



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. Wisata (*Tourism*)

Menurut Pitana & Diarta (2008) kata *tour* berarti bepergian dari satu tempat dimana orang tersebut akan kembali ke titik asal atau awal perjalanannya. Di Indonesia jejak pariwisata dapat ditemui pada tahun 1910an yang ditandai dengan berdirinya VTV (*Vereeniging Toeristen Verker*), sebuah dewan pariwisata Belanda di Batavia (Jakarta). Badan pemerintahan ini juga berfungsi sebagai operator tur dengan agen travel yang mempromosikan Indonesia. Pada tahun 1926, sebuah cabang, *Lissone Linderman* didirikan di Jakarta, yang kemudian menjadi *Nitour*, anak perusahaan dari sebuah perusahaan pelayaran Belanda (KPM) yang secara teratur menyediakan layanan *shipping* yang menyambungkan Batavia, Surabaya, Bali dan Makassar (hlm. 30)

Pada abad ke-20 tepatnya pada periode tahun 1960-1980 terdapat kenaikan jumlah orang yang melakukan *tour* dan *travel*. Beberapa hasil survey menyatakan bahwa jumlah wisatawan domestik yang melakukan *tour* dalam negeri lebih banyak dari pada wisatawan internasional (hlm. 29).

Goeldner (2009) kemudian menjelaskan bahwa pariwisata mempunyai 4 perspektif yaitu wisatawan, bisnis yang menyediakan barang dan jasa untuk wisatawan, pemerintah dari masyarakat atau area wisata, dan masyarakat itu sendiri (hlm. 5) Dengan 4 perspektif tersebut pariwisata dapat di definisikan sebagai proses, aktifitas, dan akibat atau hasil yang muncul dari interaksi dan hubungan diantara wisatawan, penyedia pariwisata pemerintah dan masyarakat dan

lingkungan sekitar yang terlibat dalam upaya untuk menarik pengunjung (hlm. 6). Selain itu terdapat beberapa jenis daya tarik wisata yang merupakan objek wisata yang kuat di antara lain, seni rupa, musik dan tarian, kerajinan, bisnis dan industri, pertanian, sains, pemerintah, agama, makanan dan minuman, sejarah dan prasejarah.

Masyarakat berwisata dengan tujuan atau berbagai macam alasan seperti relaksasi, rekreasi, kesehatan, rasa ingin tahu dengan budaya atau etnik, religi, profesi, bisnis dan lain-lain. Jayapalan (2001) menjelaskan bahwa terdapat 4 kategori motivasi untuk berwisata yaitu:

1. *Physical Motivators*

Wisata yang dimotivasi oleh segala sesuatu yang berhubungan dengan kesehatan tubuh dan kesejahteraan seperti relaksasi, olahraga pengobatan.

2. *Cultural Motivators*

Berhubungan dengan keinginan untuk belajar tentang tempat lain, masyarakat tempat tersebut, warisan budaya yang dapat dilihat dalam seni, musik, sastra, sejarah dan lainnya.

3. *Interpersonal Motivators*

Keinginan berwisata atau bepergian untuk mengunjungi kerabat, teman, untuk bertemu orang-orang baru atau berlibur dari rutinitas kehidupan sehari-hari.

4. *Status and Prestige Motivators*

Kebutuhan untuk harga diri dan pengembangan pribadi. Wisata terkait dengan bisnis atau kepentingan professional, maupun untuk tujuan pendidikan yang berhubungan dengan hobi mereka sendiri.

Adapun jenis motivasi untuk berwisata menurut Professor Gray yang dikutip oleh Jayapalan (2001) yaitu:

1. *Wanderlust*

Mendesripsikan tipe motivasi untuk meninggalkan hal-hal yang familiar dan menelusuri wisatawan dan menjelajahi tempat-tempat, orang-orang, budaya, atau arsitektur zaman lampau yang memiliki nilai sejarah. *Wanderlust* biasanya memerlukan tempat menetap yang sementara karena berpindah-pindah destinasi.

2. *Sunlust*

Sunlust adalah tipe wisata dimana terdapat tempat lain (dalam negeri) dengan fasilitas yang nyaman untuk tujuan spesifik. *Sunlust* memerlukan tempat menetap yang lebih lama (hlm. 50).

Smith melalui Pitana dan Diarta (2008) juga membagi klasifikasi wisatawan dalam beberapa bagian yaitu (hlm. 41):

1. *Explorer* : wisatawan yang menginginkan pengalaman wisata baru dan mempunyai interaksi yang intensif dengan masyarakat setempat, bersedia menerima fasilitas minim dan menghormati norma dan nilai lokal.

2. *Elite* : wisatawan yang mengunjungi tempat yang tidak diketahui namun sudah sebelumnya sudah melakukan persiapan sebelumnya dan berwisata dalam kelompok yang kecil
3. *Off-beat* : wisatawan yang mencari hiburan sendiri, tidak pergi ke tempat yang sering dikunjungi oleh orang lain.
4. *Unusual* : wisatawan yang memiliki aktifitas tambahan pada saat *trip*, seperti berkunjung ke tempat baru atau melakukan aktifitas menantang.
5. *Inception mass* : wisatawan dalam kelompok kecil.
6. *Charter mass* : wisatawan dalam kelompok besar yang berwisata ke tempat dengan lingkungan yang mirip dengan lingkungan asli / asal, bertujuan untuk relaksasi dan rekreasi.

2.2. Kuliner

Menurut Alamsyah (2008, hlm. 6), kuliner bukan hanya menyangkut seni memasak tetapi juga merupakan sebuah manajemen bisnis agar dapat bertahan dan berkembang dari waktu ke waktu. Lingkup kuliner dibagi menjadi cara memasak, cara saji, cara makan, cara memilih bahan, dan tujuan makan.

Makanan menjadi suatu sudut pandang dalam mengamati konsumsi dan budaya dalam adaptasi dari masakan itu sendiri terhadap tempat pariwisata, dan kesinambungannya dengan nostalgia dan otentitas. Wisata kuliner mempunyai hubungan erat dengan konstruksi nostalgia, memori dan kenangan. (Helstosky, 2015, hlm. 293).

Stanley (2015) berpendapat bahwa kuliner merupakan salah satu pendorong pasar inti adalah 'pariwisata kenangan', dimana wisatawan dapat

meninggalkan kehidupan modern mereka dan menghabiskan beberapa waktu menikmati suasana sebuah masa berbeda yang dialami oleh sebagian besar orang yang berwisata kuliner (hlm 62).

2.2.1. Wisata Kuliner

Helstosky (2015) berpendapat bahwa makanan dan wisata memiliki hubungan yang sangat erat. Makanan adalah sebuah aspek konsumsi dalam wisata, disaat wisatawan ingin mencari pengalaman kuliner ataupun hanya konsumsi sebagai kebutuhan keseharian. Kuliner dapat dipelajari sebagai sebuah destinasi maupun pendamping dalam pariwisata. Wisata sering kali dilihat sebagai suatu pengalaman yang menyenangkan atau kebalikannya; membuat, mengkonsumsi, dan merasakan sensasi makanan adalah dasar dari pengalaman sebuah wisata secara keseluruhan. (hlm 292)

Goeldner (2009), menambahkan bahwa makanan dan minuman merupakan ekspresi budaya terpenting. Kenangan yang paling bahagia dalam sebuah wisata dapat ditemukan dalam sebuah pengalaman makan di tempat yang menarik, unik, tidak biasa dimana terdapat hidangan makanan lokal atau tradisional. Lingkungan fisik dari sebuah restoran seperti suasana, *ambience*, dekorasi serta furnitur dapat memiliki pengaruh besar terhadap pengalaman dan perilaku pengunjung (hlm. 289).

2.2.2. Kuliner di Indonesia

Alamsyah (2008, hlm.5) berpendapat bahwa perkembangan kuliner di Indonesia cukup tua dan tidak ada catatan sejarah yang pasti. Alamsyah (2008) membagi perkembangan kuliner di Indonesia secara garis besar menjadi 3 Fase. Fase

pertama yang dapat disebut *original food*, yaitu pada zaman kerajaan sebelum ada penjajah. Jenis hidangan yang populer mempunyai ciri makanan yang dikukus, dibungkus daun pisang serta bahan baku utama adalah beras dan umbi.

