



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1. Kampanye Sosial

Pada awalnya kampanye memiliki konotasi negatif, karena kampanye diartikan sebagai alat untuk menyebar luaskan kepentingan-kepentingan politik kepada kalangan masyarakat. Dan jika tidak mengetahui arti kampanye yang sesungguhnya, maka kampanye dapat disebut sama dengan propaganda. Setelah ditelaah lebih lanjut, kampanye bertolak belakang dengan propaganda. Saat ini, kampanye kini sudah lebih terbuka dan humanis sehingga memiliki konotasi yang positif, sedangkan propaganda lebih bersifat tersembunyi dan memaksa.

Kampanye sosial adalah kegiatan kampanye yang dilakukan secara sadar, dan meningkatkan proses pelaksanaan yang terancam pada periode tertentu dengan tujuan untuk mempengaruhi khalayak tertentu (Rosady, 2008, Hlm. 23). Menurut Charles U. Larson dalam bukunya yang berjudul *Persuasion, Reception, Responsibility* (Larson, 1992, Hlm. 25) berdasarkan jenis kegiatannya kampanye terbagi menjadi tiga, yaitu kampanye produk, kampanye politik, dan kampanye sosial. Kampanye yang penulis buat ini termasuk dalam jenis kampanye sosial, karena berorientasi yang bertujuan bersifat khusus dan berdimensi perubahan sosial.

Menurut Roger & Synder (Venus, 2007, Hlm. 30) menyatakan bahwa perancangan pesan yang sensitif dan kreatif merupakan dasar dari keberhasilan

sebuah kampanye. Sebuah kampanye juga memerlukan implementasi yaitu lewat penggunaan media. Tujuan penggunaan media ini adalah untuk menentukan kebutuhan atas jangkauan, frekuensi, dan keseimbangan terhadap kampanye yang dilakukan (Ruslan, 2008, Hlm. 29).

### **2.1.1. Komunikasi dalam Kampanye**

Menurut Rosady Ruslan (2008) tujuan dari komunikasi kampanye adalah untuk menciptakan pengetahuan, pengertian, pemahaman, kesadaran, minat, dan dukungan dari berbagai pihak. Komunikasi yang efektif ketika dalam melakukan kampanye adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana mengubah sikap
2. Mengubah opini
3. Mengubah perilaku

Setelah terjadinya komunikasi maka akan ada efek yang dapat diterima, dan efek tersebut akan mengakibatkan perubahan dalam opini, baik pribadi maupun publik serta mayoritas. Seperti yang dijelaskan oleh Prof. Anne Gregory (2010, HLM. 90-91) proses penyampaian pesan dalam sebuah komunikasi memiliki tingkatan dalam penerimaannya dan hal tersebut terbagi ke dalam tiga tahap:

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

### 1. *Awareness*

Tahap ini merupakan sebagai awalan dengan memberikan informasi dan pengetahuan yang dapat menarik perhatian publik untuk lebih memahami lebih dalam terhadap suatu masalah.

### 2. *Attitudes and Opinion*

Timbul reaksi setelah menerima informasi, hal ini menyangkut aspek emosional dan dapat menimbulkan ketertarikan, penerimaan, bahkan penolakan.

### 3. *Behavior*

Menarik publik dengan mempromosikan suatu respon untuk melakukan suatu tindakan yang harus dilakukan.

Ruslan (2007, Hlm. 39) menjelaskan bahwa terdapat tahap-tahap prosedur yang dikenal sebagai AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*). Dalam melakukan komunikasi kampanye, terdapat tahapan tertentu yang harus dilakukan untuk mempengaruhi dan mengubah pola dan perilaku *audience* atau penerima pesan.

#### **2.1.2 Media Visual Kampanye**

Rakhmat (2008, Hlm. 188) mengemukakan bahwa terdapat beberapa media yang dapat digunakan dalam kampanye sosial, yakni:

1. *Above the line*

Media yang dilakukan untuk melakukan periklanan kampanye melalui televisi, blog, website, dan lainnya

2. *Below the line*

Melakukan promosi kampanye melalui media cetak seperti brosur, poster, flier, dan lainnya.

3. *Alternative media*

Mempromosikan kampanye melalui media transportasi seperti bus, taxi ad, balon, dan lainnya.

4. *Ambient media*

Media yang digunakan merupakan media yang tidak terduga dan merupakan benda-benda yang sering dimanfaatkan oleh khalayak umum seperti *lift*, toilet, dan lainnya.

Berikut ini adalah penjelasan mengenai beberapa contoh media yang digunakan dalam *Below the line* dan *Above the line* dalam kampanye sosial:

1) Brosur

Secara umum brosur digunakan sebagai media publikasi kampanye/acara, dan lain sebagainya. Ukuran dan jumlah lipatan yang digunakan bervariasi. Salah satunya *tri fold* yang menggunakan ukuran 29,7 x 21 cm.

