



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. Origami

Mukerji (2010) memaparkan origami berasal dari gabungan 2 kata dalam Bahasa Jepang, yaitu “*oru*” (melipat) dan “*kami*” (kertas) (hlm. 1). Tujuan dari origami seperti yang dipaparkan Megahed (2017) adalah membuat perwakilan suatu objek menggunakan lipatan geometris dan membuat lipatan di sebuah kertas tanpa mengelem dan menggunting kertas tersebut (hlm. 280). Nishida (2019) mengungkapkan, origami bukan hanya merupakan sebuah kegiatan tetapi juga merupakan kertas untuk kegiatan tersebut. Origami berawal dari biarawan budha Jepang yang membawa kertas sekaligus teknik melipatnya dari China di abad ke – 7. Pada awalnya, teknik melipat kertas disebut “*orikata*”, “*orisue*”, atau “*orimono*”, sebelum menjadi sebutan “origami” pada abad ke – 20. Kertas yang sering dipakai untuk origami saat itu merupakan kertas yang tipis dan kuat yang dikenal dengan nama “*washi*”.

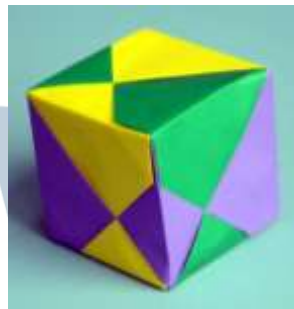
Pada Zaman Heian (794 - 1185), origami menjadi aspek penting dalam kehidupan masyarakat Jepang. Origami saat itu digunakan untuk membungkus hadiah atau persembahan dengan ornamen lipatan. Memasuki Zaman Muromachi (1338 - 1573), origami menjadi seni melipat kertas di kalangan aristokrat dan samurai. Mereka digunakan sebagai teknik etiket dalam membuat ornamen lipatan untuk upacara pernikahan dalam kalangan samurai. Di Zaman Edo, produksi kertas untuk umum meningkat secara drastis, sehingga membuat harga kertas

menjadi terjangkau dan masyarakat bisa mendapat kesempatan untuk mempelajari origami. Buku petunjuk tentang origami pertama kali ditulis oleh Tamehachi Yoshinoya dengan berjudul “*Hiden Senbazuru Orikata*”, yang berisi cara melipat kertas menjadi burung bangau.

Pada tahun 1870-an, origami menjadi bagian dari kurikulum sekolah Jepang setelah mengadopsi sistem pendidikan dan kurikulum oleh Friedrich Froebel, seorang ahli pendidikan Jerman. Origami digunakan sebagai media pembelajaran tentang nilai kreativitas, hubungan antara kesan dan ekspresi, arti kerja keras secara indah dan spiritual, hingga produksi kreatif dan imajinatif (hlm. 4 - 10). Ada 3 jenis lipatan origami yang diadopsi di sekolah – sekolah Jepang :

1. Lipatan pengetahuan (*folds of knowledge*)

Mengajarkan pengetahuan dasar matematika dan geometri (hlm 10).



Gambar 2.1. Origami Geometri

(http://www.origamido.com/products/geometric_origami_mini_kit.php)

2. Lipatan kehidupan (*folds of life*)

Mengajarkan pembuatan objek di sekitar anak (hlm 10).



Gambar 2.2. Origami burung bangau
(<https://www.instructables.com/id/How-to-make-a-Paper-Crane-1/>)

3. Lipatan keindahan (*folds of beauty*)

Mengajarkan lipatan bintang yang mewakili kecantikan (hlm 10).



Gambar 2.3. Origami bintang
(<https://www.paperkawaii.com/simple-origami-5-point-star-tutorial-1-sheet/>)

2.2. Taksonomi Bloom

Taksonomi, seperti yang dijelaskan oleh Gunawan dan Palupi (2012), adalah klasifikasi atau pengelompokan benda menurut ciri – ciri tertentu. Taksonomi dalam bidang pendidikan pertama kali disusun oleh Benjamin Samuel Bloom, M.D. Englehart, E.J. Furst, W.H. Hill, dan Krathwohl. Taksonomi dalam pendidikan digunakan untuk klasifikasi tujuan instruksional. Mereka terbagi dalam 3 domain atau klasifikasi umum, yaitu kognitif, afektif, dan psikomotor (hlm. 99).

2.2.1. Kognitif

Micklich (2011) mengungkapkan kognitif merupakan kegiatan mengenali apa yang sudah dipelajari sekaligus mengembangkan kemampuan dan keterampilan intelektual. Kegiatan tersebut meliputi aktivitas mengingat dan memanggil kembali pengetahuan, berpikir, pemecahan masalah, hingga pembuatan. Kegiatan tersebut berorientasi pada pengetahuan dan berhubungan dengan proses yang diselesaikan. Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan mengingat kembali pengetahuan untuk mengerti suatu hal untuk dipahami (hlm. 263). Anderson dan Krathwohl (seperti dikutip Gunawan dan Palupi, 2012), menjabarkan 6 tahap ranah kognitif dalam urutan jenjang terendah sampai tertinggi:

1. Mengingat (*Remember*)

Merupakan usaha mendapatkan pengetahuan kembali dari masa lampau yang baru saja didapatkan atau yang sudah lama didapatkan. Mengingat merupakan dimensi yang berperan penting dalam proses pembelajaran yang bermakna dan pemecahan masalah. Mengingat dilakukan dengan mengenali dan memanggil kembali pengetahuan untuk menyelesaikan masalah yang lebih kompleks (hlm. 105).

2. Memahami (*Understand*)

Merupakan usaha membangun pengertian dari berbagai sumber seperti pesan, bacaan, dan komunikasi. Memahami dilakukan dengan berusaha mengenali pengetahuan dari kategori tertentu. Hasilnya kemudian dibandingkan untuk mengidentifikasi persamaan dan perbedaan dari dua atau lebih objek, kejadian, ide, permasalahan, atau situasi (hlm. 105).

3. Menerapkan (*Apply*)

Merupakan proses kognitif memanfaatkan atau menggunakan suatu prosedur untuk melaksanakan percobaan atau menyelesaikan masalah. Menerapkan terkait dengan dimensi pengetahuan prosedural, yang terdiri atas dua kegiatan, yaitu menjalankan prosedur dan mengimplementasikan. Menjalankan prosedur merupakan proses seseorang sudah mengetahui informasi pemecahan masalah dan mampu menetapkan prosedur apa yang harus dilakukan, sedangkan mengimplementasikan merupakan penggunaan prosedur pemecahan masalah setelah mengenali masalah yang masih belum diketahui (hlm. 106).

4. Menganalisis (*Analyze*)

Merupakan memecahkan suatu masalah dengan memisahkan tiap bagian dari permasalahan dan mencari tahu keterkaitan tiap – tiap bagian yang menimbulkan masalah. Menganalisis terkait dengan proses memberi atribut dan mengorganisasikan, dimana seseorang yang menemukan masalah dari kegiatan akan membangun hal – hal yang menjadi permasalahan, yang kemudian mengidentifikasi hasil – hasil komunikasi sekaligus mengenali bagaimana unsur – unsur tersebut menghasilkan hubungan baik (hlm. 106).

5. Mengevaluasi (*Evaluate*)

Merupakan memberi nilai berdasarkan kriteria dan standar yang sudah ada. Kegiatan evaluasi terdiri atas mengecek dan mengkritisi, dimana seseorang menguji hal – hal yang tidak konsisten atau kegagalan suatu

operasi atau produk, yang kemudian menghasilkan suatu penilaian operasi atau produk tersebut berdasarkan kriteria dan standar eksternal (hlm. 107).

6. Menciptakan (*Create*)

Merupakan peletakkan unsur - unsur secara bersamaan untuk membentuk kesatuan yang koheren dan mengarahkan seseorang dalam menghasilkan suatu produk baru dengan mengorganisasikan beberapa unsur menjadi bentuk atau pola yang berbeda dari sebelumnya. Proses menciptakan ada kegiatan menggeneralisasikan dan memproduksi, dimana kegiatan tersebut meliputi mempresentasikan permasalahan sekaligus penemuan alternatif hipotesis sesuai kebutuhan yang kemudian mengarahkan pada perencanaan untuk menyelesaikan masalah tersebut (hlm. 107).

