Psikologis, seperti sikap dan nilai-nilai yang diterapkan target.
- Karakteristik Perilaku Masyarakat, seperti perilaku sehari-hari yang dilakukan oleh target, karakteristik yang dimiliki oleh target dalam mengambil keputusan.

Larson, U, C (1992) dalam buku kiat dan strategi kampanye public relations R.Ruslan (2008) bahwa kampanye dibagi menjadi beberapa jenis, dan kampanye ini termasuk pada jenis kampanye *Ideological or Cause – Oriented Campaigns*. Kampanye ini bertujuan lebih kepada perubahan sosial, seperti anti HIV, keluarga berencana, damai itu indah dan sebagainya (hlm. 25-26)

### 2.1.1. Kampanye Persuasif

L, Otto (2008) dalam buku kiat dan strategi kampanye public relations R.Ruslan (2008), salah satu cara untuk melakukan komunikasi persuasif adalah secara kognitif, yaitu berkaitan dengan nalar dan pemikiran yang dapat mempermudah pemahaman akan pesan yang disampaikan dan logis. Suatu gagasan yang disampaikan oleh pemberi pesan harus berdasarkan alasan yang jelas sehingga membuat penerima pesan bisa menerima pesan yang disampaikan oleh pemberi pesan (hlm. 40)

Ruslan, R (2008) dalam proses pelaksanaan kampanye tentu memiliki tujuan. Tujuan dari kampanye adalah merancang kegiatan yang bersifat persuasif atau bernilai pendidikan tertentu. Seperti anti kekerasan terhadap anak, dengan dukungan berbentuk alasan dan informasi yang jelas dan tepat (hlm. 97).

Ruslan, R (2008) mengatakan dalam melakukan komunikasi persuasif harus memiliki empat aspek dalam kampanye yaitu:

- Kampanye yang dapat menciptakan pemikiran di benak konsumen mengenai tanggapan suatu ide atau gagasan program tersebut bagi khalayak sasarnya.
- Kampanye juga harus dilakukan dengan beberapa tahap seperti menarik perhatian, tema kampanye yang ingin digencarkan, memotivasi atau mendorong untuk bertindak.
- Kampanye harus menyampaikan pesan dengan lebih dramatis dan diekspos secara terbuka dan mendorong target sasaran untuk terlibat

secara simbolis dan praktis demi mencapai tujuan kampanye yang ingin dilakukan.

- Tingkat populeritas kampanye tersebut dapat dilakukan dengan cara menjalin kerjasama bersama pihak media untuk mendapatkan perhatian dari sasaran target, sehingga lebih mudah untuk membangun kesadaran target untuk menerima pesan yang disampaikan oleh kampanye tersebut (hlm. 26-27)

Suhandang, K (2009) Taktik *Fear Arousing* dalam strategi kampanye adalah cara menyampaikan pesan persuasif dengan memberikan rasa takut kepada target audiens yang dituju, sehingga timbul rasa khawatir terhadap permasalahan tersebut. Tetapi ketegangan emosional tersebut juga harus memiliki unsur positif juga seperti akibat jika kita sudah melakukan perubahan yang diinginkan, agar target audiens lebih bisa membandingkan antara untuk menjadi yang baik atau yang buruk (hlm. 191).

### **2.1.2. Strategi Kampanye**

Ruslan, R (2008) mengatakan agar tercapainya kampanye yang berhasil, ada beberapa aspek yang harus dilihat, antara lain yaitu:

- Menentukan sasaran kampanye, siapa target yang akan dituju.
- Menentukan seberapa besar ruang lingkup yang ingin dicakup.
- Menentukan topik tentang kampanye yang ingin dilakukan.
- Mengetahui efek apa yang ingin disampaikan.

- Menentukan media yang tepat untuk mendukung kampanye yang ingin dilakukan.(hlm. 80-81).

Ruslan, R (2008) strategi dalam melakukan kampanye harus mencakup 4 proses berikut yaitu:

- Pesan dibuat sedemikian rupa dan selalu menarik perhatian.
- Lambang yang digunakan harus mudah untuk dipahami oleh penerima pesan kampanye agar tidak terjadi kebingungan oleh penerima pesan.
- Pesan minimbulkan kebutuhan dari komunikan.
- Pesan yang disampaikan harus merupakan suatu kebutuhan yang dapat dipenuhi dan sesuai dengan kondisi penerima pesan (hlm. 38).