Elemen layout yang digunakan beragam, karena disesuaikan dengan ketersediaan ruang.



Gambar 2.1 Brosur

(<https://www.pinterest.com/pin/594897432003259222/>, 2015)

## 2) X- Banner

Media publikasi yang diletakan berdiri pada suatu sisi ruangan agar informasi dapat dilihat dengan mudah oleh banyak *audience*. Ukuran yang digunakan bervariasi, namun pada umumnya ukuran banner yang digunakan adalah 160 x 60 cm. Elemen yang digunakan mirip dengan elemen yang diterapkan pada poster, seperti gambar, judul utama, dan keterangan.

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 2.2 X-banner

(<https://dundungprint-syariah.business.site/>, 2010)

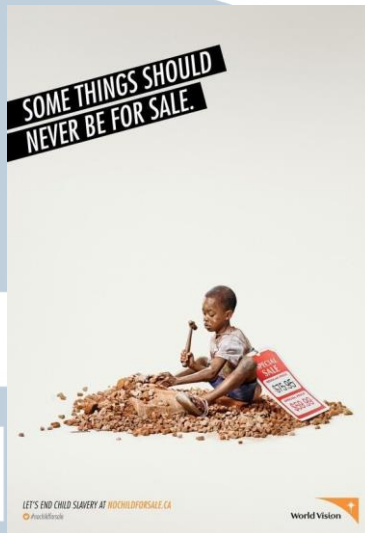
### 3) Poster

Poster merupakan inti dari desain grafik, pesan yang ada dalam poster harus singkat dan jelas. Poster harus dapat menyampaikan pesan dalam satu kalimat dengan bantuan symbol dan foto yang menarik perhatian juga dapat memudahkan *audience* dalam menangkap pesan yang disampaikan.

Penempatan poster dapat dimana saja, seperti sekolah, kantor, tempat umum, dan sebagainya. Pada umumnya ukuran yang digunakan pada poster adalah 42 cm x 59.4 cm.

UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 2.3 Poster

(<https://id.pinterest.com/pin/728035095989144688/?lp=true>, 2013)

### 2.1.3. Website

*Website* adalah kumpulan halaman *web* yang terhubung dan *file* yang ada di dalamnya saling terkait di *World Wide Web*, dan dikelola oleh satu orang atau organisasi yang mengulas topic tertentu (Gregorius, 2000), sedangkan *web design* adalah proses perancangan pembuatan *website*.

#### 2.1.3.1. Anatomi website

##### 2.1.3.1.1. Header

*Header* berfungsi sebagai bagian yang menyatukan seluruh halaman *web* melalui tombol navigasi serta mengidentifikasi *web* tersebut kepada penggunaannya.



#### **2.1.3.1.2. Feature Area**

*Feature area* biasanya memiliki area yang lebih luas daripada bagian lain dan memuat gambar utama dari sebuah *website*. Menurut Miller (2011) sebuah *web design* harus memiliki informasi yang jelas sehingga untuk mencapai hal tersebut *web designer* merancang *feature area* sebagai *focal point* untuk mengarahkan pengguna *web* ke *feature area* tersebut sebelum beralih ke halaman *web* yang lainnya.

#### **2.1.3.1.3. Content**

*Content* memuat isi dari *website* berupa artikel, gambar, atau pun video. Halaman *web* tidak memiliki batasan ukuran sehingga *web designer* memberikan ukuran tersendiri agar artikelnya dapat dengan mudah dibaca oleh pengguna *web*. *Web designer* juga memperhatikan penggunaan *layout*, tipografi, dan jenis *font* untuk memudahkan pembaca dalam memahami informasi yang diberikan.

#### **2.1.3.1.4. Sidebar**

*Sidebar* dalam halaman *web* berisi mengenai informasi sekunder sebagai pendukung utama dari sebuah *website*. Informasi sekunder ini berupa *link* yang terhubung ke suatu artikel utama, dan penggunaan *font size* pada *sidebar* ini tidak lebih besar atau sama dengan *font size* konten utama (Miller, 2011).

#### **2.1.3.1.5. Footer**

*Footer* biasanya berisi informasi sampingan mengenai hak cipta *website*, pemilik dan pengelola *web* atau artikel-artikel utama dari *website* tersebut dan *footer* diletakan pada bagian bawah dari halaman *web* (Miller, 2011).

#### **2.6.3.1.6. Background**

Pada awalnya, *background* pada sebuah *web* memuat gambar berpola menyerupai *wallpaper*, namun saat ini penggunaan *background* pada *web* adalah sebagai pendukung dari konten guna mempercantik tampilan *web* (Miller, 2011).

### **2.1.4. Site Planning**

Sebelum membuat desain yang memfokuskan kepada *user*, hal pertama yang perlu diperhatikan adalah merancang sebuah rencana (Miller, 2011). Sebuah rencana dapat memberikan gambaran memberikan penjelasan dan tujuan kepada orang lain.