Fase kedua, *multicultural food*, yaitu hidangan sudah dipengaruhi oleh seni memasak para pendatang utamanya Belanda China dan Arab. Di pusat kota beredar jenis hidangan seperti bistik sosis solo, bergedel, rissole yang merupakan hidangan alkulturasi lokal belanda dan juga hidangan peranakan (perpaduan budaya Cina dan lokal). Proses tersebut mengalami penyesuaian sehingga hasilnya tidak sama dengan negara asalnya seperti mie di Indonesia berbeda dengan mie di China begitu juga dengan steak di Belanda berbeda dengan bistik di solo.

Fase ketiga adalah kuliner kontemporer dimana banyak industri makanan mengarah pada makanan instan atau *fast food*. Dalam fase ini kuliner di dominasi oleh industri besar yang menyediakan makanan yang menyesuaikan diri dengan gaya hidup masyarakat yang instan. Restoran besar multinasional juga mempengaruhi cara hidang dan makan. Pada fase ini kuliner tradisional kurang diminati karena propaganda barat yang mencoba menyeragamkan seni masak, cara menghidangkan dan cara makan (hlm. 6).

Menurut Rahman (2011), Selain China, Barat diakui punya kontribusi besar dalam membentuk wajah kuliner Indonesia. Ini tidak lepas dari jejak kolonialisme bangsa Eropa di Indonesia dimana riwayat nilai-nilai budaya masih ada sampai sekarang. Contohnya adalah gaya prasmanan dan gaya penyajian saat ini, sendok dan garpu, serta makanan populer seperti perkedel dan sup diadopsi

dari kuliner barat. *Rijsttafel* merupakan budaya makan kolonial Belanda yang paling mengemuka (hlm. 5).

2.3. Restoran

Menurut Wiwoho (2008), Restoran berasal dari kata “restaurer” dalam bahasa perancis yang berarti *to restore* atau restorasi; memulihkan kondisi seseorang untuk kembali pada kondisi sebelumnya. Restoran merupakan suatu tempat yang menyediakan makanan dan minuman untuk dikonsumsi oleh tamu sebagai kebutuhan yang mendasar. Perkembangan restoran bermula dari tahun 1765 di Paris, diiringi dengan perkembangan kedai kopi yang didirikan di Amerika Serikat. Perkembangan restoran yang pesat di Indonesia diperkirakan mulai dengan berdirinya hotel bertaraf internasional pada tahun 1962 seperti Hotel Indonesia, Samudra Beach, Bali Beach (hlm. 1). Jones (2008) membagi restaurant dalam 5 tipe restoran yaitu:

- a. *Quick service* : menawarkan harga yang rendah, kecepatan pelayanan, dan konsistensi rasa
- b. *Mid-scale* : didasari *value* pilihan menu dan kenyamanan
- c. *Moderate Upscale* : memberikan suasana, keleluasaan, dan *fashion statement*.
- d. *Upscale* : memberikan gaya, pengalaman dan suasana.
- e. *Business dining* : didasari oleh lokasi, harga, dan *value*.

Lalu Jones (2008) membaginya kembali dalam kategori konsep yang didasari produk makanan: *Quick service* yang terdiri dari beberapa kelompok konsep seperti ayam, donut, es krim khas, makanan *Mexico*, *pizza*, dan lain lain. *Mid-scale restaurant* yang terdiri dari *cafeteria*, *casual dining*, *family style*, *hotel*,

steakhouse, specialty, dan varied menu. Lalu Up-scale yang terdiri dari casual dining, high checked (harga tinggi), moderate check (harga sedang), hotel, specialty, dan varied menu. (hlm. 150)

Jones juga menjelaskan tipe *theme restaurant*. Restoran telah berkembang menjadi tempat untuk mengisi waktu luang, bukan sekedar untuk mengonsumsi makanan. *Theme restaurant* merupakan tipe restoran yang menjadi destinasi dengan suasana yang dapat membawa pelanggan seperti ada di suatu tempat atau zaman yang berbeda (hlm. 154).

2.3.1. Restoran Tempo Dulu

Istilah “tempo doeloe” berarti zaman dulu yang sering digunakan pada tahun 1980-1990an di Indonesia; merujuk pada produk kebudayaan dari masa lampau. Istilah ini juga lebih banyak melekat pada benda-benda yang ada dalam keseharian orang-orang pada kurun waktu pemerintahan kolonial di Hindia Belanda, benda-benda yang bersinggungan dengan memori akan keseharian pada kurun waktu yang lampau. Melalui benda-benda jadul atau tempo dulu seolah dapat membangkitkan ingatan seseorang akan keseharian mereka (nostalgia) (Widjaja, 2010, hlm. 28).

Baudrillard melalui Widjaja (2010) berpendapat bahwa Nostalgia mempertahankan perasaan dari sesuatu yang pernah terjadi, dan juga dapat menjangkau orang-orang lain yang datang.

Selain mengingat melalui barang jadul, restoran dan kafe juga menjadi semangat nostalgia sebagai gaya hidup saat ini. Di Jakarta banyak restoran yang mengangkat memori kolonial sebagai bagian dari sejarah identitas Jakarta.

Widjaja berpendapat bahwa memori akan masa kolonial kini tidak hanya diartikulasikan sebagai masa penjajahan dan penderitaan, tetapi juga kenangan manis masa lalu. Mengkonsumsi makanan dari restoran-restoran tersebut masyarakat Jakarta dapat seolah-olah kembali dan merangkul masa kolonial sebagai bagian dari diri mereka pada masa lalu, walaupun pada saat itu mereka belum lahir. Memori masa kolonial dan keseharian pada masa itu menjadi suatu komoditas yang dijual pada masa kini. Beberapa diantara restoran ini berada di daerah Menteng sebagai bagian kota Jakarta yang baru berkembang sejak akhir abad ke-19 dan Kebayoran Baru yang baru berdiri sejak masa pemerintahan presiden Soekarno. Kedua daerah ini dikembangkan sebagai bagian dari daerah *uptown* dari kota Jakarta.

Selain restoran yang menjual nostalgia masa kolonial, Jakarta juga memiliki restoran-restoran yang sudah memulai bisnisnya sejak masa kolonial yang beberapa diantaranya masih mempertahankan gaya sejak zaman dahulu dan masih beroperasi hingga saat ini.

2.4. Buku

Menurut Haslam (2006) buku adalah bentuk dokumentasi tertua yang menyimpan pengetahuan, ide dan kepercayaan dari dunia (hlm. 6). Buku merupakan kumpulan halaman yang dicetak yang mengabadikan, mengumumkan, menguraikan, dan mengkomunikasikan pengetahuan tanpa batasan ruang dan waktu. Tanpa ide atau pengetahuan yang dituangkan dalam buku tercetak, pengetahuan tersebut akan bersifat sementara.

Buku yang dicetak sudah menjadi salah satu media yang paling berpengaruh dalam sejarah. Buku memiliki peran untuk menyebarkan informasi dan ide secara intelektual, kultural, dan dalam perkembangan ekonomi. Buku berpengaruh dan menjadi sebuah fondasi dari setiap disiplin intelektual seperti sains, pengobatan, literatur, drama dan lain-lain. (Haslam, A. 2006, hlm. 12). Andrew Haslam membagi 3 komponen dasar pada suatu buku, yaitu *the book*, *the page* dan *the grid* (hlm 21).