2.2.2. Afektif

Halawi dkk. (2009) menjelaskan bahwa afektif merupakan cara seorang individu berhadapan dengan sesuatu secara emosional, seperti perasaan, nilai, apresiasi, motivasi, dan sikap (hlm. 375). Di lain pihak, Micklich (2011) mengungkapkan afektif merupakan jembatan antara stimulus dengan aspek kognitif dan psikomotorik dalam kepribadian seseorang. Krathwohl (seperi dikutip Micklich, 2011) megatakan afektif didasarkan dari prinsip internalisasi. Internalisasi merupakan proses emosi seseorang akan suatu objek yang dilewati dari tingkat *awareness* secara umum ke suatu titik dimana emosi mempengaruhi seseorang dan mengendalikan perilaku seseorang secara terus menerus (hlm. 263 - 264). Krathwhol dkk (seperti dikutip Lynch dkk, 2009), menjabarkan 5 tahap ranah afektif sebagai berikut :

1. Penerimaan (*receiving*)

Merupakan keadaan memperhatikan berbagai faktor estetis sekaligus kesadaran akan warna, bentuk, susunan, dan desain suatu objek dan struktur di sekitarnya termasuk representasi simbolis dari orang, benda, dan situasi.

Kesadaran saat memperhatikan kemudian menjadi bentuk apresiasi terhadap sesuatu yang kemudian memunculkan kewaspadaan akan manusia dan hidup manusia (hlm. 52).

2. Menanggapi (*Responding*)

Merupakan persetujuan akan suatu tanggapan sekaligus memperkenalkan isu – isu terkini di sekitar. Keadaan ini menimbulkan rasa ekspresi diri sebagai bentuk memperkaya diri seseorang (hlm. 52).

3. Menilai (*Valuing*)

Merupakan keadaan penerimaan suatu nilai dari sekitar yang menjadikan sebuah referensi nilai tertentu yang membentuk komitmen atau ketetapan ide dan ideal yang dipegang (hlm. 52).

4. Penyusunan (*Organization*)

Merupakan proses pembuatan konsep ciri – ciri suatu nilai yang dipegang. Hasil dari pembuatan konsep tersebut menjadi penyusunan sistem penilaian yang mempertimbangkan akan hal – hal yang bertentangan di sekitar (hlm. 53).

5. Karakterisasi (*Characterization*)

Merupakan nilai yang sudah disusun kemudian dibuat sama dengan nilai – nilai di sekitar untuk menemukan masalah dan persoalan suatu situasi, isu,

tujuan, dan konsekuensi. Penyamaraan nilai kemudian membentuk kepribadian seseorang berdasarkan prinsip yang layak untuk dijalankan (hlm. 53).

2.2.3. Psikomotorik

Halawi dkk (2009) mengungkapkan bahwa psikomotorik merupakan area pergerakan fisik, koordinasi, dan penggunaan kemampuan motorik (hlm. 375).

Micklich (2011) memaparkan, ketika suatu gerakan yang bermanfaat dilakukan, mereka akan mengkoordinasikan afektif, kognitif, dan psikomotorik. Bergerak menyatu dan menjadi sesuatu yang selalu ada dalam hidup seseorang, sehingga sulit untuk memisahkan keunikan tingkah laku seseorang dari psikomotorik.

Tingkah laku seseorang yang terukur diubah oleh afektifnya. Gerakan refleks terbentuk ke suatu rangsang secara perlahan hingga menimbulkan suatu reaksi yang membuat seseorang mempelajari gaya gerakan yang mengkomunikasikan perasaannya kepada yang menanggapi (hlm. 264). Simpson (seperti dikutip Ahmad dkk, 2018) menjabarkan 7 tahap ranah psikomotorik sebagai berikut :

1. *Perception*

Merupakan kemampuan menggunakan sinyal sensorik untuk memandu suatu aktivitas motorik atau kemampuan tertentu. Kemampuan tersebut

terdiri atas stimulasi sensorik, pilihan sinyal, hingga penerjemahan.

Stimulasi sensorik merangsang seseorang untuk mengenali objek untuk dipelajari yang kemudian membuat pilihan bagaimana cara mengenali suatu objek. Hasil dari pengenalan objek kemudian diinterpretasikan sesuai kemampuan pengenalan objek tersebut (hlm. 2).

2. *Set*

Merupakan kemampuan membaca suatu tindakan yang melibatkan aspek mental, fisik, dan emosional. Kecenderungan membaca tersebut ditetapkan untuk beragam situasi dan sudut pandang berpikir. Proses ini dilakukan dengan mempelajari persepsi yang ditangkap untuk mengetahui masalah yang timbul dari melakukan sesuatu (hlm. 2).

3. *Guided response*

Merupakan tahap awal dalam mempelajari sesuatu secara kompleks yang meliputi imitasi dan proses percobaan. Kemampuan tersebut didapat dari latihan, dimana suatu kegiatan dilakukan secara terus – menerus sebagai media pengingat apa yang dipelajari sebelumnya secara mandiri dengan diikuti pengawasan (hlm. 2).

4. *Mechanism*

Merupakan kemampuan tingkat menengah dimana respons yang sudah dipelajari menjadi suatu kebiasaan hingga sebuah pergerakan bisa diperlihatkan dengan keyakinan dan kepandaian. Kegiatan tersebut meliputi melakukan sesuatu apa yang dilakukan selama latihan tanpa perlu pengawasan (hlm. 2).

5. *Complex overt response*

Merupakan kemampuan penampilan kinerja yang melibatkan pola pergerakan kompleks. Tahap ini dilakukan secara otomatis tanpa keraguan, dimana ada pembelajaran tambahan dengan mengacu apa yang sudah dipelajari sebelumnya untuk fokus pada suatu bagian tertentu (hlm. 2).

6. *Adaptation*

Merupakan proses modifikasi kemampuan yang sudah dikembangkan dengan baik untuk memenuhi persyaratan khusus. Kemampuan ini dilakukan dengan mengembangkan dan membuat berbagai variasi kegiatan untuk beradaptasi dalam berbagai situasi tertentu saat melakukan sesuatu (hlm. 2 - 3).

7. *Origination*

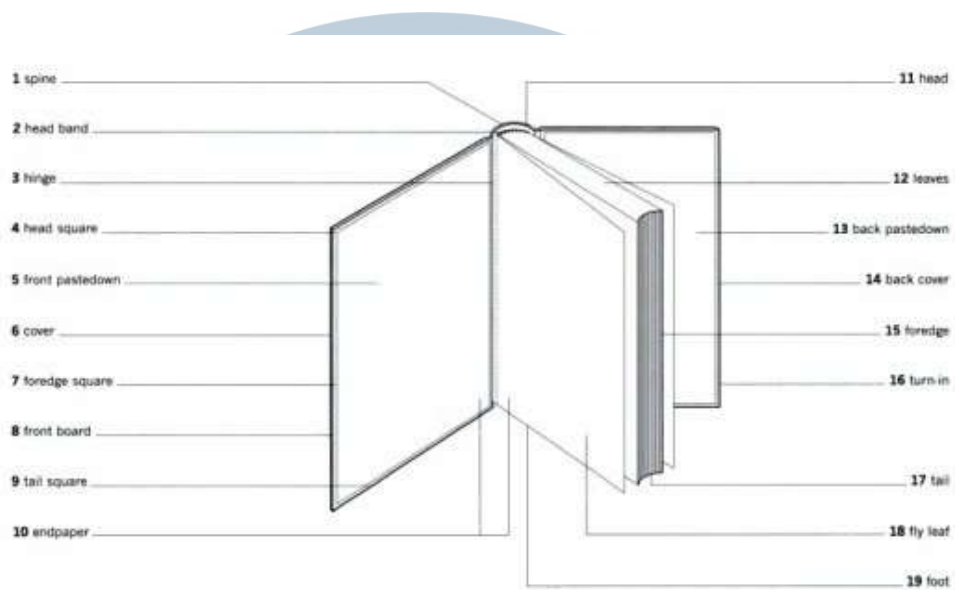
Merupakan proses pembuatan kegiatan yang baru untuk memenuhi situasi atau masalah tertentu. Proses ini menekankan hasil pembelajaran berdasarkan kemampuan yang sudah berkembang, dimana kegiatan baru dibentuk untuk menghasilkan sesuatu yang serupa dari apa yang dipelajari sebelumnya (hlm. 3).

2.3. Buku

Menurut Lupton (2008), buku merupakan bentuk publikasi yang diterbitkan lebih dari satu kopi dan tersedia kepada audiens kecil atau besar. Buku yang dipublikasi harus mudah terjangkau kepada masyarakat luas yang menjadi bentuk dari berbagai ceramah dalam catatan publik. Publikasi buku merupakan menempatkan sesuatu di luar untuk menyatakan memiliki sebuah konten dan isi untuk dibagikan (hlm.