#### **2.1.4.1 Site map**

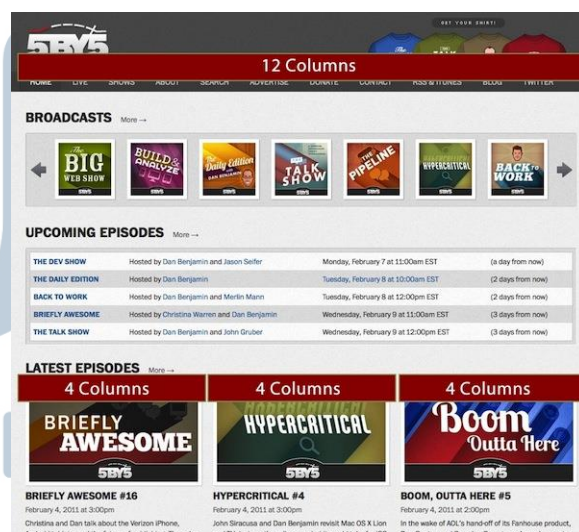
*Site map* merupakan skema yang dibuat untuk merancang situ *web*, dengan menampilkan halaman-halaman *web* dan hubungannya satu sama lain.

Pada halaman pada umumnya diwakili dengan sebuah kotak dan *link* yang digambarkan dengan garis yang menghubungkan kotak-kotak tersebut.

## 2.1.5. Grid System

### 2.6.5.1. 960 Grid System

Pada umumnya 960 *Grid System* merupakan sistem grid yang digunakan dalam *framework css* (Beaird, 2010). Template area yang digunakan pada sistem *grid* memiliki ukuran panjang 1024px dengan lebar 960px dan biasanya area ini dibagi menjadi 16 kolom. Umumnya dalam mendesain *web* pembagian area menjadi 12 kolom adalah sistem yang paling sering digunakan yang dapat memudahkan pembagian konten menjadi 4 bagian dengan masing-masing dibagi menjadi tiga kolom, membagi menjadi 3 bagian dengan masing-masing terdiri dari 4 kolom, dan membagi 2 bagian dengan masing-masing terdiri dari 6 kolom.

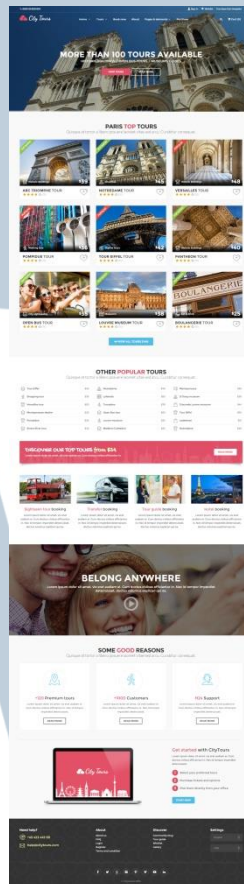


Gambar 2.4 Website 12 kolom dengan 960 *grid system*

(<http://spy-digger.blogspot.com/2011/03/using-960-grid-system-as-design.html>, 2015)

### 2.1.5.2 Parallax Scrolling

*Parallax scrolling* merupakan teknik yang digunakan sebagai strategi desain *website* sehingga *background* dapat bergerak secara *scrolling* (Frederick, 2013). *Parallax Scrolling* mudah digunakan dan menarik secara visual dibandingkan dengan *website* yang tidak menggunakan efek *parallax*.



Gambar 2.5 Website dengan efek *parallax scrolling*

(<https://namkhoathientam.com/parallax-website-template-free/parallax-website-template-free-luxury-50-best-parallax-wordpress-website-templates-amp-themes/>, 2018)

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

## 2.2. Elemen dan Prinsip Desain

### 2.2.1. Warna

Dalam suatu desain warna merupakan salah satu elemen terpenting. Warna dapat digunakan untuk mempengaruhi cara pandang, *mood*, seseorang melalui aspek psikologi yang dimilikinya.

Dalam buku *The Complete Color Harmony*, Whelan, M. B. (2004), pada umumnya warna-warna tertentu memiliki kesan, misalnya seperti warna orange, kuning yang melambangkan kehangatan, muda dan dinamis. Warna kuning melambangkan *intellect*, kebahagiaan, dan pencerahan. Warna merupakan salah satu hal yang paling mudah ditangkap oleh manusia dan menjadi hal yang penting dalam sebuah ilustrasi atau gambar. Psikologi warna juga memiliki peranan penting dalam dunia desain grafis.

Berdasarkan lingkaran warna (*color wheel*) secara sederhana warna terbagi menjadi tiga, yaitu primer, sekunder, dan tersier. *Red, Green, Blue* (RGB) merupakan warna primer sedangkan *Cyan, Magenta, Yellow, Chrome* (CMYK) merupakan komplemen warna dari gabungan warna RGB. Terdapat dua jenis warna primer, yaitu *additive system* dimana warna berasal dari suatu cahaya, sedangkan *subtractive system* merupakan warna yang berasal dari pigmen. Warna tersier merupakan penggabungan antara warna sekunder dan primer dengan perbandingan yang sama.