2.4.1. Struktur Buku

Haslam (2006), membagi struktur buku menjadi beberapa bagian utama antara lain:

1. Penjilidan (*binding*)

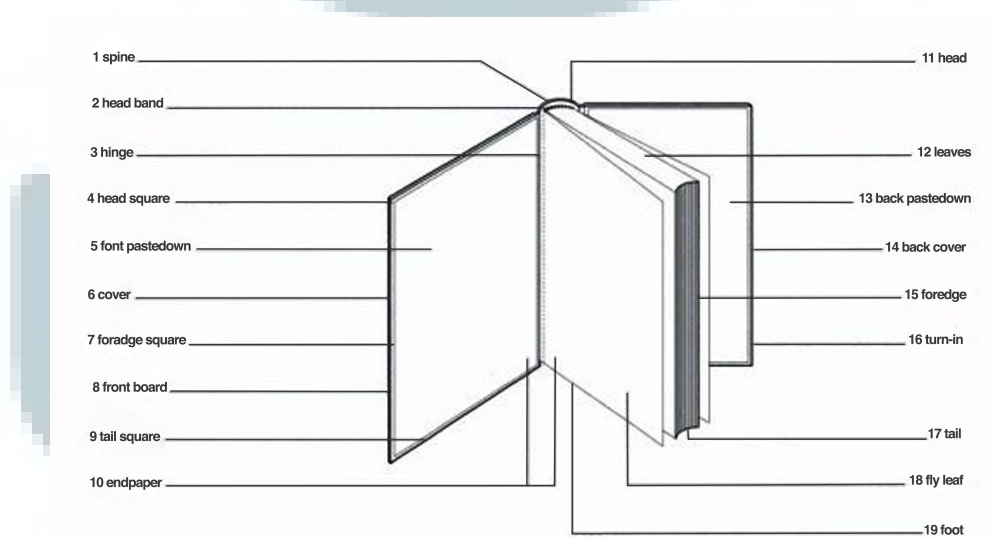
Dalam penjilidan buku terdapat tiga elemen yaitu, sampul depan, sampul belakang, dan punggung buku. Pada sampul depan terdapat gambar atau ilustrasi pendukung, judul buku, dan nama lengkap pengarang. Elemen cover belakang berupa ISBN (*International Standard Book Number*) dan barcode, harga, deskripsi buku, ulasan dan kutipan, dan biografi pengarang. Elemen punggung buku berupa nama lengkap pengarang, judul buku, dan logo penerbit.

2. Halaman depan

Bagian dalam awal pada buku, berupa angka romawi yang terdiri dari beberapa halaman antara lain:

- a. Halaman kosong (*fly page*) yang berada didepan setelah cover
- b. Halaman setengah judul *recto* yang berada di bagian kanan, berisi judul, nama pengarang, logo penerbit, nama penerbit, tempat dan tahun buku dipublikasikan, dan dapat juga menggunakan unsur ilustrasi atau dekorasi
- c. Halaman judul *verso* yang berada di sebelah kiri halaman berisi penerbit, logo penerbit, nama penerbit, sponsor, tahun publikasi, nomer ISBN (*International Standard Book Number*) dan detil kontak penerbit.
- d. Halaman judul yang berupa nama pengarang, judul buku, penerbit, tempat dan tahun buku dipublikasikan.
- e. Daftar isi untuk mengetahui isi buku, mempunyai urutan tertentu.
- f. Sinopsis
- g. Halaman dedikasi
- h. Kata prakata (*preface*)

2.4.2. Komponen Buku

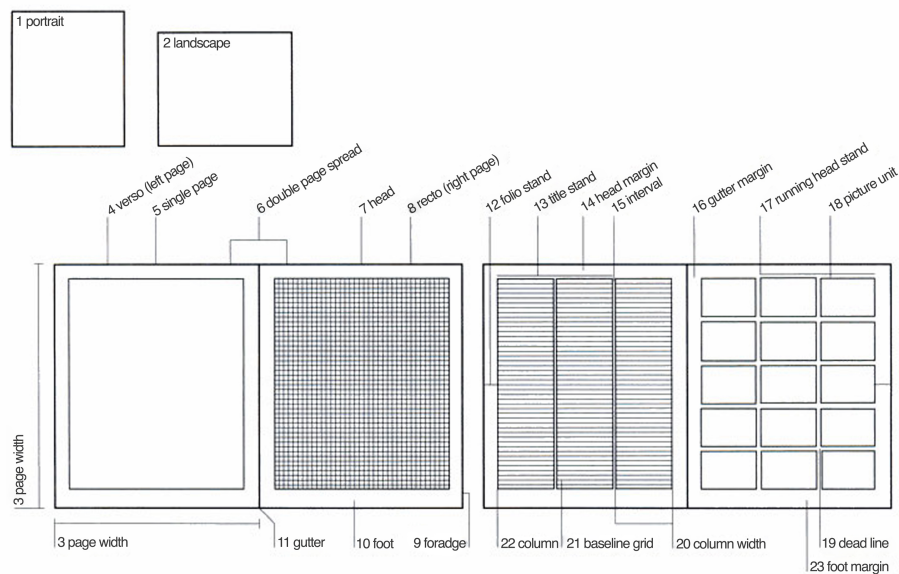


Gambar 2.1. Anatomi Buku
(*Book Design/Andrew Haslam/2006*)

1. *The Book Block*

- a. *Spine*: Bagian dari buku yang menutupi tepi yang terjilid.
- b. *Head Band*: Benang tipis berwarna yang terikat pada bagian penutup tepi.
- c. *Hinge*: Lipatan pada bagian dalam *cover* yang berada di antara *pastedown* dan halaman pertama.
- d. *Head Square*: Bagian atas *cover* yang berlebih.
- e. *Front Pastedown*: Kertas yang ditempel pada bagian belakang *cover*, terdapat pada bagian depan buku.
- f. *Cover*: Kertas tebal atau papan tipis yang berfungsi melindungi isi buku, terdapat pada bagian depan.
- g. *Foreedge Square*: Bagian samping *cover* yang berlebih.
- h. *Front Board*: Papan penutup yang terdapat pada bagian depan buku
- i. *Tail Square*: Bagian bawah *cover* yang berlebih.
- j. *Endpaper*: Kertas kosong yang berada pada awal dan akhir buku, biasanya ditempel kepada bagian belakang *cover*.
- k. *Head*: Bagian teratas buku.
- l. *Leaves*: Halaman yang terjilid menjadi satu.
- m. *Back Pastedown*: Kertas yang ditempel pada bagian belakang *cover*, terdapat pada bagian belakang buku.
- n. *Back Cover*: Kertas tebal atau papan tipis yang berfungsi melindungi isi buku, terdapat pada bagian belakang.
- o. *Foredege*: Tepi depan buku.

- p. *Turn-in*: Pinggiran kertas atau kain yang dilipat dari sisi luar *cover* hingga ke sisi dalam.
- q. *Tail*: Bagian paling bawah buku.
- r. *Flyleaf*: Halaman pertama dan terakhir buku yang dibiarkan kosong.
- s. *Foot*: Bagian paling bawah halaman.



Gambar 2.2. Komponen Buku
(*Book Design/Andrew Haslam/2006*)

2. *The Page and the Grid*

- a. *Portrait*: Format dimana ukuran ketinggian lebih besar dibandingkan kelebaran.
- b. *Landscape*: Format dimana ukuran lebar lebih besar dibandingkan ketinggian.
- c. *Page Height and Weight*: Ukuran halaman.
- d. *Verso*: Halaman sebelah kiri pada buku biasanya memiliki nomor genap.
- e. *Single Page*: Halaman satuan.

- f. *Double Page Spread*: Halaman ganda.
- g. *Head*: Bagian paling teratas buku
- h. *Recto*: Halaman sebelah kanan pada buku biasanya memiliki nomor genap.
- i. *Folio Stand*: Garis yang menentukan posisi nomor halaman.
- j. *Title Stand*: Garis penentu *grid* judul.
- k. *Head Margin*: Pembatas yang berada diatas halaman.
- l. *Interval*: Ruang vertikal yang membagi satu kolom dengan kolom lainnya.
- m. *Gutter Margin*: Pembatas yang berada bagian dalam halaman, dekat dengan jilid.
- n. *Picture Unit*: Pembagian kolom, yang dibatasi dengan garis.
- o. *Dead line*: Ruang garis antara *picture units*.
- p. *Column Width*: Lebar kolom yang menentukan panjang garis individu.
- q. *Baseline*: Garis dimana *typeface* berdiri.
- r. *Column*: Ruang persegi panjang pada *grid* yang digunakan untuk mengatur *typeface*.
- s. *Foot Margin*: Pembatas yang berada dibawah halaman.

2.4.3. *Layout Buku*

Penggunaan *layout* pada buku melibatkan seorang desainer untuk menentukan pemilihan letak elemen-elemen pada halaman. Berikut merupakan proses tata letak yang digunakan oleh desainer dalam pengaturan elemen pada buku menurut Haslam (2006) antara lain (hlm 140-148).

1. Mempersiapkan konten untuk *layout* yaitu tulisan dan gambar.

Perisapan konten untuk *layout* dapat menggunakan program dalam komputer seperti Indesign, Page Maker atau Quark X Press. Setelah mempersiapkan naskah dalam bentuk digital, gambar ilustrasi atau fotografi, desainer mulai untuk membagikan teks menjadi beberapa bagian atau bab (*chapter*) dan menghitung jumlah halaman per bagian sebelum menata letak.