11). Komponen anatomi buku terdiri atas beberapa bagian seperti yang dijelaskan oleh Haslam (2006) :

U
M
N
U
N
I
V
E
R
S
I
T
A
S
M
U
L
T
I
M
E
D
I
A
N
U
S
A
N
T
A
R
A



Gambar 2.4. Anatomi buku

(<https://parsonsd4.wordpress.com/resources/anatomy-of-a-book/>)

1. *Spine*
Bagian *cover* buku yang melindungi tepi buku (hlm. 20).
2. *Head band*
Ikatan benang tipis berwarna yang dibuat sebagai pelengkap binding *cover* (hlm. 20).
3. *Hinge*
Lipatan kertas di kertas pelapis di balik *cover* buku (hlm. 20).
4. *Head square*
Pinggiran pelindung kecil di bagian atas buku yang terbentuk dari *cover* depan dan belakang yang lebih besar dari halaman buku (hlm. 20).
5. *Front pastedown*
Kertas yang ditempelkan di balik papan *cover* buku (hlm. 20).
6. *Cover*
Papan kertas tebal yang dipasang untuk melindungi isi buku (hlm. 20).

7. *Foredge square*
Pinggiran pelindung kecil yang terbentuk di bagian tepi *cover* depan dan belakang buku (hlm. 20).
8. *Front board*
Papan *cover* yang berada di depan buku (hlm. 20).
9. *Tail square*
Pinggiran pelindung kecil di bagian bawah buku yang terbentuk dari *cover* depan dan belakang yang lebih besar dari halaman buku (hlm. 20).
10. *Endpaper*
Lembaran kertas tebal yang digunakan untuk membungkus bagian dalam papan *cover* (hlm. 20).
11. *Head*
Bagian utama dari buku (hlm. 20).
12. *Leaves*
Ikatan lembaran halaman yang terdiri atas dua sisi di kiri – kanan (hlm. 20).
13. *Back pastedown*
Kertas yang ditempelkan di balik papan belakang buku (hlm. 20).
14. *Back cover*
Papan *cover* di bagian belakang buku (hlm. 20).
15. *Foredge*
Bagian sisi samping buku (hlm. 20).
16. *Turn-in*
Kertas yang membungkus *cover* di bagian luar dan dalam (hlm. 20).

17. *Tail*

Bagian bawah buku (hlm. 20).

18. *Fly leaf*

Bagian dari *endpaper* yang berada di sisi sebaliknya dari bagian yang ditempel di balik *cover* (hlm. 20).

19. *Foot*

Bagian bawah halaman buku (hlm. 20).

Ambrose dan Harris (2016) mengatakan, format ukuran buku ditentukan dari ukuran kertas awal untuk membentuk halaman dan jumlah berapa kali dilipat sebelum kertas dipotong. Ada berbagai ukuran standar dalam percetakan:

1. *US paper standard*

Ukuran ini dipakai di Amerika, Meksiko, dan Kanada dengan ukuran kertas yang sering dipakai sebagai berikut :

- a. *Letter* (216 x 279 mm)
- b. *Government letter* (203 x 267 mm)
- c. *Legal* (216 x 356 mm)
- d. *Junior Legal* (203 x 127 mm)
- e. *Ledger* (279 x 431 mm)
- f. *Tabloid* (431 x 279 mm) (hlm. 198)

2. *ISO*

Standar ini menyediakan berbagai ukuran kertas untuk memenuhi kebutuhan percetakan di seluruh dunia. Ada 3 jenis ukuran ISO yang sering dipakai :

- a. Ukuran A, untuk mencetak poster dan berbagai gambar untuk majalah, kertas kantor, buku catatan, dan kartu pos
 - b. Ukuran B, untuk mencetak buku
 - c. Ukuran C, untuk mencetak amplop untuk kertas ukuran A (hlm. 199).
3. *Standard Stationary formarts*
- Ukuran ini untuk mencetak kartu nama dalam format ukuran 85.60 x 53.98 mm atau dalam ukuran A8 (52 mm x 74 mm) (hlm. 199).
4. *RA and SRA series*
- Kedua ukuran kertas ini didasarkan dalam ukuran kertas ISO yang dibuat lebih besar untuk proses *grip*, *trim*, dan *bleed* (hlm. 199).

2.3.1. Buku Anak

Brown (2017) mengungkapkan, buku anak merupakan buku yang membuat anak bisa membaca dengan lancar sekaligus membuat kemajuan dalam belajar kosa kata, ejaan, hingga menghitung (hlm. 8). Lamme (seperti dikutip Young dkk, 2013) juga menjelaskan, buku membuat anak lebih memperhatikan akan hal – hal sosial sekaligus menunjukkan beberapa kesulitan pribadi mereka. Selain itu, buku juga berfungsi dalam membuat pertanyaan yang layak dipertanyakan, pergeseran batas dalam diri sendiri, menerima batas yang berhubungan, melibatkan lebih dalam diri sendiri, membentuk jembatan baru antara pikiran sadar, pengetahuan yang diketahui dan pikiran tidak sadar, pengetahuan yang tidak bisa diketahui dengan pikiran (hlm. 380). Ada 6 kebajikan yang dipelajari anak dalam suatu buku :

1. **Kebijaksanaan**
Merupakan kekuatan kognitif yang memerlukan kemahiran dan memakai wawasannya (hlm. 382).
2. **Keberanian**
Merupakan kekuatan emosional yang melibatkan latihan keinginan mencapai suatu tujuan dengan menghadapi hal – hal yang berlawanan (hlm. 382).
3. **Kemanusiaan**
Merupakan kekuatan interpersonal yang melibatkan menjaga dan berteman dengan sesama (hlm. 382).
4. **Keadilan**
Merupakan kekuatan masyarakat yang mendasari kehidupan komunitas yang sehat (hlm. 382).
5. **Kesederhanaan**
Merupakan bentuk perlawanan akan sesuatu yang berlebih (hlm. 382).
6. **Kelebihan**
Merupakan tindakan yang bergerak melampaui batasan fisik (hlm. 382).

2.3.2. Activity Book

Activity, seperti yang diungkapkan Cambridge Dictionary (n.d), merupakan kegiatan yang dilakukan untuk kesenangan. Salisbury (2018) mengungkapkan buku memiliki gambar yang terinspirasi dari ide narasi sederhana yang bertujuan menarik perhatian sekaligus membentuk imajinasi anak (hlm. 74). Salisbury (2018) membagi beragam jenis *activity book* sebagai berikut :

1. *Picture book*

Merupakan buku yang berisi cerita atau kisah dengan sebagian besar melalui gambar dan beberapa baris teks pendukung (hlm. 74).



Gambar 2.5. *Picture book*

(<https://thecornishmermaid.weebly.com/childrens-book-ideas.html>)

2. *Pop up*

Merupakan buku yang berisi beragam mekanisme 3D di halaman – halaman buku dalam bentuk komponen tarik - menarik dan buka – tutup (hlm. 86).



Gambar 2.6. *Pop up*

(<https://www.bestpopupbooks.com/welcome-to-the-neighborhood-pop-up-book/neighborhood-pop-up-book-3/>)

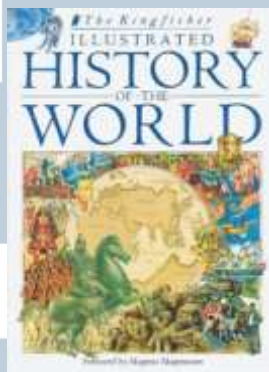
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3. *Nonfiction*

Merupakan buku tentang mempelajari fakta yang tidak bisa diungkapkan melalui fotografi dan membutuhkan ilustrasi untuk memberi gambaran fakta tersebut (hlm. 108). Ada 4 jenis buku nonfiksi sebagai berikut :

a. *History book*

Buku yang menjelaskan sejarah zaman atau era tertentu (hlm. 110).



Gambar 2.7. *History book*

(<https://www.amazon.com/Kingfisher-Illustrated-History-World-Present/dp/1856978621>)

b. *Practical, "how-it-works" book*

Buku yang menjelaskan cara kerja suatu sistem atau topografi suatu wilayah tertentu (hlm. 112).



Gambar 2.8. *Practical, "how-it-works" book*

(<https://www.itsnicethat.com/articles/mike-dempsey-bookshelf-290818>)

2.4. Ilustrasi

The National Museum of Illustration (seperti dikutip Zeegen, 2012) menjelaskan, ilustrasi merupakan gabungan ekspresi dengan gambar yang mewakilinya untuk menyampaikan suatu ide (hlm.12). Di lain pihak, Houston (2016) mengungkapkan ilustrasi merupakan gambar yang menyampaikan sebuah konsep atau membantu menyampaikan suatu konsep. Ilustrator merupakan seniman yang menggunakan gambar untuk mengkomunikasikan suatu ide kepada masyarakat luas (hlm. 19).