Gambar 2.6 Klasifikasi warna pada *color wheel*

(Whelan, M. B, 2004)

### 2.2.2. Tipografi

Desain Komunikasi Visual tidak bisa lepas dengan tipografi yang merupakan elemen pendukung visualnya. Tipografi adalah seni pemilihan jenis huruf untuk digabungkan dengan jenis huruf lainnya serta menggabungkan sejumlah kata. Tipografi yang baik adalah menarik dan terbaca dan memiliki gaya atau ciri khas tersendiri. Berikut ini adalah beberapa hal yang terkait dengan tipografi menurut Yoga (2005, Hlm. 38):

#### 1. *Type Face* (huruf)

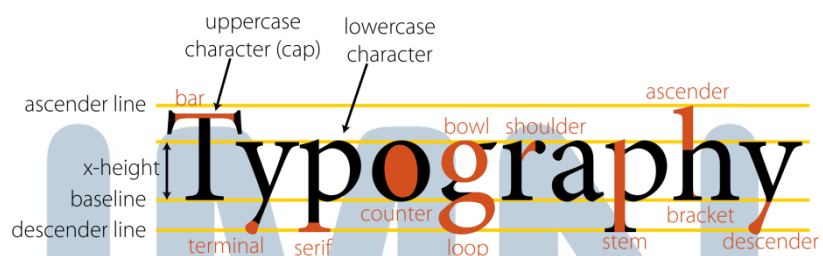
Berikut adalah bagian penting yang menyusun dan membedakan satu huruf dengan yang lain:

1) *X-Height*, merupakan ukuran tinggi dari huruf kecil (*lower case*)

2) *Ascender*, merupakan bagian huruf yang menonjol ke atas melebihi *Mean line*

3) *Descender*, merupakan bagian huruf yang menonjol ke bawah melebihi *Base line*

- 4) *Mean line*, merupakan batas garis huruf kecil berupa garis imajiner yang juga menunjukkan penonjolan *Ascender*
- 5) *Base line*, merupakan garis batas imajiner tempat dimana huruf berada, selain itu juga menunjukkan penonjolan *Descender*
- 6) *Body size*, ukuran huruf yang diukur dari ujung atas (*Ascender*) sampai ujung bawah (*Descender*)
- 7) *Serif*, lengkungan atau kait kecil yang berada pada bagian ujung huruf
- 8) *Set width*, keberagaman ukuran lebar huruf satu dengan yang lainnya
- 9) *Cap line*, adalah tinggi huruf kapital yang dapat lebih tinggi atau lebih rendah dari *Ascender*.



Gambar 2.7 Bagian-bagian utama huruf

(<http://www.news.palcomtech.com/mengenal-klasifikasi-jenis-huruf-tipografi/>, 2013)

## 2. Klasifikasi Huruf

Berdasarkan nuansa dan bentuknya, huruf dikategorikan menjadi 7 kategori besar, yaitu:

- 1) Roman (*serif*)

Bentuk huruf ini memiliki kait dan memiliki sifat yang elegan dan formal disertai dengan ketebalan yang kontras. Jenis huruf yang paling digunakan adalah *Times New Roman* (Sihombing, 2005, Hlm. 1991).



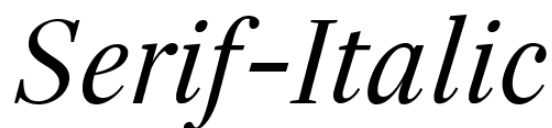
Serif

Gambar 2.8 Contoh *Font Serif*

(<http://www.news.palcomtech.com/mengenal-klasifikasi-jenis-huruf-tipografi/>, 2015)

## 2) *Italic*

*Italic* adalah jenis huruf yang relative miring dari huruf roman/serif pada umumnya. Tipe ini diciptakan untuk melengkapi huruf roman yang sudah ada (Yoga, 2005, Hlm. 41).



*Serif-Italic*

Gambar 2.9 Contoh *Font Italic Serif*

(<https://www.ffonts.net/Serif-Italic.font>, 2011)

## 3) *Lineale(san serif)*

San serif dapat diartikan sebagai huruf tanpa kait yang ujungnya tumpul, dengan sifat yang kurang formal dan sederhana serta modern.



# Sans Serif

Gambar 2.10 Contoh *Font San Serif*  
(<https://sophiebaileyblog.wordpress.com/>, 2016)

## 4) *Slab serif*

*Slab serif* adalah kategori huruf yang bersifat tebal dan memiliki lempengan menyerupai huruf serif. Huruf *slab serif* antara lain Memphis, Typewriter, dan Clarendon.