Ruslan, R (2016) dalam melakukan penyampaian pesan melalui kampanye, terdapat beberapa strategi agar penyampaian pesan menjadi efektif yaitu:

- *Planning*, Menyusun perencanaan yang akan digunakan untuk penyampaian pesan.
- *Action*, Mengaplikasikan perencanaan yang sudah dibuat.
- *Communication*, yang terakhir adalah komunikasi dalam penyampaian pesan tersebut, dapat melewati media teknologi seperti tv, internet, dan sosial media (hlm. 267).

## 2.2. Gaya Belajar

Bobbi DePorter dan Mike Hernacki (2016) menyatakan bahwa gaya belajar adalah kunci untuk mengembangkan kinerja dalam pekerjaan, di sekolah, dan dalam situasi-situasi antarpribadi. Belajar dan berkomunikasi akan menjadi lebih mudah dengan gaya belajar yang sesuai. Ada dua kategori utama tentang bagaimana kita belajar. Pertama, bagaimana kita menyerap informasi dengan mudah (modalitas) dan kedua, cara kita mengatur dan mengolah informasi tersebut (dominasi otak). Gaya belajar seseorang adalah kombinasi dari bagaimana ia menyerap, dan kemudian mengatur serta mengolah informasi. (hlm. 110-112)

Menurut Nasution (2008) gaya belajar atau *learning style* siswa yaitu cara siswa bereaksi dan menggunakan perangsang-perangsang yang diterimanya dalam proses belajar (hlm 93). Nasution juga mengatakan kesesuaian gaya mengajar dengan gaya belajar mempertinggi efektivitas belajar (hlm 89)

Hamzah Uno (2004) perbedaan gaya belajar itu menunjukkan cara tercepat dan terbaik bagi setiap individu untuk bisa menyerap sebuah informasi dari luar dirinya (hlm 212)

Bobbi DePorter dan Mike Hernacki (2016) mengatakan banyak orang yang tidak menyadari bahwa mereka lebih suka pada satu gaya karena tak ada sesuatu yang eksternal yang mengatakan kepada mereka bahwa mereka berbeda dengan orang lain. (hlm 114)

Bobbi DePorter dan Mike Hernacki (2016) mengatakan bahwa penyebab seseorang merasa tidak mampu mengikuti pelajaran disekolah adalah, ketidakcocokan antara gaya belajar siswa dan gaya mengajar gurunya. (hlm 120). Bobbi DePorter dan Mike Hernacki juga menambahkan, mengenali modalitas / gaya belajar adalah kunci penting untuk menghasilkan prestasi yang paling efektif. (hlm 122). Bobbi DePorter dan Mike Hernacki juga membagi modalitas / gaya belajar seseorang menjadi 3 yaitu; Visual, Auditori dan Kinestetik. (hlm. 112)

### **2.2.1. Visual**

Gaya visual yaitu cara dan gaya belajar diterapkan pada siswa yang dapat belajar secara lebih efektif dengan menggunakan penglihatan fisiknya seperti lewat membaca, mengamati, menonton, dan segala gaya yang melibatkan panca indera penglihatan (mata). Adapun ciri orang dengan gaya belajar visual menurut Bobbi DePorter dan Mike Hernacki (2016) adalah sebagai berikut:

- Rapi dan teratur
- Berbicara dengan cepat
- Perencana dan pengatur jangka panjang yang baik
- Teliti terhadap detail
- Mementingkan penampilan, baik dalam hal pakaian maupun presentasi
- Pengeja yang baik dan dapat melihat kata-kata yang sebenarnya dalam pikiran mereka
- Mengingat apa yang dilihat daripada yang didengar
- Mengingat dengan asosiasi visual