Ilustrasi memiliki 3 tujuan :

1. Membantu menyampaikan informasi lebih baik dengan memperkuat konsep suatu tampilan (hlm. 19).
2. Meringkas suatu informasi (hlm. 19).
3. Menangkap perhatian si pembaca yang mengarahkan mereka ke sebuah karangan (hlm. 19).

Ilustrasi memiliki beberapa jenis sesuai tujuan pembuatan seperti yang dijabarkan Zeegen (2012) sebagai berikut :

1. Ilustrasi editorial
Ilustrasi yang ditujukan untuk editor koran dan majalah untuk menunjukkan ide atau sudut pandang seseorang (hlm. 88).

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2.11. Ilustrasi editorial

(<https://medium.com/@modernthrive/25-editorial-illustrators-we-love-eeb7eb1368fc>)

2. Ilustrasi buku

Ilustrasi yang ditujukan untuk buku dengan tujuan memberi gambaran utama buku yang akan dibaca (hlm. 92).



Gambar 2.12. Ilustrasi buku

(<http://www.casualoptimist.com/blog/2016/12/07/notable-ya-book-covers-of-2016/>)

3. Ilustrasi *fashion*

Ilustrasi yang ditujukan yang berhubungan dengan fashion untuk membuat interpretasi tren musiman dan jajaran *fashion* terbaru secara pribadi (hlm. 96).



Gambar 2.13. Ilustrasi *fashion*

(<https://esdipberlin.com/fashion-illustration/>)

4. Ilustrasi *advertising*

Ilustrasi yang ditujukan untuk advertising yang bertujuan menanamkan kampanye sekaligus produk ke dalam bawah sadar seseorang (hlm. 100).



Gambar 2.14. Ilustrasi *advertising*

(<http://rawtoastdesign.blogspot.com/2011/03/tales-from-sea-new-advertising.html>)

5. Ilustrasi industri musik

Ilustrasi yang ditujukan untuk membentuk cara menghubungkan musik yang didengar menjadi suatu identitas dan kepribadian produk dalam bentuk visual (hlm. 106).



Gambar 2.15. Ilustrasi industri musik
(<http://www.simon.graphics/projects/illustrated-cd-cover/>)

6. Ilustrasi kolaborasi

Ilustrasi yang bertujuan untuk membangun kerjasama dan kepercayaan antara ilustrator dan suatu perusahaan (hlm. 110).



Gambar 2.16. Ilustrasi kolaborasi
(<http://www.designbridge.com/fine-art-collaboration/>)

7. Ilustrasi *self-initiated*

Ilustrasi yang dibuat sebagai bagian dari proyek ilustrator di luar pesanan seseorang (hlm. 114).



Gambar 2.17. Ilustrasi *self-initiated*

(<https://www.behance.net/gallery/47838663/Does-She-Self-Initiated-Illustration>)

Male (2017) menyebutkan beberapa jenis gaya ilustrasi sebagai berikut:

1. *Stylisation*

Merupakan jenis ilustrasi yang memberi ciri khas pada gaya gambar seseorang sebagai ikonografi personal (hlm. 50).



Gambar 2.18. Ilustrasi *stylisation*

(Male, 2017)

2. *Conceptual imagery and surrealism*

Merupakan jenis ilustrasi yang menampilkan gambar figuratif realisme yang sekaligus menampilkan sesuatu interpretatif dan rasa dari suatu tema atau ide tersebut (hlm. 54).



Gambar 2.19. Ilustrasi *conceptual imagery and surrealism*
(Male, 2017)

3. *Diagrams*

Merupakan jenis ilustrasi yang memperlihatkan suatu objek, sistem, dan proses manufaktur sekaligus organik dalam bentuk ekposisi yang jauh dari rupa realitas. (hlm. 58).



Gambar 2.20. Ilustrasi *diagrams*
(Male, 2017)

4. *Abstraction*

Merupakan jenis ilustrasi yang menyabotase gambar figuratif untuk memperlihatkan sesuatu yang tidak berhubungan dengan realita (hlm. 60).



Gambar 2.21. Ilustrasi *abstraction*
(Male, 2017)

5. *Pictorial truths*

Merupakan jenis ilustrasi yang menampilkan realitas tanpa penekanan kebatinan, alegori, atau metafora secara berlebihan (hlm. 62).



Gambar 2.22. Ilustrasi *pictorial truths*
(Male, 2017)

2.5. Tipografi

Ambrose dan Harris (2016) menjelaskan, tipografi merupakan sebuah fundamental dari desain yang digunakan sebagai teks sekaligus sebagai alat visual atau gambar (hlm. 10). Felici (2011) mengungkapkan, Tipografi awalnya berasal dari *movable type*, yang merupakan huruf alfabet, tanda baca, angka, dan simbol dalam blok logam yang dicetak dalam cetakan relief. Blok logam tersebut disusun dalam barisan untuk membentuk barisan teks dan teks yang menonjol kemudian dilapisi tinta sebelum kemudian ditekan ke atas kertas. Sistem ini diciptakan oleh Johannes Gutenberg (hlm. 3 - 4).

2.5.1. Font

Felici (2011) mengatakan *font* berasal dari Bahasa Perancis awal yang berarti cetakan atau pengecoran (hlm. 10). Ambrose dan Harris (2016) menjabarkan beragam jenis bentuk *font* sebagai berikut :

1. *Serif*

Huruf tersebut memiliki goresan di ujung huruf dengan beragam ketebalan pada masing – masing huruf (hlm. 14).



Bodoni

Gambar 2.23. *Font serif*

(<https://creativebooster.net/collections/free-serif-fonts>)

2. *Sans Serif*

Huruf tersebut tidak memiliki goresan di ujung huruf dan memiliki ketebalan huruf secara merata (hlm. 14).



Gambar 2.24. *Font sans serif*

(<https://fontbundles.net/creativetacos/143823-effren-an-essential-sans-serif-font>)

3. *Slab Serif*

Huruf tersebut memiliki *serif* berbentuk kotak dan huruf yang tebal (hlm. 14).



Gambar 2.25. *Font slab serif*

(<https://www.bypeople.com/slab-serif-font-free/>)

4. *Roman*

Huruf tersebut merupakan versi dasar huruf *sans serif* dengan beragam ketebalan pada suatu huruf dan tanpa goresan di ujung huruf (hlm. 14).

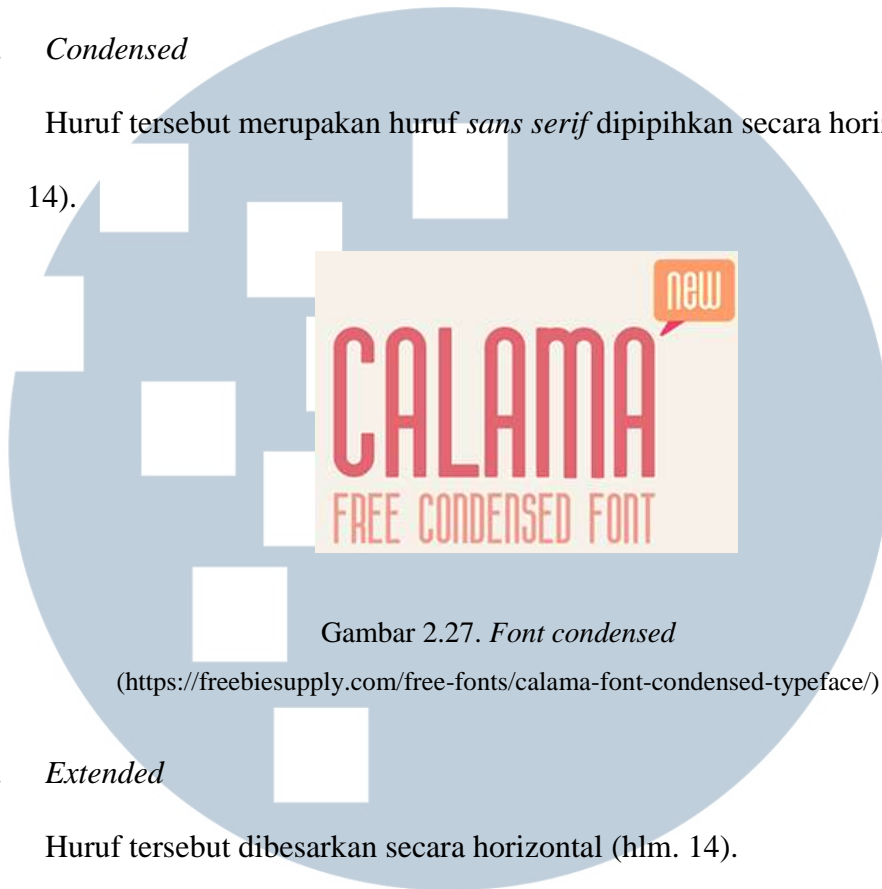


Gambar 2.26. *Font roman*

(<http://www.gzangaridesign.com/blog/5fontstoliveby>)

5. *Condensed*

Huruf tersebut merupakan huruf *sans serif* dipipihkan secara horizontal (hlm. 14).