# Slab serif

Gambar 2.11 Contoh *Font Slab Serif*  
([https://www.tapuntu.eus/es/como-escoger-la-tipografia-adecuada-3-tendencias-para-el-2016/slab\\_serif-2/](https://www.tapuntu.eus/es/como-escoger-la-tipografia-adecuada-3-tendencias-para-el-2016/slab_serif-2/), 2016)

## 5) *Text*

*Text* adalah huruf yang memiliki karakteristik seperti huruf pada abad pertengahan, yang dibuat menggunakan goresan tinta yang tebal

## Ancient Medium

Gambar 2.12 Contoh *Font Text*

(<https://www.ffonts.net/Ancient-Medium.font.viewreview>, 2015)

### 6) *Script*

Merupakan jenis huruf yang memiliki karakteristik bentuk seperti tulisan tangan secara menyambung.

*Script*

Gambar 2.13 Contoh *Font Script*

(<https://thegolfclub.info/related/free-nautilus-font.html>, 2017)

### 7) *Decorative*

*Decorative* adalah kategori huruf yang ditandai dengan menggunakan dekorasi tertentu sehingga huruf terlihat menjadi lebih menarik.

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



**BLOMSTER**

Gambar 2.14 Contoh Font *Decorative*

(<https://id.pinterest.com/pin/188658671861174330/?lp=true>, 2017)

### 2.2.3. *Layout*

*Layout* yang bagus adalah yang memahami apa yang dibutuhkan dalam mengkomunikasikan pesan dan memiliki kedalaman menempatkan elemen-elemen desain (Tappenden Jefford, 2004). *Layout* sangat berpengaruh besar terhadap foto dan informasi. Menurut Beth Tonderau (2009) *layout* digunakan untuk mengatur jarak dan informasi yang dibaca. Dengan adanya *layout* dapat memudahkan *audience* mengikuti alur baca dari suatu desain karya. Berikut ini adalah beberapa jenis *layout* yang dapat digunakan, antara lain:

#### 1) *Unity*

Menurut Landa, *unity* tercipta dari kombinasi berbagai elemen desain yang saling berkesinambungan

#### 2) *Balance*

Keseimbangan merupakan komposisi yang terdapat pada suatu bidang desain. Dalam keseimbangan terdapat dua macam jenisnya, yaitu simetris dan asimetris.

### 3) *Emphasis*

*Emphasis* adalah prinsip desain yang bersifat dapat menangkap perhatian mata *audience* atau target yang melihatnya. Pada *emphasis* ini pada umumnya menggunakan elemen desain yang berbeda dari yang lainnya.

### 4) *Sequence*

*Sequence* atau hirarki merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah desain. Desain yang baik dan memiliki urutan harus memiliki penekanan atau *emphasis* sehingga tercipta *flow* pada mata *audience*.

#### **2.2.3.1 Elemen *Layout***

Dalam sebuah *layout* memiliki beberapa elemen yang bertujuan untuk menyampaikan informasi secara tepat, dan memudahkan pembaca dalam mencari informasi dan estetika yang terdapat di dalamnya. Elemen-elemen *layout* tersebut antara lain:

##### 1. *Text*

- a) Judul merupakan suatu artikel yang terdiri dari beberapa kata
- b) *Deck* merupakan penjelasan secara singkat mengenai isi dari topic yang terdapat dalam *body text*
- c) *Byline* berisi tentang penjelasan mengenai penulis seperti nama, jabatan, dst

d) *Bodytext* merupakan sebuah informasi yang terdapat dalam sebuah isi artikel, elemen *layout ini* memiliki porsi yang paling banyak.

e) Subjudul adalah pembagian judul dalam beberapa elemen desain.

f) *Pull Quotes*, adalah kutipan kata dari seseorang yang masih terkait dengan topic artikel.

g) *Caption* merupakan keterangan singkat yang menyertai sebuah gambar atau sebuah elemen visual.

h) *Kickers* adalah kata pendek yang terletak diatas judul, dengan tujuan untuk memudahkan pembaca dalam menemukan topic artikel.

i) *Initial Caps* adalah penggunaan huruf yang berukuran besar pada awal paragraph

j) *Indent* adalah baris awal paragraph yang menjorok ke dalam.

k) *Lead Line* merupakan kata pertama atau seluruh kata di baris awal paragraph yang dibedakan oleh pemakaian atribut hurufnya.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## 2. Visual

- a) Foto, merupakan elemen *layout* yang berguna untuk memperkuat informasi yang disertakan di dalam sebuah artikel.
- b) Ilustrasi, dalam menyajikan informasi terkadang dapat menggunakan ilustrasi sebagai pelengkap dari informasi tersebut.
- c) Informasi grafis merupakan fakta atau data yang disajikan dalam bentuk grafis.
- d) *Inzet* adalah elemen yang berukuran kecil yang berfungsi untuk memberikan informasi pendukung dari elemen visual yang lebih besar.