2. Mempersiapkan susunan: kateren atau perencanaan posisi tulisan dan gambar

Sketsa kateren digunakan oleh editor dan pengarang pada awal perancangan. Kateren merupakan diagram untuk semua halaman dalam buku. Desainer meletakkan gambar dan tulisan yang telah dibuat kedalam template dan melihat jumlah halaman yang digunakan. Dalam perancangan kateren, desainer kemudian mengantisipasi tipografi, ukuran teks, sehingga tidak kekurangan atau kelebihan lembar halaman.

3. *Storyboard* atau sketsa alur gambar

Apabila kateren merupakan perencanaan awal sebelum mendapatkan seluruh data, sketsa gambar atau *storyboard* digunakan saat sudah membuat seluruh teks dan gambar. Sketsa gambar hampir menyerupai dengan susunan kateren, tetapi lebih detil dan menyerupai susunan rancangan akhir.

4. *Layout* berdasarkan tulisan

Penggunaan tata letak merupakan faktor penentu dalam konten buku. Tata letak diharapkan dapat membuat arahan pembaca dalam melihat informasi di buku dengan lebih mudah dan menyenangkan.

1. Cullen (2005) juga membagi beberapa pendekatan pendekatan *layout*:

a. Buku berbasis teks

Dalam buku berbasis teks, tata letak yang pertama bermula dari yang paling mudah yang hanya memiliki beberapa elemen seperti satu kolom teks, lalu akan berkembang menjadi skema yang lebih rumit.

b. Buku berbasis gambar

Dalam buku yang berbasis gambar mempunyai banyak elemen dan lebih kompleks dari pada buku berbasis teks. Desainer harus membuat sebuah poin visual yang mendorong pembaca untuk melihat buku layaknya sebuah karya seni.

1. *Layout* berdasarkan halaman gambar

Layout teks dirancang untuk dapat dibaca dari garis linear, dari halaman atas kiri ke bawah kanan, sementara *layout* berbasis gambar dibaca melalui pengaturan elemen dalam halaman. Desainer harus dapat memikirkan hubungan antara gambar dan teks narasi, Teks juga mempertimbangkan elemen gambar yang membentuk warna abu-abu yang cocok untuk mengimbangi elemen gambar seperti foto, lukisan maupun ilustrasi. (hlm. 144)

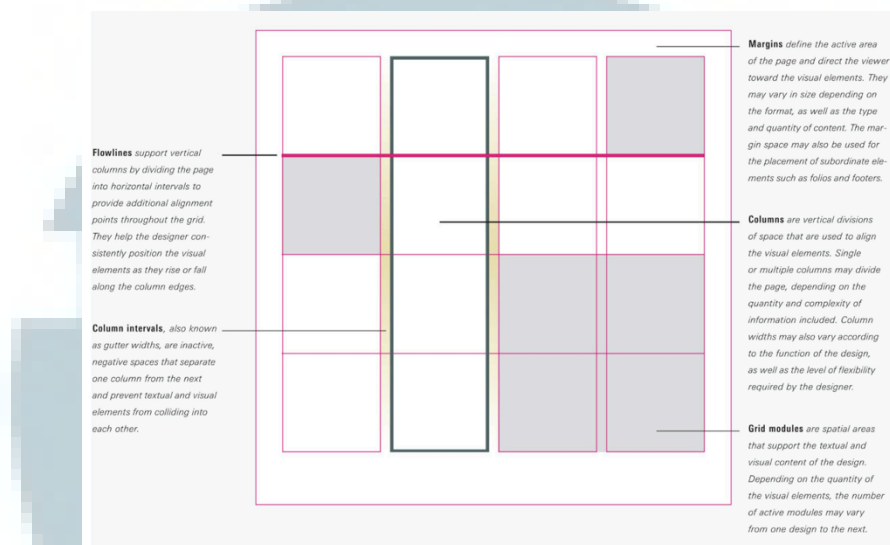
Menurut Arnston (2012) *layout* adalah peletakkan elemen-elemen seperti foto, teks, ilustrasi yang seimbang. Hal ini dapat dibantu dengan penggunaan *grid*. (hlm. 113)

2.4.4. *Grid*

Dalam mendesain *layout* digunakan grid sebagai elemen utama. *Grid* membentuk garis horizontal dan vertikal dalam sebuah halaman. *Grid* dapat membantu

desainer untuk penempatan atau komposisi elemen-elemen antara lain *harmony*, *rhythm*, *dynamism*, *unity*, *readability*, *balance*, *movement* dan lainnya pada buku.

Cullen (2005) menjelaskan anatomi *grid* sebagai berikut:



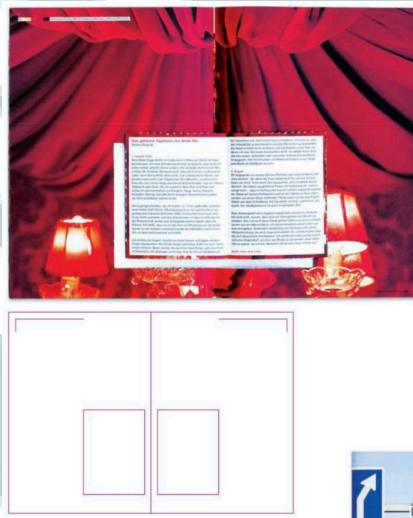
Gambar 2.3. Komponen Buku
(*Layout Workbook*/Kristin Cullen /2005)

1. *Margin* : jarak yang mengelilingi isi dari sebuah halaman. Fungsi margin adalah untuk mengarahkan dan memperhatikan elemen visual di dalam halaman. Selain itu margin juga berguna untuk *header* dan *footer*.
2. *Column*: Kolom vertikal berfungsi untuk mengatur elemen visual dalam halaman
3. *Grid Modules*: Bagian penempatan elemen visual.
4. *Flowlines*: Berfungsi untuk meratakan elemen visual
5. *Column Interval*: Bisa disebut sebagai *gutter*, atau *negative space* pemisah antara satu kolom dengan kolom yang lainnya (hlm 54-61).

Grid juga memiliki berbagai macam kriteria antara lain:

1. *Single column grid*

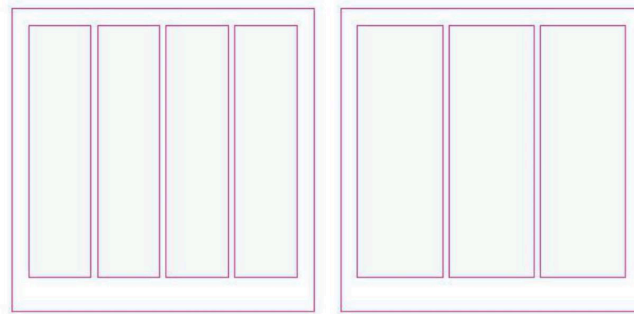
Grid yang paling sederhana dan merupakan dasar dari sebuah *grid*. Penempatan *single column grid* dapat digunakan secara simetris maupun asimetris.



Gambar 2.4. Komponen Buku
(*Layout Workbook*/Kristin Cullen/2005)

2. *Multiple column grid*

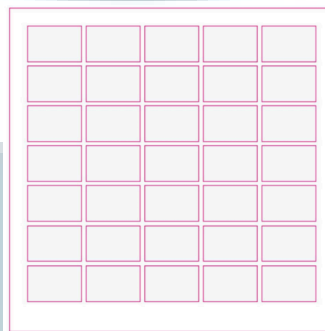
Grid ini digunakan untuk *layout* yang lebih kompleks seperti buku, majalah, koran dan publikasi lainnya yang ingin mengintegrasikan teks dengan ilustrasi atau membutuhkan peletakan konten yang terpisah penggunaan *multiple column grid* lebih fleksibel dan dapat memberikan kesan irama/*movement* karena terbagi menjadi beberapa interval secara horizontal dengan jumlah yang bebas, semakin banyak *column* yang di buat semakin memberikan kesan dinamis.