- Biasanya tidak terganggu oleh keributan
- Mempunyai masalah untuk mengingat instruksi verbal kecuali jika ditulis, dan seringkali minta bantuan orang untuk mengulanginya
- Pembaca cepat dan tekun
- Lebih suka membaca daripada dibacakan
- Membutuhkan pandangan dan tujuan yang menyeluruh dan bersikap waspada sebelum secara mental merasa pasti tentang suatu masalah atau proyek
- Mencoret-coret tanpa arti selama berbicara di telepon dan dalam rapat
- Lupa menyampaikan pesan verbal kepada orang lain
- Sering menjawab pertanyaan dengan jawaban singkat ya atau tidak
- Lebih suka melakukan demonstrasi daripada berpidato
- Lebih suka seni daripada music
- Seringkali mengetahui apa yang harus dikatakan, tetapi tidak pandai memilih kata-kata
- Kadang-kadang kehilangan konsentrasi ketika mereka ingin memperhatikan.

UMMN

### 2.2.2. Auditori

Gaya ini diterapkan pada siswa yang dapat belajar secara lebih efektif dengan cara mempergunakan suara dan pendengarannya seperti membaca dengan keras, mendengarkan, berdialog dan segala gaya yang mengoptimalkan fungsi pendengaran (telinga). Adapun ciri orang dengan gaya belajar Auditori menurut Bobbi DePorter dan Mike Hernacki (2016) adalah sebagai berikut:

- Berbicara kepada diri sendiri saat bekerja
- Mudah terganggu oleh keributan
- Menggerakkan bibir mereka dan mengucapkan tulisan di buku ketika membaca
- Senang membaca dengan keras dan mendengarkan
- Dapat mengulangi kembali dan menirukan nada, birama, dan warna suara
- Merasa kesulitan untuk menulis, tetapi hebat dalam bercerita
- Berbicara dalam irama yang terpola
- Biasanya pembicara yang fasih
- Lebih suka music daripada seni
- Belajar dengan mendengarkan dan mengingat apa yang didiskusikan daripada yang dilihat
- Suka berbicara, suka berdiskusi, dan menjelaskan sesuatu panjang lebar
- Mempunyai masalah dengan pekerjaan-pekerjaan yang melibatkan visualisasi, seperti memotong bagian-bagian hingga sesuai satu sama lain
- Lebih pandai mengeja dengan keras daripada menuliskannya

- Lebih suka gurauan lisan daripada membaca komik

### 2.2.3. Kinestetik

Gaya ini diterapkan pada siswa yang dapat belajar secara efektif dengan cara melibatkan emosi dan fisiknya secara langsung, seperti menggerakkan tubuh, belajar dengan berpindah tempat, mengalami secara langsung, aktif secara fisik, merasakan dan melibatkan emosi, dan segala gaya yang mengoptimalkan fungsi rasa dan fisik atau berbentuk tindakan. Adapun ciri orang dengan gaya belajar visual menurut Bobbi DePorter dan Mike Hernacki (2016) adalah sebagai berikut:

- Berbicara dengan perlahan
- Menanggapi perhatian fisik
- Menyentuh orang untuk mendapatkan perhatian mereka
- Berdiri dekat ketika berbicara dengan orang
- Selalu berorientasi pada fisik dan banyak bergerak
- Mempunyai perkembangan awal otot-otot yang besar
- Belajar melalui memanipulasi dan praktik
- Menghafal dengan cara berjalan dan melihat
- Menggunakan jari sebagai petunjuk ketika membaca
- Banyak menggunakan isyarat tubuh
- Tidak dapat duduk diam untuk waktu lama
- Tidak dapat mengingat geografi, kecuali jika mereka memang telah pernah berada ditempat itu

- Menggunakan kata-kata yang mengandung aksi
- Menyukai buku-buku yang berorientasi pada plot, mereka mencerminkan aksi dengan gerakan tubuh saat membaca
- Kemungkinan tulisannya jelek
- Ingin melakukan segala sesuatu
- Menyukai permainan yang menyibukkan

### 2.3. Ilustrasi

Witabora (2012) mengatakan bahwa, ilustrasi dapat menciptakan pesan dan pemikiran yang dapat disampaikan kepada audiens secara visual, ilustrasi juga dapat memperjelas dan menerangkan sesuatu. (660)

Thomas Blaine (1940) dalam bukunya *The Technique of Advertising Production*, mengatakan bahwa, keputusan untuk menggunakan ilustrasi tergantung dari beberapa fungsi, diantaranya;