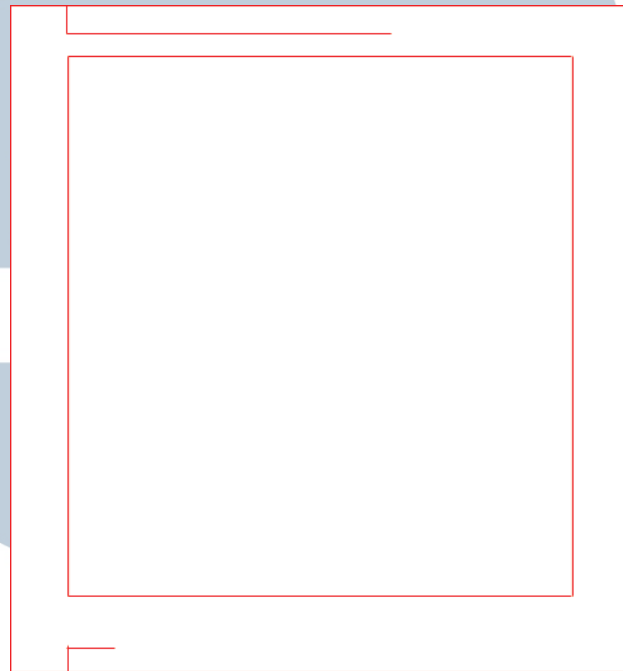
- e) *Point* adalah daftar yang biasanya memiliki beberapa baris berurutan ke bawah.

### 2.2.3.2 Grid

*Grid* merupakan alat bantu yang digunakan ketika *melayout*. Dengan menggunakan *grid* dapat memudahkan desainer dalam mengatur tata letak elemen *layout*, dan mempertahankan konsistensi dan kesatuan sebuah *layout*. Untuk memakai sebuah *grid*, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan, seperti ukuran huruf, dan berapa banyak konten yang dicantumkan

*Grid* memiliki 4 varian jenis yang sesuai dengan fungsinya masing-masing, yakni:

1. *Manuscript*



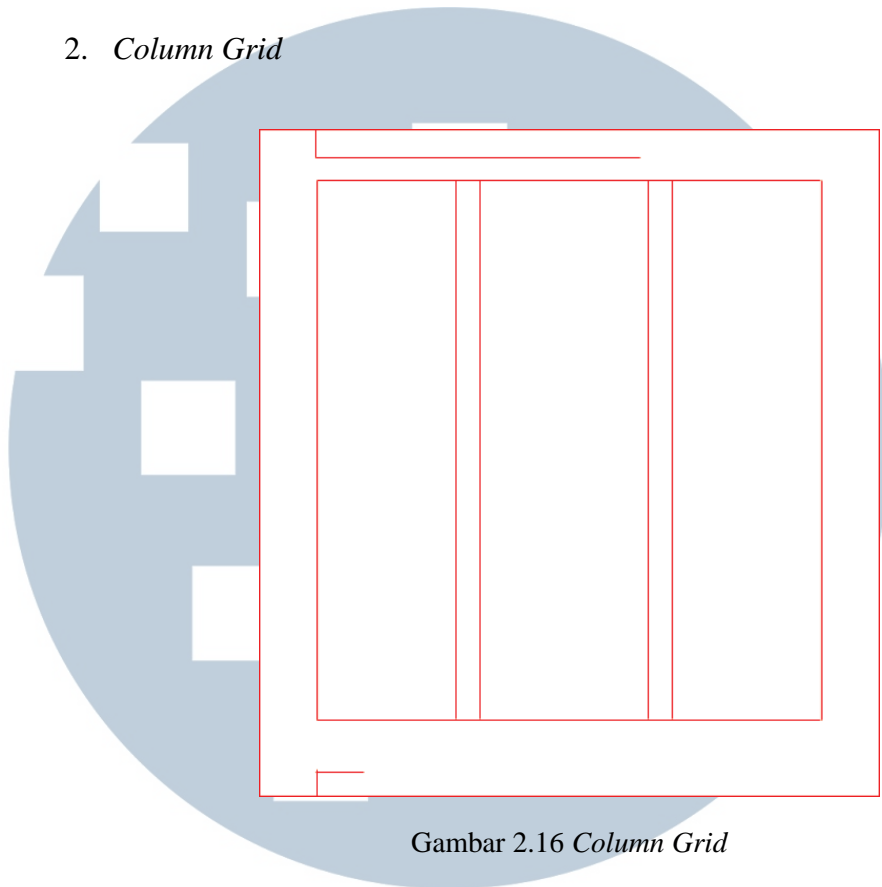
Gambar 2.15 *Manuscript Grid*

(<http://vanseodesign.com/web-design/grid-types/>, 2018)

*Grid* ini memiliki area persegi yang cocok digunakan untuk postingan artikel *blog*, *essay*, dan novel.