Gambar 2.5. Komponen Buku
(*Layout Workbook/Kristin Cullen/2005*)

3. *Modular Grid*

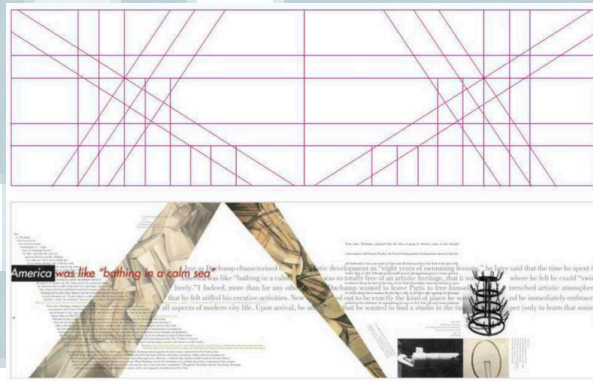
Membagi halaman dengan grid menjadi potongan garis horizontal dan vertikal (modul). *Modul* merupakan area dimana elemen visual diletakkan dan dapat dipakai di berbagai perancangan publikasi, biasa digunakan untuk format publikasi yang lebih kompleks karena memudahkan penempatan elemen foto atau ilustrasi karena ukuran modul dapat disesuaikan atau dibagi rata.



Gambar 2.6. Komponen Buku
(*Layout Workbook/Kristin Cullen/2005*)

4. *Alternative grid*

Grid yang lebih bebas karena dapat diatur sesuai dengan intuisi. Terbentuk dari beberapa *grid* dasar yang kemudian diubah dengan cara menghapus menambahkan, *overlap*, *shifting* sehingga *alternative grid* cenderung terlihat lebih kreatif.



Gambar 2.7. Komponen Buku
(*Layout Workbook*/Kristin Cullen/2005)

Landa (2014 hlm. 143), menambahkan bahwa margin di dalam grid merupakan batas atau ruang kosong pada sebuah halaman pada bagian kiri, kanan, atas, dan bawah. Margin berfungsi sebagai frame sekeliling konten gambar, dan tipografi. Beberapa pertimbangan dalam menggunakan margin adalah bagaimana margin dalam proporsi dan lebar, dapat menyajikan konten yang baik dan meningkatkan keterbacaan (*readability*). Selain itu juga bagaimana menentukan proporsi margin sehingga dapat menghasilkan harmoni, stabilitas, dan tampilan visual sesuai yang diinginkan.

2.5. Produksi Buku

Setelah penulisan dan desain, produksi buku dijalankan. Pemilihan bahan, teknik percetakan dan *finishing* sangatlah penting untuk dipertimbangkan, karena berhubungan dengan target, harga, serta desain itu sendiri.

2.5.1. Kertas

Johansson (2011 hlm. 265) berpendapat bahwa pemilihan kertas sangatlah penting untuk menentukan hasil akhir buku. Kertas memiliki berbagai jenis dan karakteristik. Kertas mempengaruhi keterbacaan (*readability*), kesesuaian produksi dengan karya asli, kualitas hasil cetak gambar dan teks, *finishing* dan *binding*, fungsi dan daya tahan (*durability*). Selain itu terbagi beberapa jenis kertas yaitu (Johansson, dkk, 2011, hlm. 266):

1. *Coated* atau *Uncoated Paper*

Kertas *coated* memiliki permukaan yang lebih mulus sehingga memberikan kualitas hasil cetak yang lebih baik. Kertas *coated* dapat dibagi lagi berdasarkan lapisan yang digunakan menjadi *lightly coated*, *medium coated*, *highly coated*, or *art paper*. Sementara itu *uncoated* dibuat dengan permukaan yang kuat dan baik sehingga tidak selalu lebih murah dari pada *coated*. Kertas *uncoated* dibuat untuk keperluan fotokopi, isi buku atau buku *paperback*.

2. *Matte/Silk* atau *Glossy*

Menurut permukaannya kertas dibagi menjadi *matte* dan *glossy*. Kertas *glossy* memberikan hasil baik bagi gambar dan warna akan tetapi keterbacaan teks tergolong rendah karena permukaannya yang licin dan memantulkan

cahaya (reflective). Sementara itu kertas matte memiliki kualitas gambar yang cukup baik dan keterbacaan yang tinggi karena permukaannya yang mulus sehingga tidak memantulkan cahaya.

2.5.2. Teknik Percetakan

Teknik percetakan menurut Rustan (2009) terdapat lima macam teknik cetak yang digunakan yaitu *offset*, flexografi, *rotogravure*, *screenprinting*, dan *digital printing*. Penulis akan menggunakan teknik *offset* untuk produksi buku ini. cocok untuk kebutuhan mencetak dalam jumlah yang banyak (hlm, 15). Dameria (2008) membagi jenis buku berdasarkan material sampulnya yaitu:

1. *Soft Cover*

Sampul buku *soft cover* terbuat dari kertas yang lebih tebal daripada kertas isi idealnya 180-320 gram dengan bahan *art carton* atau *fancy paper*.

2. *Hard Cover*

Sampul *hard cover* lebih tahan dan kokoh, dan terbuat dari karton tebal yang dilapisi (hlm. 136).

Dameria (2008) juga menjelaskan proses penjilidan yang meliputi proses melipat (*folding*), Proses pengumpulan (*kollator*) lalu penjilidan :

1. Melipat (*folding*)

Isi buku yang terdiri dari beberapa halaman akan dicetak ke mesin cetak lembaran atau gulungan sehingga menghasilkan cetakan dalam bentuk lipatan.

2. Proses pengumpulan (*kollator*)

Isi buku kemudian akan disatukan sesuai dengan nomor halaman yang berurutan. Proses *kollator* meliputi penyisipan kateren. Hasil tersebut akan digunakan untuk jahit kawat. Lalu hasil tersebut akan melewati penjilidan dengan cara jahit kawat, benang, *side stitching*, atau spiral (hlm.137).

Walaupun pada tahap terakhir, *finishing* dan *binding* memiliki pengaruh terhadap proyek yang dilakukan sejak awal dan sudah diperhitungkan pada tahap mendesain. *Finishing* dan *binding* dibagi menjadi 3 bagian yaitu *surface finishing*, *trimming & cutting*, dan *binding*. (Johansson, dkk. 2011, hlm. 342) *Binding* kemudian dibagi lagi menjadi:

1. *Glue Binding* atau *perfect binding*

Glue binding dilakukan ketika buku terlalu tebal untuk dijilid staples (*metal binding*). Metode ini relatif lebih murah dan memiliki keuntungan seperti adanya ruang untuk judul di tulang (*spine*) buku. Setelah lembaran kertas yang terlipat ataupun yang tidak terlipat telah dicetak, dan telah disusun, terdapat permukaan yang kasar di bagian tulang buku yang cukup kuat untuk merekatkan lem.

2. *Thread Sewing*

Metode penjilidan tradisional ini menggunakan benang untuk merekatkan lembar-lembar tersebut. Kumpulan pertama lembar-lembar buku dijahit dengan kumpulan lembar kertas yang kedua dan seterusnya sehingga menciptakan sebuah *block*.

3. *Thread Sealing*

Thread sealing adalah metode penjilidan campuran antara *glue binding* dan *thread sewing*. Penjahitan buku dilakukan dengan pada saat yang sama dengan proses melipat. Dalam metode ini, benang terbuat dari plastik khusus yang meleleh saat dipanaskan. Setiap lembar buku dijahit terpisah kemudian benang tersebut dilelehkan melalui pemanas dan disatukan menggunakan lem.

2.6. Ilustrasi



Gambar 2.8. Ilustrasi
(*Singapore Sketchbook/2012*)

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (1990) ilustrasi adalah gambar berupa foto atau lukisan untuk membantu memperjelas isi buku, karangan selain itu gambar, desain atau diagram untuk penghias (halaman sampul dsb) (hlm. 325).

Wigan (2008) menjelaskan bahwa ilustrasi untuk desainer dilihat sebagai suatu penafsiran ide seseorang maupun tiruan dari sesuatu yang sudah ada. Ilustrasi mempunyai esensi yang menarik; memberikan informasi, merealisasikan ide atau cerita secara visual sekaligus membentuk kreatifitas. Ilustrasi dapat menginterpretasikan banyak hal dengan lebih bebas (hlm. 14)

Arntson (2011) berpendapat bahwa ilustrasi dapat dipilih menjadi alternatif fotografi karena berbagai alasan. Ilustrasi dapat menggambarkan sebuah informasi dengan lebih detil dan jelas daripada fotografi; mengilangkan detail yang tidak diperlukan yang dapat membuat sebuah gambar menjadi membingungkan, dan memaksa mata untuk fokus pada karakteristik yang penting/tertentu. Selain itu ilustrasi juga dapat dimanfaatkan dalam situasi dimana kamera tidak diperbolehkan untuk digunakan. Ilustrasi juga dapat menyampaikan sebuah narasi dan pesan yang menggambarkan sebuah emosi dengan efektif (hlm. 152).