- Dapat meningkatkan minat terhadap suatu produk
- Untuk menonjolkan keistimewaan suatu benda
- Mempertinggi penjelasan sebuah iklan atau produk
- Memperkenalkan sebuah nama, slogan atau benda

Adi Kusrianto (2007) mengatakan bahwa ilustrasi adalah seni gambar yang dipakai untuk memberi penjelasan atas suatu tujuan atau maksud tertentu secara visual. (140)

Menurut Scott McCloud (2001), ilustrasi kartun merujuk pada bentuk abstrak dan sederhana sehingga semakin jauh dari citra foto yang asli. Sedangkan gambar realis merupakan ikon yang paling mirip dengan manusia atau objek aslinya. (28)

### **2.3.1. Karakter**

Matthews (1936) mengatakan bahwa, karakter bertubuh kurus / gemuk, lebih menarik daripada bentuk normal, seperti contohnya tangan dan kaki yang besar, bentuk hidung yang aneh, rambut yang aneh, dan sebagainya. Menurut Matthews menggambar wajah dan karakteristiknya menjadi langkah penting dalam menggambarkan sebuah karakter, hal ini dikarenakan, bagian yang paling tidak terlupakan dari sebuah karakter ada dibagian kepala. (37)

Menurut Matthews (1936) Karakter anak kecil memiliki kepala lebih bulat daripada karakter orang dewasa, ukuran volume kepala juga dapat dijadikan pembeda, antara karakter anak kecil dan orang dewasa. Matthews juga mengatakan untuk karakter orang yang sudah tua, diberikan kerutan-kerutan pada wajah, umumnya kerutan ini diaplikasikan pada bagian sekitar mata dan dahi. Sedangkan dagu yang cekung atau surut, menggambarkan karakter lemah, dan dagu yang menonjol menggambarkan karakter yang agresif. (21)

## **2.4. Psikologi**

Ahmad Fauzi (1999) mengatakan psikologi adalah ilmu yang mempelajari tentang jiwa yang diamati melalui tingkah laku seseorang. Jiwa adalah daya hidup

rohaniah yang bersifat abstrak, yang menjadi penggerak dan pengatur bagi seluruh perbuatan-perbuatan sebagai hasil proses belajar yang dimungkinkan oleh keadaan jasmaniah, rohaniah, sosial dan lingkungan. (hlm. 8)

Rakhmat, J (2008) Dalam buku psikologi komunikasi, Menurut Stewart,L,Tubbs dan Sylvia Moss komunikasi yang efektif paling tidak harus menimbulkan pengertian, kesenangan,pengaruh pada sikap,hubungan yang makin baik, dan tindakan (hlm. 13).

Rakhmat, J (2008) Dalam buku psikologi komunikasi mengatakan salah satu faktor yang mempengaruhi proses pemecahan masalah adalah emosi, kita tanpa sadar sering terlibat secara emosional. Ketika emosi sudah mulai menguasai kita,kita tidak pernah bisa berfikir secara utuh dan jika tingkat emosi ini sudah cukup tinggi dapat membuat kita menjadi stress sehingga jadi sulit untuk berfikir (hlm. 73)

#### **2.4.1. Perkembangan psikologi anak usia sekolah**

Syamsu Yusuf (2006) mengatakan fase ini anak berada pada usia SD disebut juga Masa Sekolah Rendah. Usia 7-12 tahun, sistem kognitif yang terpadu dalam pengorganisasian mulai berkembang. Proses berfikir tidak lagi bersifat statis, semua yang digunakan secara sadar sebagai alat pengembang fikiran.

Para pendidik menyebut masa ini dengan usia sekolah dasar karena pada masa ini anak masanya untuk masuk atau mengikuti pendidikan di sekolah dasar dengan harapan memperoleh dasar pengetahuan dan keterampilan yang penting,

artinya untuk keberhasilan penyesuaian hidup dimasa dewasa nanti, beberapa sifat khas usia SD adalah

- Ingin mengetahui yang ada dalam dunia nyata,
- Tidak tergantung pada orang lain,
- Adanya kebutuhan persahabatan,
- Berkompetisi dengan sehat,
- Mempunyai sifat kepemimpinan,
- Memiliki kemampuan dan kekuatan. (hlm. 23)