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

## 2. *Column Grid*



Gambar 2.16 *Column Grid*

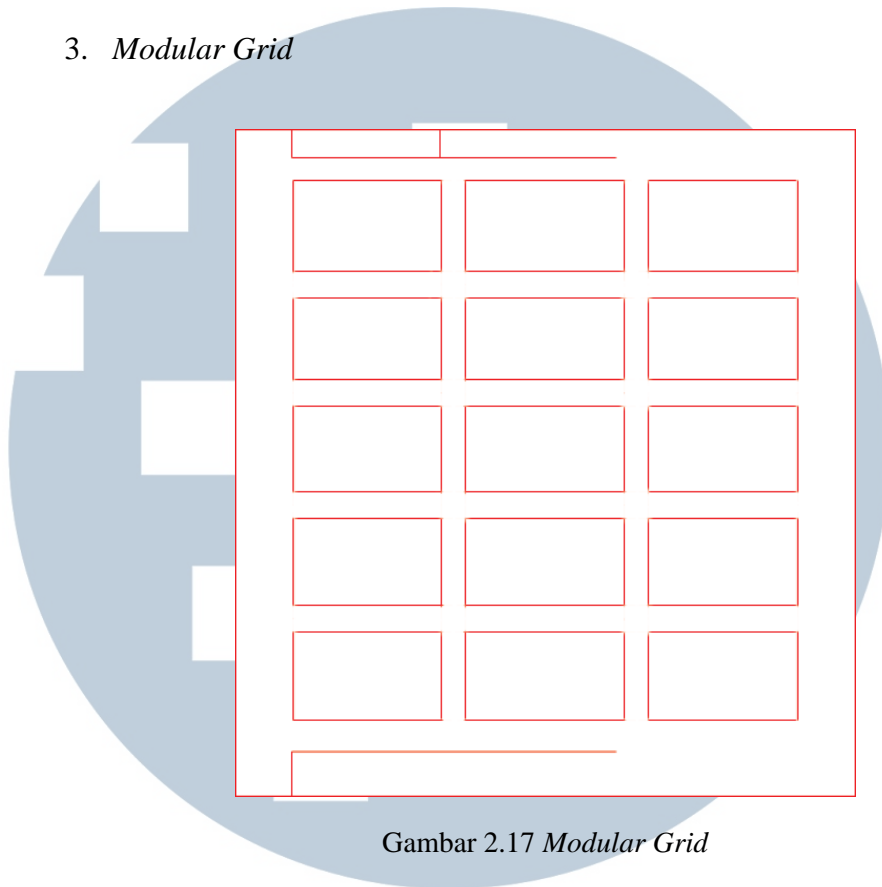
(<http://vanseodesign.com/web-design/grid-types/>, 2018)

*Column Grid* digunakan jika ingin memuat informasi yang banyak dan didukung dengan foto/ilustrasi, sehingga *column grid* ini berfungsi untuk memasukan informasi (artikel), foto, dan keterangan foto agar pembaca tetap nyaman, meskipun memiliki elemen yang banyak.

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. *Modular Grid*



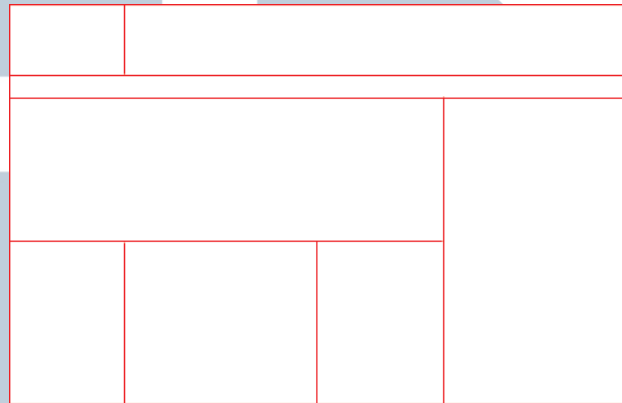
Gambar 2.17 *Modular Grid*

(<http://vanseodesign.com/web-design/grid-types/>, 2018)

Pada dasarnya *modular grid* tidak berbeda dengan *column grid*, namun pada *modular grid* memiliki penambahan baris. *Modular grid* sangat ideal digunakan karena dapat mengembangkan estetika dalam *layout*.

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

#### 4. *Hierarchical Grid*



Gambar 2.18 *Hierarchical Grid*

(<http://vaseodesign.com/web-design/grid-types/>, 2018)

*Hierarchical grid* digunakan untuk mendesain *website*, hirarki grid ini memiliki proporsi yang bervariasi.

### 2.3. Fotografi

Fotografi berasal dari dua kata, yaitu foto yang berarti cahaya, dan graphy yang berarti tulisan atau lukisan (Rangga Aditiawan dan Ferren Bianca, 2010). Sedangkan menurut David Dabner (2003) saat ini foto sudah dapat digunakan dan dilihat oleh banyak khalayak sehingga foto disebut sebagai gambaran kehidupan.