Gambar 2.27. *Font condensed*

(<https://freebiesupply.com/free-fonts/calama-font-condensed-typeface/>)

6. *Extended*

Huruf tersebut dibesarkan secara horizontal (hlm. 14).



Gambar 2.28. *Font extended*

(<https://pangrampangram.com/products/monument-extended>)

7. *Oblique*

Huruf tersebut merupakan huruf *sans serif* yang dimiringkan (hlm. 14).



Gambar 2.29. *Oblique*

(<http://support.epiloglaser.com/article/8205/55333/>)

8. *Italic*

Huruf tersebut merupakan huruf serif yang dimiringkan (hlm. 14).



PlayfairDisplay-Italic

Gambar 2.30. *Italic*

(<https://www.ffonts.net/PlayfairDisplay-Italic.font>)

2.5.2. Pengukuran Ruang Tipografi

Sihombing (2015) menjelaskan, ruang horizontal tipografi antar huruf dibagi menjadi dua, yaitu *kerning* dan *tracking* (hlm. 152). *Kerning*, seperti yang dipaparkan oleh Sihombing (2015), merupakan jarak antar sepasang huruf (hlm. 152). Di lain pihak, Felici (2011) berpendapat *kerning* mengatur jarak antar dua huruf untuk menyesuaikan jarak berdasarkan bentuk kedua huruf tersebut yang terlihat berdekatan atau berjauhan. *Kerning* yang diatur dalam suatu font bisa antara 500 sampai 1000 pasangan huruf (hlm. 165).

Tracking, menurut Sihombing (2015), merupakan jarak antar huruf – huruf dalam sebuah naskah (hlm. 152). Felici (2011), di pihak lain mengatakan, *tracking* mengatur jarak antar seluruh huruf dalam barisan teks tertentu. *Kerning* dan *tracking* sama – sama menggunakan unit *em* (hlm 165 - 166). Selain ruang horizontal, ada istilah *leading*, yang merupakan jarak antar baris dengan sistem pengukuran *baseline to baseline*. *Leading* akan mempengaruhi ruang antar baris teks. Pengukuran *leading* menggunakan satuan *point* (hlm. 120).

2.6. Warna

Pentak dan Lauer (2015) mendeskripsikan warna merupakan bagian dari cahaya dan bukan merupakan objek tersendiri. Sir Isaac Newton (seperti dikutip dalam Pentak dan Lauer, 2015) menyebutkan bagian – bagian dari warna pada abad ke – 17 ketika dia membiarkan cahaya putih menembus prisma, yang memunculkan spektrum gelombang cahaya yang terlihat oleh mata manusia. Suatu objek tidak memiliki warna sendiri tetapi mampu memantulkan gelombang cahaya tertentu. Keadaan ini menunjukkan saat cahaya berubah, warna objek juga ikut berubah (hlm. 256). Lewis (2009) membagi warna menjadi 3 elemen berbeda:

1. *Hue*

Atribut suatu warna yang diberi nama tertentu, seperti merah, biru, kuning, hijau, orange, dan ungu (hlm. 18).

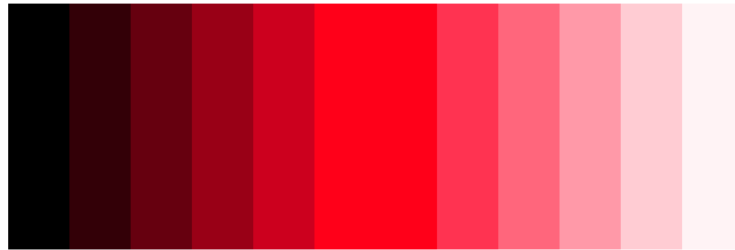


Gambar 2.31. *Hue* dalam roda warna

(<http://kvww.org/what-colors-make-light-purple/what-colors-make-light-purple-the-best-color-theory-explanation-i-have-ever-seen-light-purple-aura-color-meaning/>)

2. *Value*

Atribut suatu warna yang variasinya diukur menggunakan warna abu – abu untuk menyatakan warna terang dan gelap (hlm. 19).

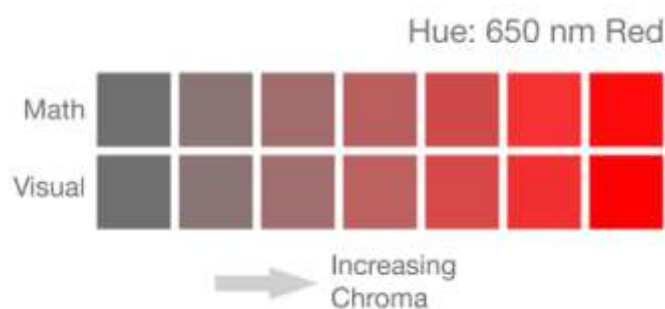


Gambar 2.32. *Value* Warna

(<https://30daysweater.com/color-theory-for-knitters-color-wheel/>)

3. *Chroma*

Atribut suatu warna yang meliputi *hue* dan *saturation* secara bersamaan, dengan warna semakin murni jika *chroma* warna semakin tinggi dan warna semakin keabu – abuan jika kehilangan saturasinya (hlm. 20).



Gambar 2.33. *Chroma* Warna

(https://zooroomphotography.com/zr_Blog/_photography/_articles/_article019.html)

Roda warna, seperti yang dijelaskan Pentak dan Lauer (2015), merupakan bentuk kumpulan susunan hubungan antar warna dasar. Versi roda warna tersebut

dikembangkan pertama kali pada abad ke – 18 dan diperbaharui oleh Johannes Itten di abad ke – 20 (hlm. 260). Roda warna tersebut terdiri atas 12 hue yang dibagi menjadi 3 kategori :

1. Warna primer

Warna dasar yang bisa dicampur secara teoritis, yaitu merah, kuning, dan biru (hlm. 260).

2. Warna sekunder

Warna hasil campuran warna sekunder, seperti orange dari merah – kuning, hijau dari kuning – biru, dan ungu dari biru – merah (hlm. 260).

3. Warna tersier

Warna hasil campuran primer dan warna sekunder yang berdekatan, seperti biru kehijauan dari biru – hijau dan merah keunguan dari merah – ungu (hlm. 260).

Poulin (2011) mengelompokkan hubungan antar warna dalam roda warna menjadi beberapa kategori sebagai berikut :

1. *Complementary colors*

2 warna yang berada dalam posisi berlawanan dalam roda warna saling menetralkan satu sama lain saat dicampur sekaligus meningkatkan intensitas saat dihadapkan satu sama lain (hlm. 65).

2. *Monochromatic colors*

Warna – warna dalam tingkatan *value* yang terbentuk melalui campuran putih atau hitam dalam satu warna yang sama (hlm. 65).

3. *Analogus colors*

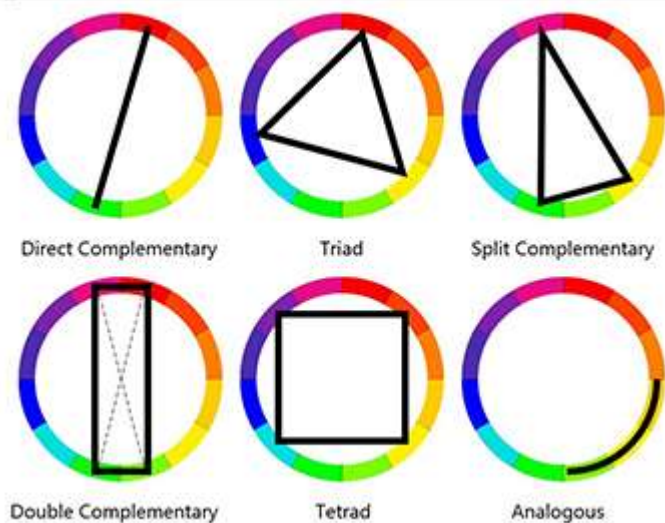
Warna yang terbentuk dari warna yang berdekatan dalam roda warna sekaligus memiliki perbedaan kromatik yang minimum (hlm. 65).