Male (2007) berpendapat bahwa informasi yang membutuhkan detail dapat dicerna dengan ilustrasi sebagai media informasi

2.6.1. Fungsi Ilustrasi

Menurut Male (2007) Ilustrasi merupakan cara visual untuk mengkomunikasikan konteks pada audiens. Male (2007, hlm. 86) membagi fungsi ilustrasi menjadi:

1. *Documentation, Reference and Instruction*

Ilustrasi yang mendokumentasikan, menyediakan referensi, edukasi dan juga instruksi secara kontekstual memiliki cakupan sangat luas dalam berbagai tema dan subyek. Secara umum ilustrasi sebagai media instruksi dapat

memudahkan audience untuk mencerna informasi yang disampaikan secara visual. Mengkomunikasikan sebuah ide memerlukan gambar yang naratif. Dokumentasi dan bahan referensi lewat ilustrasi, baik dalam konteks profesional, pendidikan, maupun rekreasi, dianggap lebih menghibur dan mampu berinteraksi karena dapat menjelaskan suatu proses yang sederhana maupun kompleks.

Male (2007, hlm 98) juga menjelaskan bahwa selalu ada kebutuhan untuk merekonstruksi subjek yang terkait dengan sejarah secara visual. Walaupun terdapat bukti foto dari sebuah periode, ilustrasi akan selalu dibutuhkan karena mempunyai kemampuan untuk menggambarkan kembali peristiwa pada masa lalu dengan lebih detil dan jelas sehingga terlihat lebih hidup. Dapat disimpulkan bahwa ilustrasi memberikan pemahaman yang lebih besar dan berharga pada bidang sejarah dan budaya sebagai subyek yang kaya dan sangat luas.



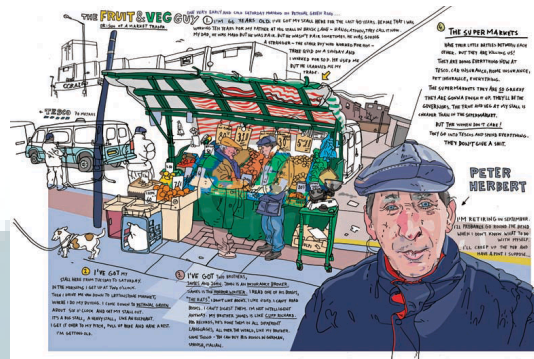
Gambar 2.9. East Anglia *Contemporary Map Design*
(*Illustration: A Theoretical and Contextual Perspective*/Alan Male/2007)

2. *Commentary*

Hakikat ilustrasi editorial merupakan penjelasan (*commentary*) secara visual. Fungsi utamanya adalah untuk melengkapi jurnalistik yang ada dalam koran dan majalah. Baik dalam konteks sejarah maupun kontemporer, ilustrasi memiliki kehadiran dalam aspek penerbitan, walaupun dengan kompetisi fotografi. Ilustrasi dapat melampaui permukaan yang literal. Bahasa visual menggunakan ilustrasi secara konten dan estetika dapat memperlihatkan sebuah emosi. Ilustrasi juga dapat digunakan sebagai bukti jurnalistik dan mendokumentasi seperti fotografi.

Menurut Mark Wigan (2008) jurnalisme yang menggunakan ilustrasi sebagai bukti suatu kejadian mempunyai sejarah yang panjang. Pada saat ini teknologi memberikan banyak pilihan-pilihan, peluang, maupun metodologi dan teknik-teknik baru seperti penggunaan kamera atau *handphone* yang dapat mengumpulkan data visual sebuah penelitian dengan mudah. Namun, dengan menggunakan ilustrasi sebagai visual jurnalistik kita dapat merekam dan mengamati sebuah pengalaman dengan menuangkan perspektif, dan ide-ide kita sendiri untuk menceritakan sesuatu secara visual.

Menggambar merupakan bentuk berpikir secara visual sehingga dapat mengkomunikasikan / mengekspresikan emosi dan perasaan yang melekat dalam interaksi dengan orang-orang, benda, hewan, arsitektur, *landscape*, dan lokasi. Selain itu juga memungkinkan kita untuk menjelaskan ide-ide dan mengabadikan sebuah peristiwa dalam momen dengan makna yang lebih dalam. (hlm. 46).



Gambar 2.10. *Pictorial Journalist*
(Basics Illustration Text and Image/Mark Wigan/2008)

3. *Storytelling*

Menurut Male, Memberikan gambaran visual terhadap fiksi naratif yang biasanya terdapat pada buku cerita anak, buku komik dan publikasi khusus yang tematik. Gabungan dan keseimbangan antara teks serta gambar adalah inti dari menceritakan sebuah cerita. Permainan ilustrasi, pembuatan gambar yang tepat dapat menyampaikan cerita yang dramatis.



Gambar 2.11. *Storytelling*
(Basics Illustration Text and Image/Mark Wigan/2008)

4. *Persuasion*

Bersifat mempersuasi atau mengajak audiens untuk melakukan suatu tindakan, biasanya digunakan pada *advertising*. Selain itu ilustrasi juga memberikan kontribusi besar dalam pengakuan sebuah merek atau *brand* dalam alam bawah sadar masyarakat.



Gambar 2.12. *Persuasion Illustration*
(*Illustration: A Theoretical and Contextual Perspective*/Alan Male/2007)

5. *Identity*

Ilustrasi yang berkaitan dengan merek dan pengakuan masyarakat pada suatu perusahaan dengan memberi gambaran karakteristik, suasana, dan program kerja. Ilustrasi sebagai bahasa visual juga dapat meningkatkan sebuah produk yang tampaknya sederhana.



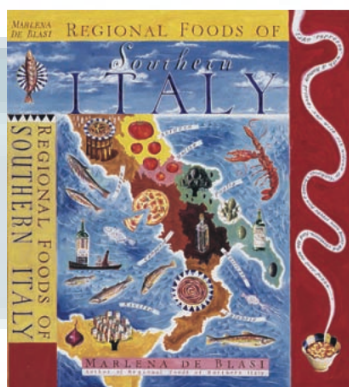
Gambar 2.13. *Postage Stamp Hungary Identity*
(Illustration: A Theoretical and Contextual Perspective/Alan Male/2007)

2.6.2. Jenis Ilustrasi

Male (hlm. 22, 2007) membagi jenis ilustrasi menjadi beberapa jenis antara lain:

1. *Book Publishing*

Menurut Zeegan (2005) ilustrasi dalam *book publishing* memiliki hubungan erat dengan isi atau teks pada buku karena peran ilustrasi yang bertujuan untuk menghidupkan isi teks, sebagai contoh buku untuk anak-anak, buku fiksi, buku non-fiksi dan buku referensi teknis (*spectialist*).

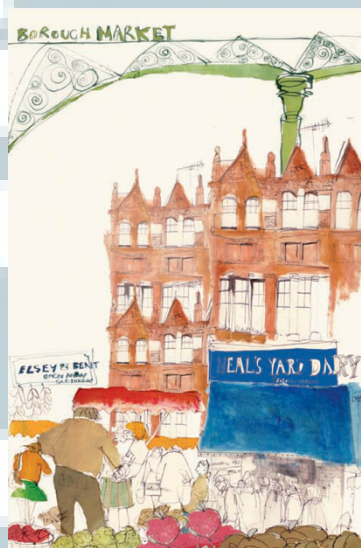


Gambar 2.14. *Regional Foods of Southern Italy*
(Illustration: A Theoretical and Contextual Perspective/Alan Male/2007)

2. *Editorial*

Merupakan ilustrasi yang terdapat majalah maupun koran yang berisi tentang subjek yang general atau spesifik seperti *lifestyle*, artikel dan *commentary*.

Menurut Zeegan (2005) ilustrasi dapat digunakan untuk merepresentasikan ide atau sudut pandang seseorang.

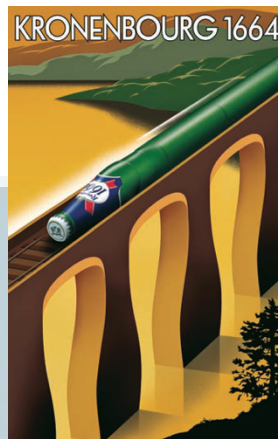


Gambar 2.15. *Reportage Illustration "Borough Market"*

(*Illustration: A Theoretical and Contextual Perspective/Alan Male/2007*)

3. *Advertising*

Ilustrasi pada media *above the line* baik hasil cetak maupun gambar bergerak.