Alisuf Sabri (1995) menyatakan bahwa periode ini disebut juga “periode kritis dalam dorongan berprestasi.” Karena pada masa inilah kebiasaan untuk mencapai sukses, tidak sukses dan sangat sukses dibentuk. Sekali kebiasaan prestasi ini terbentuk akan cenderung menetap selamanya. (hlm. 20)

Abu Ahmadi dan Joko Tri Prasetya (2005) mengatakan dilihat dari segi perkembangan psikologis anak usia sekolah, keharusan bagi setiap guru untuk mengetahui taraf kematangan yang telah dicapai serta taraf kesediannya untuk belajar adalah mutlak. Guru harus menjaga taraf kematangan dan taraf kesediaan siswa pada setiap proses belajar dan pada setiap pengalaman yang ingin dipelajarinya. Hal ini dilakukannya agar usahanya berhasil dan menjamin siswa dapat mengambil manfaat dan unsur-unsur yang dilakukannya dalam pengajaran, bimbingan dan pelatihannya.

Dengan demikian, guru harus dapat memperhatikan perbedaan-perbedaan individual anak, sehingga tujuan yang hendak dicapai dapat diperoleh dengan sebaik-baiknya adapun perbedaan-perbedaan itu antara lain:

- Waktu dan irama perkembangan
- Motif, inteligensi dan emosi
- Kecepatan belajar atau menangkap pelajaran
- Pembawaan dan lingkungan. (hlm. 112)

#### **2.4.2. Disonansi Kognitif**

Richard dan Turner (2008) dalam buku kepemimpinan politik perspektif komunikasi Muhammad Qadaruddin (2016) mengatakan bahwa teori disonansi kognitif merupakan sebuah teori dalam psikologi sosial yang membahas mengenai perasaan ketidaknyamanan seseorang akibat sikap, pemikiran, dan perilaku yang saling bertentangan dan memotivasi seseorang untuk mengambil langkah demi mengurangi ketidaknyamanan tersebut. Teori disonansi kognitif memiliki sejumlah anggapan atau asumsi dasar diantaranya adalah:

- Manusia memiliki hasrat akan adanya konsistensi pada keyakinan, sikap, dan perilakunya. Teori ini menekankan sebuah model mengenai sifat dasar dari manusia yang mementingkan adanya stabilitas dan konsistensi.
- Disonansi diciptakan oleh inkonsistensi biologis. Teori ini merujuk pada fakta- fakta harus tidak konsisten secara psikologis satu dengan lainnya untuk menimbulkan disonansi kognitif.

- Disonansi adalah perasaan tidak suka yang mendorong orang untuk melakukan suatu tindakan dengan dampak-dampak yang tidak dapat diukur. Teori ini menekankan seseorang yang berada dalam disonansi memberikan keadaan yang tidak nyaman, sehingga ia akan melakukan tindakan untuk keluar dari ketidaknyamanan tersebut.
- Disonansi akan mendorong usaha untuk memperoleh konsonansi dan usaha untuk mengurangi disonansi. Teori ini beranggapan bahwa rangsangan disonansi yang diberikan akan memotivasi seseorang untuk keluar dari inkonsistensi tersebut dan mengembalikannya pada konsistensi.

### **2.4.3. Parenting**

Ratuliu, M (2015) Didalam buku ini ada sebuah kutipan yang dikatakan oleh Ayah Edy yaitu berisikan tentang mau menjadi dokter saja, ada sekolahnya, begitu juga dengan pilot. Kita adalah orang tua yang tidak pernah mendapatkan ilmu pendidikan tentang bagaimana menjadi orang tua yang baik, maka dari itu, orang tua harus segera belajar bagaimana menjadi orang tua yang baik daripada hanya bisa memarahi dan menghukum anak setiap hari. (hlm. 14) Banyak kesalahan yang sering dilakukan oleh orang tua dalam mendidik anak yaitu:

- Orang tua tidak mempercayai anak  
Hal seperti ini secara tidak langsung dapat mengakibatkan hilangnya kepercayaan anak terhadap orang tua dan juga membuat anak menjadi tidak ingin mengungkapkan apa keinginan dia kepada orang tuanya

sendiri, maka hal ini dapat merenggangkan hubungan antara orang tua dengan anak itu sendiri.