4. *Triadic colors*

Hubungan warna berada sama jauhnya dengan warna lain yang terletak di 3 titik sudut pembentuk segitiga sama sisi dalam roda warna (hlm. 65).

5. *Quadratic colors*

Hubungan warna yang berada dalam 4 titik sudut pembentuk persegi atau persegi panjang dalam roda warna (hlm. 65).



Gambar 2.34. Hubungan warna

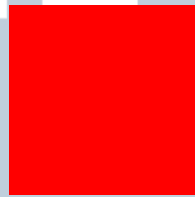
(<https://study.com/academy/lesson/what-is-color-theory-definition-basics-examples.html>)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Sutton dan Whelan (2004) menjelaskan makna beberapa warna secara psikologis sebagai berikut:

1. Merah

Bermakna keinginan akan kegembiraan dan menyukai kehidupan di masa kini, sekaligus memiliki hasrat akan kehidupan (hlm. 28).



Gambar 2.35. Merah

(<http://sohme.com/product/red-square/>)

2. Pink

Bermakna sensitif dan baik, serta berwatak manis. Memiliki keinginan beralih akan kehidupan yang bersih dan membuat keromantisan (hlm. 28).



Gambar 2.36. Pink

(<https://www.amazon.com/Amscan-Pink-Jumbo-Gift-Wrap/dp/B006G976FG>)

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

3. Kuning

Bermakna kebahagiaan, ceria, dan optimis. Memiliki rasa penasaran yang tidak terbatas (hlm. 28).



Gambar 2.37. Kuning

(<https://www.labelmaster.com/shop/60-off-blank-6-square-weather-resistant-label-btv06y>)

4. Biru

Bermakna ketenangan dan teratur dalam kehidupan. Memiliki rasa dipercaya dan memiliki nilai loyalitas dengan pihak lain (hlm. 29).

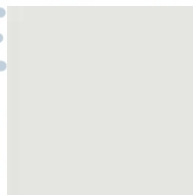


Gambar 2.38. Biru

(<https://www.fabric.com/buy/0434328/kona-cotton-solid-108-wide-quilt-back-royal-blue>)

5. Abu – abu

Bermakna lebih ke pengamat dan pendiam dalam kehidupan sosial. Tidak berkomitmen akan rencana yang sudah dibuat (hlm. 29).



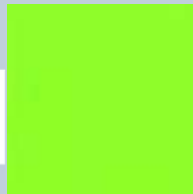
Gambar 2.39. Abu - abu

(<http://www.indutec.es/en/finishes>)

6. Hijau

Bermakna rasa aman sekaligus dermawan akan waktu dan murah hati.

Memiliki rasa keras kepala akan situasi yang penting (hlm. 30).

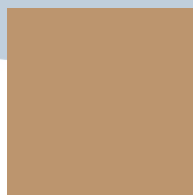


Gambar 2.40. Hijau

(<https://www.atozpartyrental.net/products/spandex-linen/spandex-neon-green-linen/>)

7. Coklat

Bermakna rasa loyal dan berketergantungan. Mementingkan kenyamanan dan keluarga sekaligus rumah sendiri (hlm. 30).



Gambar 2.41. Coklat

(<https://www.ppgpaints.com/color/color-families/oranges/tudor-beige>)

8. Ungu

Bermakna negosiator dan berkeinginan kuat akan memberi pertolongan.

Kurang percaya diri akan pihak lain dan menikmati kerahasiaan (hlm. 30).

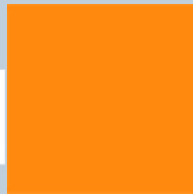


Gambar 2.42. Ungu

(https://www.glodbalkicks.com/product_info.php?c=carnation%20pink)

9. Orange

Bermakna suka berteman, bersemangat, dan menyenangkan bersama pihak lain. Tidak keberatan untuk membaur dalam keramaian (hlm. 31).



Gambar 2.43. Orange

(<http://www.bellalaminati.com/decorative-laminates/solid-color-laminates/s-021.html>)

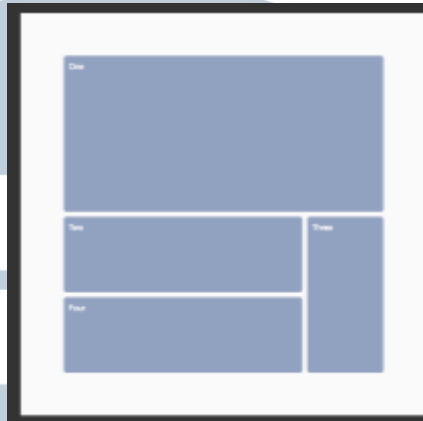
2.7. Layout

Golombisky dan Hagen (2010) mendeskripsikan *layout* sebagai pengaturan visual dan teks dalam suatu tempat untuk memberi komposisi pada suatu desain. *Layout* menentukan jalur apa yang akan dilalui sekaligus objek yang dilihat dalam suatu halaman. Dalam *layout*, *focal point* merupakan komponen pertama yang dimasukkan untuk membuat perhatian visual yang pertama kali dilihat (hlm. 70).

Ada 2 jenis *layout* pembagian halaman seperti yang dipaparkan Samara (2011) :

1. *Orthogonal page division*

Komposisi layout yang didasarkan bentuk geometris horizontal dan vertikal yang membentuk hubungan proporsi jelas antara elemen positif dengan ruang negatif, yang mengikat seluruh bagian dalam halaman tersebut atau menyebar bersamaan untuk si pembaca (hlm. 143).

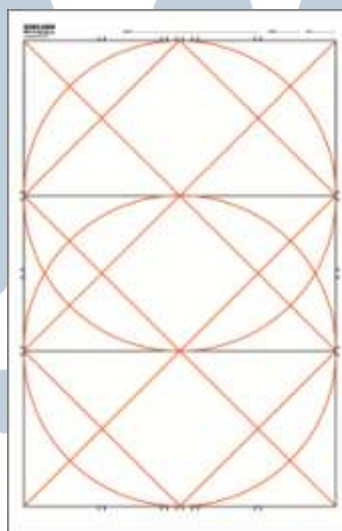


Gambar 2.44. *Orthogonal page division*

(<https://www.smashingmagazine.com/2016/11/css-grids-flexbox-box-alignment-new-layout-standard/>)

2. *Diagonal and organic page division*

Komposisi layout yang didasarkan pada sebuah bentuk yang tidak teratur dan aneh yang menjadi bentuk eksplorasi sistem proporsi yang intuitif, berubah – ubah, dan puitis yang mewakili keteraturan yang jelas (hlm. 145).

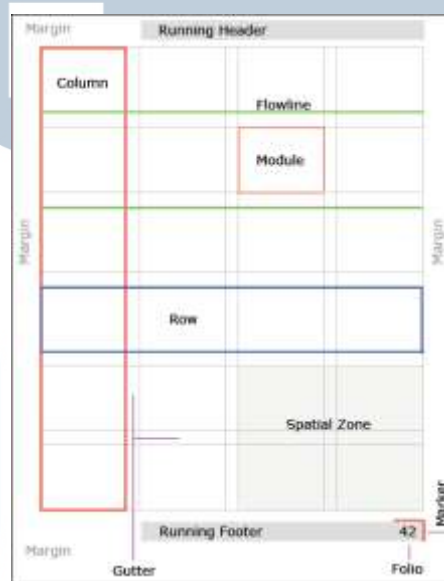


Gambar 2.45. *Diagonal and organic page division*

(<https://www.makingcomics.com/2014/05/07/panel-layout-golden-ratio/>)

2.7.1. Grid

Poulin (2011) memaparkan, *grid* merupakan komposisi garis horizontal dan vertikal yang menampilkan baris dan persimpangan untuk digunakan secara jelas dan bijak oleh desainer grafis (hlm. 261). *Grid* berfungsi untuk menyusun, mengatur, memisahkan, memperbesar, mengurangi, dan menempatkan elemen visual. *Grid* bersifat fleksibel bisa dimodifikasi atau diabaikan untuk solusi yang intuitif sesuai kebutuhan. *Grid* juga berguna sebagai panduan dalam membuat hubungan antar komposisi elemen desain secara proposional (hlm. 265 - 266). Ada berbagai komponen dalam suatu grid sebagai berikut :



Gambar 2.46. Komponen *grid*

(<https://vanseodesign.com/web-design/grid-anatomy/>)

1. *Margin*

Sebuah batas atau ruang negatif yang mengelilingi format dan konten halaman (hlm. 268).