Gambar 2.16. Ilustrasi Iklan Produk Minuman
 (Illustration: *A Theoretical and Contextual Perspective*/Alan Male/2007)

4. *Design Groups*

Ilustrasi dalam *below the line*; *point of sale*, laporan perusahaan, *packaging*, materi perusahaan, internet desain web dan lain-lain.



Gambar 2.17. Ilustrasi *Packaging* Obat
 (Illustration: *A Theoretical and Contextual Perspective*/Alan Male/2007)

5. *Multimedia*

Gambar bergerak, animasi, pasca produksi, film, *digital imaging*.



Gambar 2.18. *Illustration Stills for "Capoeira" Animation*
(*Illustration: A Theoretical and Contextual Perspective/Alan Male/2007*)

6. *Miscellaneous*

Ilustrasi dalam institusi, organisasi maupun projek pribadi yang tidak terkait dengan jenis-jenis lainnya seperti pelayanan publik, pemerintah dalam dan luar negeri, institusi akademis.



Gambar 2.19. Ilustrasi *Freeing Capital, Controlling Costs*
(*Illustration: A Theoretical and Contextual Perspective/Alan Male/2007*)

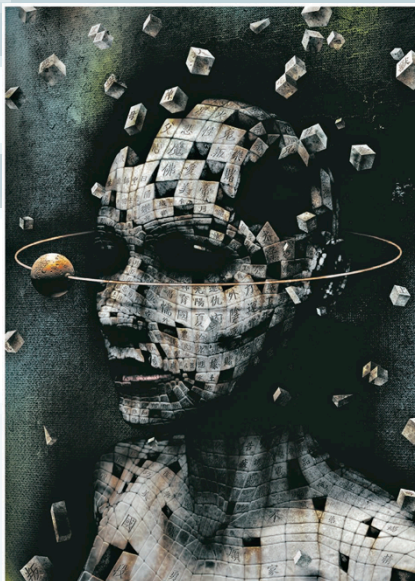
2.6.3. Gaya Visual

Gaya visual merupakan kualitas gambar tertentu yang menggambarkan ciri khas ilustrasi seseorang Male (2007) membagi gaya visual menjadi (hlm. 50):

1. *Visual Metaphor*

a. *Conceptual Imagery & Surrealism*

Bentuk gambar yang imajinatif, tetapi tidak mungkin terjadi secara harafiah. Saat diaplikasikan pada ilustrasi, bentuk dari gambaran tersebut adalah konseptual. Salah satu gaya visual yang dibutuhkan untuk menggambarkan ide-ide melalui metode komunikasi, ilusi, dan simbol. Surealis memiliki gaya perwarnaan yang ekspresif untuk menggabungkan gaya visual realisme dan abstrak.



Gambar 2.20. *Surrealism*

(*Illustration: A Theoretical and Contextual Perspective/Alan Male/2007*)

b. *Diagram*

Merupakan Gaya ilustrasi yang dapat menggambarkan suatu sistem atau proses dan fitur sebuah objek yang dapat direpresentasikan dengan simbol.



Gambar 2.21. *Map Diagram*

(*Illustration: A Theoretical and Contextual Perspective/Alan Male/2007*)

c. *Abstraction*

Gaya yang memiliki citra figuratif, dan bebas dari representasi.



Gambar 2.22. *Abstraction*

(*Illustration: A Theoretical and Contextual Perspective/Alan Male/2007*)

2. *Literal Representation*

a. *Pictorial realism*

Gambar atau lukisan yang dapat dipresentasikan secara harafiah dan dapat memberi rasa harafiah ditambah dengan imajinasi.



Gambar 2.23. *Pictorial Realism*

(*Illustration: A Theoretical and Contextual Perspective/Alan Male/2007*)

b. *Hiperealitas*

Gaya yang digunakan fiksi naratif atau tujuan informasi yang bersejarah. Penggunaan tekstur dan warna yang halus, dapat memberi kesan drama.



Gambar 2.24. *Hyperrealism*

(*Illustration: A Theoretical and Contextual Perspective/Alan Male/2007*)

c. *Sequential Imagery*

Merupakan serangkaian gambar yang saling berhubungan untuk menyampaikan sebuah pesan.



Gambar 2.25. *Sequential Imagery*

(*Illustration: A Theoretical and Contextual Perspective/Alan Male/2007*)

2.6.4. Teknik Ilustrasi

Ilustrator berkomunikasi melalui karya mereka. Pemilihan media sangat sangatlah penting untuk menyampaikan pesan. Menurut Zeegen (2009) ada beberapa teknik ilustrasi yaitu:

1. Gambar dan Lukis

Pensil merupakan media yang tersederhana dan merupakan media fondasi ilustrasi. *Drawing* dapat dibuat berdasarkan observasi ataupun interpretatif, dan dapat mencerminkan sebuah *mood*, momen atau sekedar menyampaikan sebuah informasi. Garis yang dibuat dengan pensil dapat dibuat ekspresif melalui tekanan dan kecepatan gambar dan ketebalan pensil. Selain itu pensil memiliki beberapa jenis yaitu *graphite*, *arang*, *carbon*, krayon atau pensil warna, spidol cina dan cat air. Selain itu teknik gambar dapat menggunakan

bolpoin, pastel, dan teknik lukis menggunakan cat (air, minyak, acrylic dan lain-lain) (hlm. 66).

2. *Digital Methods*

Digital methods meliputi teknik menggunakan *vector*, *patternmaking*, *collage*, *digital painting* yang menggunakan komputer dan *software* untuk bekerja. Teknik digital merupakan teknik yang fleksibel sebagai contoh, Menggunakan teknik digital untuk kolase memudahkan penambahan dan pengurangan elemen dalam merancang. Menggunakan komputer juga dapat membantu untuk meng-*edit* dan menyempurnakan gambar manual (hlm.76).

2.6.5. Elemen Desain

Lauer, D.A (2005, hlm 117-271) membagi elemen desain menjadi 5 antara lain:

1. *Texture*

Tekstur merujuk pada visualisasi pada sebuah permukaan yang biasanya dapat dinilai dengan cara diraba. Akan tetapi, tekstur juga dapat dinilai melalui penglihatan melalui ingatan. Tekstur dapat membangkitkan rasa dan emosi tertentu dan menambahkan gagasan pada sebuah desain. (hlm. 265)

2. *Value*

Value adalah kata artistik untuk gelap dan terang. Semakin terang berarti semakin tinggi *value*. *Value* penting dalam sebuah gambar karena perubahan *value* mempengaruhi kontras yang membantu kita untuk melihat dan memahami gambar tersebut. (hlm. 224).

3. *Color*

a. Definisi Warna

Menurut Lupton & Philips (2015) Warna adalah elemen desain yang dapat memberikan emosi, mendeskripsikan suatu realitas, maupun sebagai mengimpretasikan sebuah kode. Seperti kata suram yang merujuk pada warna gelap seperti hitam atau cerah yang merujuk pada kuning. Dalam desain warna digunakan untuk membedakan maupun menghubungkan, untuk menonjolkan sebuah elemen maupun menyembunyikan warna juga dapat menampilkan sebuah identitas menjadi sebuah simbol dalam kebudayaan maupun memiliki sudut pandang tertentu secara psikologi. (hlm. 81).



Gambar 2.26. Gambar Diagram Warna Subtraktif
(*Graphic Design Solutions/Robin Landa/2013*)

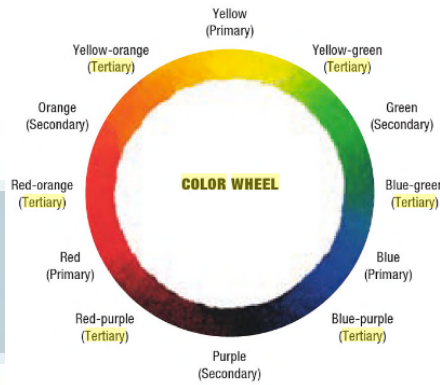
Menurut Landa (2013) Warna dapat terlihat dengan adanya cahaya. Saat cahaya menyinari sebuah objek, sebagian dari cahaya terserap, sisanya yang

tidak terserap akan dipantulkan, hal ini adalah yang kita lihat sebagai warna. Dalam setiap objek terdapat pigmen warna, yaitu zat kimia alami yang dapat berinteraksi dengan cahaya untuk menentukan karakteristik warna. Warna benda dengan pigmen alami dapat dilihat dengan pantulan cahaya, warna tersebut dinamakan warna subtraktif.