- Orang tua tidak kompak

Ini menjadi pertanyaan bagi anak anda, jika ayah dan ibu memiliki pernyataan yang saling bertentangan maka anak ini secara tidak langsung akan sulit dalam menentukan hal mana yang benar dan salah dan dapat mengakibatkan pemikiran pada anak tersebut bahwa salah satu dari orang tua mereka tidak menyayangi mereka.

- Menyerahkan tanggung jawab kepada pengasuh anak

Memang kesibukan bagi orang tua sulit untuk dihindari jika kedua orang tua sibuk bekerja tetapi sebagai orang tua, harus tetap meluangkan waktu untuk anak mereka sendiri. Dengan jarang bertemu dengan orang tua, maka kerenggangan akan timbul antara orang tua dan anak tersebut. Anak pun tidak akan merasakan adanya kehilangan ketika orang tua sedang sibuk bekerja dikarenakan jarang bertemu dan membuat hal tersebut terkesan biasa dimata anak.

- Orang tua marah secara berlebihan

Hal seperti ini sangat tidak diperbolehkan dalam mendidik anak dikarenakan dapat merusak kondisi mental dari anak tersebut, orang tua tentu marah dikarenakan anak mereka melakukan suatu kesalahan. Solusi

dalam memperbaiki ini adalah sebagai orang tua harus memberi tahu anak mereka bahwa mengapa ia salah dan bagaimana cara mengatasinya, bukan dengan memarahi mereka.

- Orang tua menjadi pendengar yang buruk

Setiap anak tentu mengharapkan kedua sosok orang tua nya dapat menjadi senderan ketika mereka sedang berada di masa sulit, keluh kesah, dan kecemasan yang mereka hadapi. Banyak dari orang tua yang sibuk bekerja tidak menyadari keinginan dari anak tersebut, dan bahkan ada orang tua yang malah memarahi anak tersebut dikarenakan membuang waktu mereka. Hal seperti ini akan membuat anak tidak percaya kepada orang tua dan retaknya hubungan antara orang tua dengan anak tersebut.

- Perubahan instant dan mengungkit masa lalu

Kebanyakan orang tua sering menginginkan perubahan yang instant terhadap anak mereka, ini membuat mereka akan merasa terbebani jika tidak dapat melakukan perubahan tersebut secara cepat dan akan membuat mereka sering merasa menyalahkan diri mereka sendiri, dan proses yang terjadi adalah orang tua mengungkit masalah yang pernah dilakukan oleh anaknya, bukan mengajarkan dengan cara memberi nilai-nilai baik pada anak mereka, hal ini dapat membuat anak ingin mengulangi perbuatan tersebut lagi sebagai balasan rasa sakit hatinya, maka akan timbul rasa tidak dihargai dalam proses perubahan yang sedang dijalani oleh anak

tersebut. Selain itu hal seperti ini juga dapat merusak mental anak secara psikologis.

- **Membandingkan**

Membandingkan anak dengan orang lain merupakan kesalahan yang cukup berat bagi orang tua yang melakukannya. Karena dengan seperti ini anak akan merasa benci dengan orang yang dibandingkan oleh dia, anak akan muncul rasa iri dan sifat negatif pada anak akan terbentuk. Perasaan merasa tidak disayangi oleh orang tua juga akan timbul kepada anak, sikap sebaiknya yang orang tua lakukan adalah terus tetap memotivasi anak agar terus maju dan berikan masukan baik agar mereka tidak melakukan kesalahan yang tidak mereka mengerti.

- **Memberikan hukuman fisik**

Bagi orang tua yang suka menghukum fisik, anak akan menjadi pribadi yang keras di depan nanti, sulit untuk diatur dan lebih mudah untuk memberontak dan tidak menuruti peraturan yang diberikan.