2. *Flow line*

Pengaturan konten secara horizontal menjadi area tetap yang membimbing apa yang terlihat di halaman tersebut dan menjadi batas penempatan teks dan gambar (hlm. 268).

3. *Module*

Satuan ruang individu dalam grid yang dipisahkan dalam jarak yang sama (hlm. 268).

4. *Column*

Pengaturan konten secara vertikal yang membagi area horizontal antar margin halaman tersebut (hlm. 268).

5. *Spatial zone*

Sekelompok ruang yang membentuk area tertentu suatu halaman untuk menampilkan informasi serupa, seperti sekelompok gambar atau beberapa kolom teks (hlm. 268).

6. *Marker*

Indikator grafis untuk informasi tambahan halaman tersebut, seperti *footer*, nomor halaman, hingga elemen lain yang hanya menempatkan satu posisi saja di suatu halaman (hlm. 268).

7. *Gutter*

Ruang vertikal yang berada di antara kolom teks (hlm. 268).

U
N
I
V
E
R
S
I
T
A
S

M
U
L
T
I
M
E
D
I
A

N
U
S
A
N
T
A
R
A

Shijan (2017) membagi jenis *grid* berdasarkan kombinasi bagian *column*, *module*, *gutter*, dan *margin* sebagai berikut :

1. *Manuscript / single column grid*

Merupakan dasar dari segala *grid*, yang terdiri atas satu persegi panjang sebagai format margin (hlm. 34).



Gambar 2.47. *Manuscript grid*

(<https://opentextbc.ca/graphicdesign/chapter/3-3-organizational-principles/>)

2. *Multicolumn grid*

Merupakan *grid* yang terdiri atas lebih dari 1 kolom (hlm. 35).

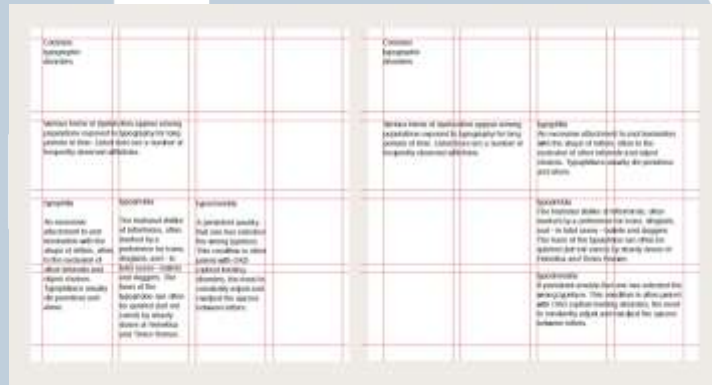


Gambar 2.48. *Multicolumn grid*

(<http://thinkingwithtype.com/grid/>)

3. *Modular grid*

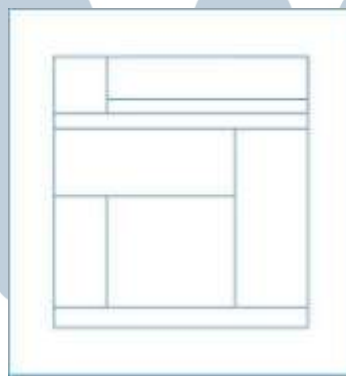
Merupakan *grid* kolom yang memiliki garis pembagi bidang verikal secara horizontal dari kiri ke kanan (hlm. 35).



Gambar 2.49. *Modular grid*
(<http://thinkingwithtype.com/grid/>)

4. *Hierarchical grid*

Merupakan *grid* yang membagi halaman secara horizontal ke beberapa zona berbeda (hlm. 35).



Gambar 2.50. *hierarchical grid*
(<https://id.pinterest.com/pin/382313455844162698/?lp=true>)

5. *Baseline grid*

Merupakan *grid* yang terdiri atas garis – garis dari atas sampai bawah margin (hlm. 35).

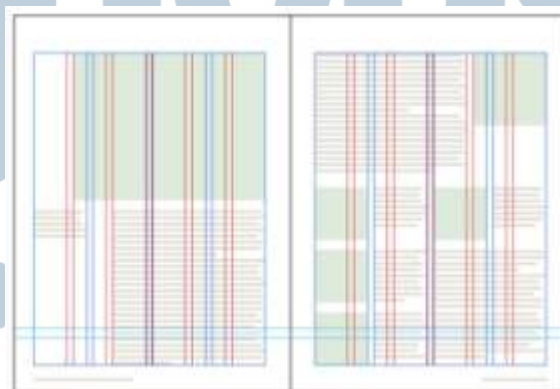


Gambar 2.51. *Baseline grid*

(<https://visme.co/blog/layout-design/>)

6. *Compound grid*

Merupakan gabungan beberapa sistem *grid* menjadi sebuah rangka yang terorganisasi dan sistematis (hlm. 35).



Gambar 2.52. *Compound grid*

(<https://www.bookdesignmadesimple.com/layout-grid-book-design/>)

2.7.2. Hierarki Visual

Samara (2011) menjelaskan hierarki visual berupa komposisi kuat yang tidak hanya bergantung pada komposisi berbagai elemen, tetapi juga bagaimana elemen – elemen tersebut berperan dalam mengarahkan si pembaca untuk memahami konteks dan bagaimana urutan membaca elemen – elemen tersebut. Proses menentukan urutan elemen visual atau disebut hierarki merupakan proses wajib dalam setiap proyek desain untuk mengatur tahap dan langkah bagaimana pembaca merasakan dan memahami setiap informasi dalam berbagai tingkatan. Dalam menentukan elemen terpenting, desainer umumnya terpaku pada sebuah pertanyaan sederhana berdasarkan nalurinya, “Apa yang ingin aku lihat terlebih dahulu?”.

Elemen – elemen tersebut harus dipastikan tidak saling menonjol satu sama lain. Tahap ini meliputi pengaturan komponen wajib, seperti ukuran, kepadatan, dan kehalusan, sekaligus melebih – lebihkan komponen lain supaya pembaca bisa mengolah informasi lebih efisien tanpa perlu mengabaikan daya tahan dan penekanan. Ada dua strategi untuk memberi penekanan pada sebuah komponen visual, yaitu memberi perbedaan dari elemen tersebut atau mengatur elemen di sekeliling sedemikian rupa supaya orientasi arah, lekukan, dan ruang perantara bisa terlihat secara langsung. Strategi pertama cenderung memberikan penekanan khusus pada suatu elemen dalam bentuk atau ruang yang memisahkannya dari susunan komposisi tersebut. Strategi kedua yang meliputi perkumpulan dari beragam elemen di sekeliling membuat penekanan terhadap

bentuk primer dan mengarahkan mata pada lokasi sekunder dari suatu elemen (hlm. 18).



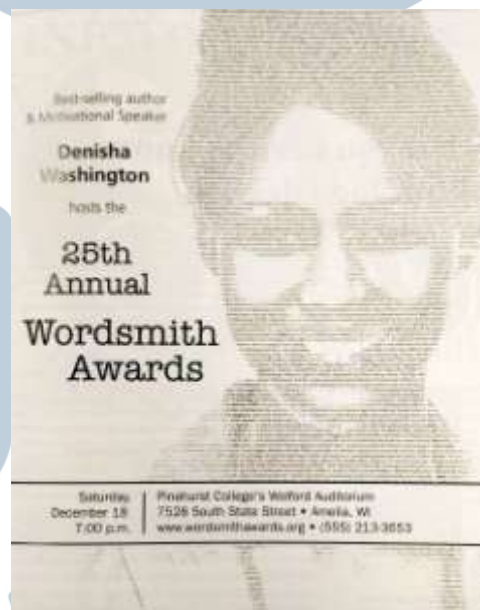
Gambar 2.53. Contoh hierarki visual
(Golombisky dan Hagen, 2010)

Contoh dari penerapan hierarki visual bisa dilihat dari poster promosi hotel sebagai berikut. Poster tersebut memiliki foto hotel di sebelah kiri dan profil sekaligus sejarah hotel di sebelah kanan. Huruf “R” besar juga diletakkan di depan foto hotel bagian kanan bawah. Keterangan foto juga disertakan di pojok kiri atas poster tersebut. *Background* dengan *tone* krem juga dimasukkan. Secara otomatis, mata akan tertuju pada foto hotel di tengah dengan huruf “R” besar di depannya. Setelah itu, informasi profil dan sejarah hotel baru dilihat di sebelahnya. Keterangan foto hotel di pojok kiri atas baru dilihat setelahnya. Alur membaca poster tersebut dimulai dari kiri ke kanan dari foto hotel ke informasi profil dan sejarah hotel.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.7.3. Focal Point

Golombisky dan Hagen (2010) mendeskripsikan *focal point* sebagai suatu pusat perhatian dalam desain atau *layout*. Selain itu, *focal point* juga disebut sebagai *center of visual interest (CVI)* atau pusat perhatian visual karena berfokus pada perhatian mata. Beberapa elemen tidak bisa dipadatkan sekaligus dalam satu ruang untuk membentuk *focal point*. Beberapa elemen ada yang dikelompokkan dalam satu halaman yang sama dengan *focal point* masing – masing. Meski seperti itu, suatu cerita harus tetap dominan dan berfungsi sebagai *focal point* yang membentuk hierarki visual. Focal point bisa dalam beragam bentuk, seperti di ruang negatif, ukuran, kontras terang – gelap selama bisa menjadi informasi visual yang paling menonjol (hlm. 50).