Gambar 2.27. Gambar Diagram Warna Aditif
(*Graphic Design Solutions/Robin Landa/2013*)

Jika benda yang tidak memiliki pigmen warna alami seperti warna yang ada pada layar komputer, menggunakan energi gelombang cahaya. Warna-warna digital dalam media berbentuk layar yang tidak memiliki pigmen warna alami yang kita temui disebut juga sebagai warna aditif. Warna aditif (warna yang ada dalam media berbasis layar) memiliki 3 warna primer, yaitu merah, hijau dan biru (RGB). Jika ketiga warna tersebut dicampur, akan menghasilkan warna putih.



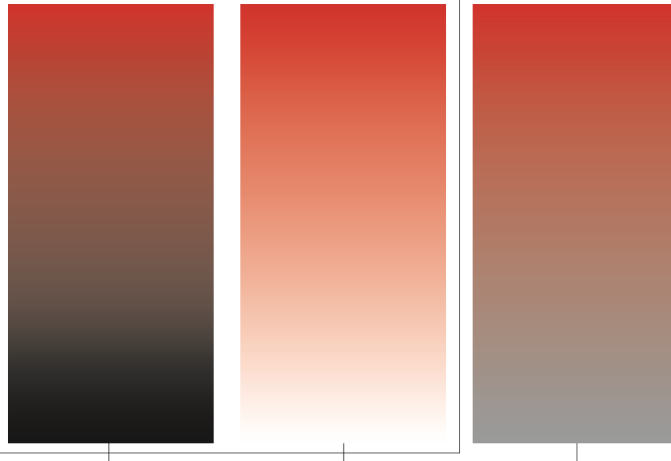
Gambar 2.28. *Color Wheel*
(*Graphic Design Solutions/Robin Landa/2013*)

Color wheel merupakan sebuah panduan atau urutan warna sehingga setiap warna terhubung satu dengan lain. Dengan menambahkan warna alternative warna akan semakin banyak. Warna primer terdiri dari merah, kuning, dan biru. Dari warna primer itu ketika dicampur didapatkan warna sekunder yaitu hijau, jingga, kuning, dan ungu. Warna tersier merupakan pencampuran warna primer dan warna sekunder yang berdampingan: biru dan hijau menjadi biru kehijauan, merah dan ungu menjadi merah keunguan dan sebagainya (hlm. 242).

Unsur-unsur warna berdasarkan Landa (2013) antara lain:

- a. *Hue*: Identifikasi warna yang terdapat dalam sebuah spektrum
- b. *Value*: Karakter warna dalam gelap dan terang, tingkat *luminance*, *brightness*, *lightness*, dan *tone*
- c. *Temperature*: mengacu pada warna jika terlihat lebih ke arah panas (merah, oranye, kuning) atau dingin (biru, hijau, violet).

- d. *Shade, Tint* dan *Saturation*: Lupton & Philips (2015) *shade* merupakan variasi warna yang ditambahkan hitam, *tint* variasi warna dengan penambahan putih dan *saturation* merupakan variasi warna ke netral.



Gambar 2.29. *Tint, Shades, Saturation*
(*Graphic Design The New Basic/2015*)

- e. Psikologi Warna dan *Color Harmony*

Warna memiliki daya tarik yang mendasar dan *instinctive*. Beberapa seniman menggunakan warna sebagai elemen emosi dalam karyanya. Warna memiliki efek psikologis. Menurut Arntson (2012) warna mampu membangkitkan sebuah emosi pada audiens, sebagai contoh warna yang terkesan hangat akan memberikan dampak stimulasi warna coklat juga memberi kehangatan, warna yang terkesan dingin dapat memberikan dampak relaksasi, Warna menyesuaikan dengan konteks yang diangkat dan emosi yang ingin dibangun sehingga merupakan poin utama yang dipertimbangkan.

Menurut Samara (2006), komponen emosional dari warna berhubungan dengan pengalaman manusia secara insting dan biologis. Warna mempunyai pengaruh *wavelength* yang bervariasi. Sifat psikologis warna sangat bergantung juga pada budaya dan pengalaman pribadi.

Sutton & Whelan (2004) dalam bukunya *The Complete Color Harmony* menjelaskan bahwa *color harmony* dapat dibagi menjadi beberapa kombinasi warna yang dapat membangkitkan sebuah *mood*.

- a. *Warm Colors*: *hue* yang mengandung merah ditambahkan dengan kuning dapat dikategorikan sebagai warna hangat. Warna hangat dapat dikatakan spontan dan ramah serta membangun rasa nyaman. (hlm. 18).
- b. *Cool Colors*: Warna sejuk adalah biru yang ditambahkan sedikit dengan kuning sehingga menampilkan warna biru ke hijauan (*turquoise blue, verdant green*). Warna-warna ini dapat memberikan kesan tenang dan *fresh*. (hlm. 19)
- c. *Traditional Colors*: Warna tradisional biasanya terdapat pada sesuatu yang mempunyai makna sejarah. Warna konservatif seperti biru, merah anggur, coklat (*tan*), hijau dan warna dengan sedikit campuran abu-abu maupun *hue* yang lebih gelap mengekspresikan tradisional. (hlm. 98)
- d. *Classic Colors*: kombinasi warna klasik menunjukkan kekuatan dan otoritas seperti warna *royal blue* yang bisa dipadukan dengan warna

apa saja karena mencolok. Warna klasik mengimplikasikan kejujuran, tanggung jawab, kepercayaan. (hlm. 110)

- e. *Nostalgic Colors*: Kombinasi warna menggunakan *lavender* dapat dikatakan sebagai warna yang *nostalgic*. Samara menjelaskan bahwa warna violet mempunyai *value* dan *hue* yang dapat sangat mempengaruhi komunikasinya. Warna violet yang sedikit pucat seperti warna *lavender* merupakan warna *nostalgic* dan *dreamy* (hlm. 13)

2.6.6. Tipografi

Menurut Cullen (2005, hlm. 90) Tipografi adalah bahasa visual dan merupakan fondasi dari komunikasi visual. Tipografi merupakan suara di permukaan sebuah halaman yang mengatur “nada” dari desain tersebut. Klasifikasi *typeface* menurut Cullen (2005, hlm. 91) adalah *Old Style*, *Transitional*, *Modern*, *Slab serif*, dan *Sans serif*.



Gambar 2.30. Klasifikasi tipografi

(2005, *Layout Workbook*)

1. *Display*

Menurut Landa (2014) Klasifikasi *typeface* ini dirancang untuk digunakan dengan ukuran yang lebih besar sehingga biasa digunakan untuk judul dan

heading. Jenis tipografi ini cenderung sulit untuk dibaca sebagai *body text* karena lebih rumit, dekoratif, *handmade*, dll. (hlm. 47)

2. *Old Style* atau *Humanist*

Typeface tipe *serif* ini yang telah ada sejak abad ke-15, mempunyai *stroke* dengan karakter tradisional atau konservatif dan tarikan pena bermata luas. Menurut Ambrose *typeface serif* mempunyai kemampuan untuk meningkatkan keterbacaan; membantu mata untuk dapat maju dari satu karakter ke karakter lainnya (hlm. 72).

3. *Script*

Typeface yang di desain untuk meniru tulisan tangan (*handwriting*) yang memberikan kesan hangat dan natural. Tulisan *script* terbuat dari goresan pensil, pen, maupun brush. (hlm. 47)

Penentuan *typeface* bergantung pada fungsi design dan target. Setiap *typeface* mempunyai karakteristik dan kepribadian tersendiri yang menentukan emosi sebuah pesan yang ingin disampaikan. Selain itu *typeface* mempunyai ‘umur’, sebuah *typeface* yang inovatif bisa sesuai untuk di pakai pada tahun itu atau mereka kemudian dapat menjadi *outdated*. *Typeface* tradisional dapat digunakan sepanjang masa atau dapat juga menjadi terlalu sederhana. Selain itu, *legibility* dan *readability* sangatlah penting. (hlm. 94) Hal-hal lain yang perlu dipertimbangkan untuk mengolah huruf adalah *alignment*, warna, ukuran, *case*, *kerning and tracking*, *line length*, *leading*, dan *paragraph settings*.