- **Korban Media**

Media pada saat ini sangat berpengaruh pada perilaku dari anak zaman sekarang, sedangkan pada masa remaja adalah mereka mencari jati diri, dan menerima semua yang mereka lihat tanpa berfikir terlebih dahulu apakah hal tersebut berdampak baik atau buruk, ada baiknya orang tua

harus membatasi media apa yang harus dilihat oleh anak anda. Akan lebih baik jika anda meluangkan sedikit waktu untuk mendampingi mereka ketika menonton televisi, agar anda juga dapat memberikan masukan tentang hal yang baik atau buruk yang tidak boleh diikuti (hlm. 158-164)

## **2.5. Website**

Lia Anggraini S. dan Kirana Nathalia (2016) mengatakan bahwa desain dalam kata kerja dapat diartikan sebagai proses dalam membuat atau menciptakan obyek baru. Sedangkan dalam kata benda, istilah desain dapat digunakan sebagai hasil akhir dari sebuah proses kreatif.

Yuhefizar (2008) *Website* adalah suatu metode untuk menampilkan informasi di internet, baik berupa teks, gambar, suaramaupun video yang interaktif dan mempunyai kelebihan untuk menghubungkan satu dokumen dengan dokumen lainnya yang dapat diakses melalui sebuah browser (hlm. 10)

### **2.5.1. Logo**

Lia Anggraini S. dan Kirana Nathalia (2016) mengatakan fungsi utama dari desain adalah sebagai sarana identifikasi. Dimana identitas tersebut harus mencerminkan jiwa yang sesuai dengan pribadi, perusahaan, produk, atau jasa agar lebih mudah dikenali dan diingat. Salah satu bentuk visual yang dapat diimplementasikan sebagai sarana identifikasi adalah bentuk logo (hlm. 15)

### 2.5.2. Tipografi

Lia Anggraini S. dan Kirana Nathalia (2016) mengatakan tipografi dapat mempengaruhi keindahan sebuah desain dan tingkat komunikatif sebuah desain, dalam membuat perencanaan suatu karya desain, keberadaan elemen tipografi sudah harus selalu diperhitungkan karena dapat mempengaruhi susunan kuasa (hierarki) dan keseimbangan karya desain tersebut. (hlm. 53)

Hendratman, H (2014) mengatakan bahwa tipografi adalah salah satu unsur yang bisa memberikan suatu kesan tertentu yang dapat membuat audiens menerima informasi yang ingin disampaikan lebih cepat dan maksimal. Masih menurut Hendratman, ia mengatakan jenis huruf yang tepat untuk diletakan pada media elektronik seperti *web*, televisi, *e-book* adalah sans serif, dikarenakan jenis huruf ini terlihat lebih akrab dan mudah dibaca (hlm. 153)

Hendratman, H (2014) Penulisan *align* rata kiri adalah jenis penulisan yang paling mudah untuk dibaca, karena kita membaca dari kiri ke kanan dan juga bentuk akhiran dari setiap baris yang tidak rata membuat audiens yang membaca menjadi lebih tidak bosan. Sedangkan untuk penulisan rata tengah tidak dianjurkan untuk penulisan informasi yang banyak dikarenakan ketersulitan untuk melanjutkan barisan kata di baris selanjutnya, penulisan rata tengah ini biasa digunakan untuk informasi singkat saja (hlm. 190)

### 2.5.3. Layout

Lia Anggraini S. dan Kirana Nathalia (2016) mengatakan bahwa *layout* merupakan tata letak ruang atau bidang yang dapat kita lihat pada *website*. *Layout* merupakan salah satu hal yang utama dalam desain, sebuah desain yang baik harus mempunyai *layout* yang terpadu. Lia Anggraini S. dan Kirana Nathalia juga menambahkan, tujuan utama *layout* adalah menampilkan elemen gambar dan teks agar menjadi komunikatif dan dapat mempermudah pembaca menerima informasi yang disajikan. (hlm. 74-75)

Menurut Lia Anggraini S. dan Kirana Nathalia (2016), ada penerapan komposisi elemen-elemen *layout* harus sesuai dengan prinsip-prinsip *layout*. Berikut adalah prinsip-prinsip *layout* tersebut;

1. Sequence, merupakan urutan perhatian dalam *layout* atau aliran pandangan mata ketika melihat *layout*. *Layout* yang baik dapat mengarahkan kita ke dalam informasi yang disajikan pada *layout*.
2. Emphasis, yaitu penekanan dibagian-bagian tertentu pada *layout*. Penekanan ini berfungsi agar pembaca dapat lebih terarah atau fokus pada bagian yang penting.
3. Balance, teknik mengatur keseimbangan terhadap elemen *layout*. Prinsip keseimbangan terbagi menjadi dua jenis, keseimbangan simetris dan keseimbangan asimetris. Pada keseimbangan simetris, sisi yang berlawanan harus sama persis agar tercipta keseimbangan. Pada

keseimbangan asimetris obyek-obyek yang berlawanan tidak sama atau seimbang.