Gambar 2.54. Contoh *focal point*

(Golombisky dan Hagen, 2010)

Contoh penggunaan focal point terdapat pada poster acara seminar. Poster ini memiliki huruf – huruf yang disusun sedemikian rupa hingga berbentuk wajah seseorang di sebelah kanan. Mata secara otomatis akan tertuju pada gambar wajah orang dari kumpulan tulisan sebelum kemudian membaca informasi lain di sebelah kiri dan bawah poster. Kumpulan huruf – huruf yang dipadatkan menjadi satu – kesatuan objek baru dalam ukuran besar membuat mereka terlihat terlebih dahulu dibandingkan dengan konten informasi acara tersebut. Warna *background* putih juga membuat tulisan warna hitam bisa terlihat dengan jelas, termasuk wajah orang dari kumpulan tulisan.

2.7.4. Space

Space, seperti diungkapkan oleh Poulin (2011), merupakan jarak atau area di antara atau sekitar beragam elemen, seperti garis, bentuk, rupa, warna, tekstur, frame, dan gambar dalam suatu komposisi (hlm. 103). *Space* merupakan area penting berbentuk elemen kosong dalam beragam komposisi visual sebagai pemberi jarak antar elemen grafis (hlm. 104). *Space* terdiri atas 4 jenis, yaitu sebagai berikut :

1. Actual space

Suatu area yang terpakai dari komposisi visual (hlm. 106). Contoh dari penggunaan *space* tersebut adalah penempatan tulisan judul acara di tengah poster sebagai pusat perhatian poster tersebut. Elemen visual pendukung berupa ikon juga ditempatkan di sekeliling poster untuk memberi suasana dan tema poster tersebut.



Gambar 2.56. Contoh *pictorial space*

(<https://fromupnorth.com/beautiful-poster-designs-1142-24603f7ddcd0>)

3. *Psychological space*

Suatu komposisi visual yang mempengaruhi mata dan pikiran si pembaca (hlm. 106). Contoh dari penerapan space tersebut adalah penggunaan gambar binatang sekaligus elemen visual berupa hutan terbakar juga ditempatkan sesuai bentuk binatang tersebut sebagai pemberi kesan akan binatang yang terancam kehidupannya karena pembakaran hutan. Poster tersebut juga memberi pengaruh psikologis berupa timbulnya rasa iba, kepedulian, sekaligus kesedihan atas lingkungan alam yang dirusak manusia.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2.57. Contoh *psychological space*
(http://college-saint-amarin.websco.fr/index.php?id_menu=34)

4. *Physical space*

Penggunaan ruang dasar, estetik, dan fungsional untuk membangun suatu lingkungan yang memiliki hubungan antar muka (hlm. 106). Contoh dari penerapan *space* tersebut adalah penggunaan *signage* dalam suatu hotel yang membantu pengunjung bisa mencari fasilitas hotel. Signage ditempatkan pada *space* yang sering dilalui dan dilihat pengunjung, supaya bisa dimanfaatkan secara efisien sebagai penunjuk sebuah tempat di wilayah tersebut.



Gambar 2.58. Contoh *physical space*
(<https://www.copirite.com.au/services/signage/>)

Ruang komposisi dalam komunikasi visual hanya memiliki panjang dan lebar. Meski tidak memiliki kedalaman, ilusi kedalaman ruang dan ruang tiga dimensi dalam suatu komposisi bisa didapat dalam pikiran pembaca melalui karakteristik dan teknik visual secara spesifik. Ada 3 bentuk hubungan ruang sebagai berikut :

1. *Relative size*

Merupakan ciri visual paling dasar dalam membuat ilusi ruang dalam komposisi dua dimensi. Elemen besar akan selalu terlihat lebih dekat dalam suatu komposisi dibandingkan dengan elemen kecil (hlm. 108).



Gambar 2.59. *Relative size*

(<http://shawnbarry-creative.com/2013/07/30/graphic-design-quick-tip-balancing-graphic-effects/>)

2. *Overlapping*

Merupakan bentuk visual dalam memberi kedalaman dalam komposisi dua dimensi. Ketika suatu komposisi elemen saling bertumpuk satu sama lain, mereka akan terlihat sebagai *foreground* sebagai area yang menumpuk dan *background* sebagai area yang ditumpuk (hlm. 108).



Gambar 2.60. *Overlapping*

(http://www.artyfactory.com/graphic_design/developing_graphic_ideas/composition-techniques-7.html)

3. *Location*

Merupakan posisi elemen tersebut ditempatkan secara vertikal dalam komposisi dua dimensi. Suatu komposisi terletak di bawah dianggap sebagai foreground yang merupakan area terdekat dengan si pembaca. Komposisi yang terletak di atas dianggap sebagai background yang merupakan area terjauh dengan si pembaca (hlm. 108).



Gambar 2.61. *Location*

(<https://venngage.com/blog/creative-poster-ideas/>)

2.7.5. Kontras

Poulin (2011) menjabarkan kontras sebagai prinsip visual pokok yang menyediakan mata dengan suatu perbedaan yang terlihat antara dua objek, seperti contoh antara besar - kecil, merah – hijau, terang – gelap, atau panas – dingin. Dalam komunikasi visual, kontras merupakan suatu perbedaan ciri visual yang jelas untuk membuat suatu objek atau perwakilan gambar bisa dibedakan dan terlihat jelas dari objek lain dalam suatu komposisi. Kontras didapat dengan membuat lebih banyak perbedaan visual dalam ukuran, bentuk, warna dan tekstur antara elemen terkomposisi untuk mengembangkan suatu pesan menjadi terarah secara langsung dan dimengerti oleh pembaca (hlm. 189- 190).

Hubungan antara kontras bisa ditunjukkan dengan menggabungkan beragam elemen untuk membentuk suatu keragaman dan kesatuan. Tantangan utama dari kontras adalah membuat komposisi yang terlihat kecil menjadi satu kesatuan komposisi utuh. Kontras berfungsi dalam membuat penekanan, kepentingan, tonjolan, atau dominasi suatu elemen dari suatu komposisi (hlm. 192 - 194). Mata manusia bisa mendeteksi kontras dalam beragam bentuk, seperti skala, *value*, bentuk, arah, dan permukaan. Mendeteksi suatu kontras juga bisa memastikan dan memperkuat pesan visual dengan memaksimalkan atau meminimalkan penggunaan visual untuk memperlihatkan stabilitas dan kejelasan akan kepaduan sebuah komposisi. (hlm. 197).



Gambar 2.62. Contoh kontras
(Poulin, 2011)

Contoh dari penerapan kontras bisa dilihat pada poster acara pantomim. Penggunaan warna hitam sebagai *background* dan warna putih sebagai *foreground* membuat siluet tangan bisa terlihat dengan jelas, beserta dengan tulisan dan komponen lingkaran dalam poster tersebut. Poster tersebut hanya menggunakan dua warna, yaitu hitam dan putih. Penggunaan 2 warna membuat penerapan ruang negatif dari tangan bisa dibuat menonjol.

Tulisan tangan dibuat dalam *script* dan ditempatkan di tengah kanan poster dalam keadaan miring, sehingga membuat tulisan dilihat paling pertama. Lingkaran pendukung diposisikan dalam bentuk segitiga bersama lingkaran pendukung di bawah tulisan *script* tersebut. Posisi tersebut memastikan lingkaran putih kecil berisi keterangan tempat dan waktu acara, bisa dilihat setelah tulisan tersebut.