4. Unity, yaitu menciptakan kesatuan pada desain keseluruhan. Seluruh elemen yang digunakan harus saling berkaitan dan disusun secara tepat.

Hendratman,H (2014) mengatakan bahwa layout adalah teknik menyusun informasi yang ingin disampaikan agar terlihat lebih komunikatif dan menarik, Selain itu layout juga digunakan audiens untuk lebih mudah menerima pesan yang ingin disampaikan.

#### **2.5.4. Grid**

Menurut Lia Anggraini S. dan Kirana Nathalia (2016), grid dapat membantu desainer untuk menjaga keteraturan desain. Karena grid menciptakan keharmonisan visual. Grid menyediakan kohersi dalam kompleksitas. Grid mengizinkan kita untuk melakukan sesuai yang lebih dengan kekurangan, dan grid itu terbagi menjadi beberapa jenis;

- Manuscript Grid
- Colomn Grid
- Modular Grid
- Hierarchical Grid

Menurut Lia Anggraini S. dan Kirana Nathalia (2016), *column grid* adalah grid yang tersusun dengan menempatkan beberapa kolom dalam formatnya. Penggunaan colom grid ini lebih fleksibel. Colomn grid banyak digunakan untuk layout publikasi dengan tingkatan yang lebih kompleks atau ingin mengintegrasikan teks dengan ilustrasi.

Menurut Lia Anggraini S. dan Kirana Nathalia (2016), *hierarchical grid* tidak harus mempunyai interval yang diulang secara teratur. Lebar kolom cenderung bervariasi. Kita dapat memulai dengan spontan menempatkan elemen desain.

Sharkie, C & Fisher, A (2013) mengatakan bahwa teori *grid 960* ini merupakan *grid* yang sangat tepat sekali jika ingin digunakan untuk membuat suatu desain web yang berbasis untuk tampilan komputer, dapat menggunakan 8, 12 maupun 16 kolom. Dimana setiap kolom memiliki lebar 60px dan jarak antar kolom selebar 20px. Hal ini memudahkan seorang desainer untuk menentukan posisi peletakan konten pada web, agar tercipta bentuk yang proporsional, selain itu grid ini juga memberikan kenyamanan untuk dilihat oleh para konsumen (hlm. 41).

### **2.5.5. Warna**

Menurut Lia Anggraini S. dan Kirana Nathalia (2016), warna merupakan unsur penting dalam obyek desain. Warna dapat menampilkan identitas atau citra yang

ingin disampaikan. Baik dalam menyampaikan pesan atau membedakan sifat secara jelas. Warna merupakan salah satu elemen yang dapat menarik perhatian, meningkatkan *mood*, dan menggambarkan citra sebuah perusahaan. (hlm. 37).

Warna merupakan faktor yang sangat penting dalam mendesain, setiap warna memiliki karakter dengan sifat yang berbeda pula. Pada setiap negara memiliki makna atau arti warna yang berbeda-beda, namun arti warna berikut ini berdasarkan lingkup yang universal:

- **Warna Biru**

Warna ini tidak lepas dari elemen langit, air dan udara, berasosiasi dengan alam, melambangkan keharmonisan, memberi kesan lapang, kesetiaan, ketenangan, sensitive, kepercayaan.

- **Warna Kuning**

Warna kuning akan meningkatkan konsentrasi, warna ini menyimbolkan warna persahabatan, optimisme, santai, gembira, harapan, toleran, menonjol, eksentrik.

- **Warna Merah**

Warna yang paling emosional dan cenderung ekstrem. Menyumbolkan agresivitas, keberanian, semangat, percaya diri, gairah, kekuatan, dan vitalitas.

- Warna Hijau

Warna hijau melambangkan alam, kehidupan, dan symbol fertilitas, sehat, natural. (hlm. 38)