Untuk menciptakan keharmonisan dan keindahan, fotografi harus menggunakan *grid* dalam sebuah desain serta pemahaman akan komposisi akan membuat gambar menjadi lebih dinamis.

### 2.3.1. Jenis-jenis Fotografi

Menurut IDS (*International Design School*) fotografi terdapat beberapa jenis, yaitu:

#### 1. *Landscape Photography*

Pengambilan gambar yang berfokus pada keindahan alam dan menggunakan alam sebagai objek.



Gambar 2.19 *Landscape Photography*

(<http://epicmagazine.net/tag/front-landscaping-tips/>, 2014)

#### 2. *Wildlife Photography*

Objek dari fotografi ini adalah hewan dan habitat di alam liar.

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 2.20 *Wildlife Photography*  
(<https://almatur603063968.wordpress.com/>, 2018)

### 3. *Sports Photography*

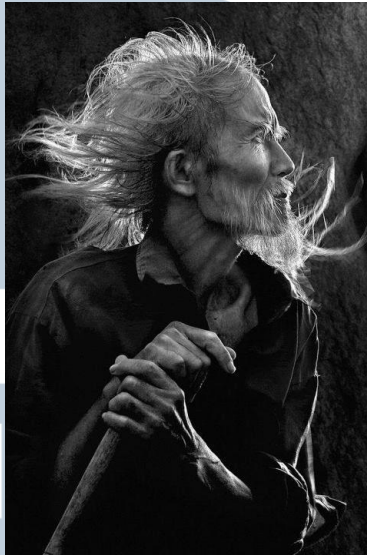
Fotografi ini menangkap momen dalam sebuah acara olahraga. Jenis fotografi ini membutuhkan banyak latihan dan peralatan yang memadai.



Gambar 2.21 *Sports Photography*  
(<http://www.bpowersphotography.com/sports/d5zufc9g7m6zkke3pxgvoemi30mhce>,  
2015)

### 4. *Portrait Photography*

Fotografi yang menangkap suasana hati dan penekanan ekspresi dari diri seseorang.



Gambar 2.22 *Portrait Photography*

(<http://www.geodomehome.org/les-396-meilleures-images-du-tableau-noir-et-blanc-sur-pinterest-photographie-noir-et-fois/>, 2012)

#### 5. *Aerial Photography*

Jenis fotografi yang diambil dari udara, foto ini memberikan gambaran yang lebih besar dari subjek dan latar belakang.



Gambar 2.23 *Aerial Photography*

(<https://mycontent.ellak.gr/2016/09/02/o-diagonismos-wiki-loves-monuments-2016-stin-ellada-8-30-septemvriou-2016/>, 2016)

## 6. *Architectural Photography*

Fotografi yang mengambil foto suatu bangunan dari setiap sudut yang berbeda.



Gambar 2.24 *Architectural Photography*

(<http://hasshe.com/architecture-design-photography-5c148b2b87196207249b315d/>,  
2015)

### 2.3.2 Komposisi Fotografi

R. Amien Nugroho (2005, Hlm. 78) mengatakan bahwa dalam dunia fotografi, komposisi diartikan sebagai penempatan dan penyusunan bagian-bagian gambar untuk membentuk suatu kesatuan agar enak untuk dipandang, komposisi juga menentukan keartistikan sebuah foto.

Secara umum ada beberapa dasar dalam menyusun gambar yang dapat digunakan sebagai penentu awal dalam melakukan foto, diantaranya:

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

### 1. *Rule of Third* (Aturan Segitiga)

Penyusunan komposisi segitiga adalah pembagian gambar menjadi 1/3 bagian sama besar secara vertical dan horizontal dengan menempatkan objek pada 1/3 sisi kiri atau kanan, dan atas atau bawah.

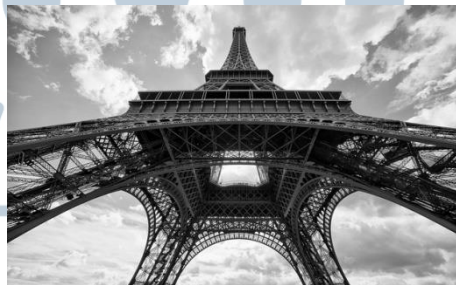


Gambar 2.25 *Rule of Third*

(<https://news.zing.vn/kinh-nghiem-du-lich.html>, 2018)

### 2. Sudut Pemotretan

Pengambilan objek ditentukan oleh tujuan pemotretan, maka dari itu sudut pengambilan foto dapat membangun komposisi sebuah foto. Sudut pandang foto dapat diambil dari berbagai sisi, yaitu kiri, kanan, atas, bawah, dan lainnya.



Gambar 2.26 Sudut Pemotretan

([https://stylowydruk.pl/bwg\\_gallery/budowle/](https://stylowydruk.pl/bwg_gallery/budowle/), 2018)

### 3. Format Horizontal dan vertical

Proporsi pengambilan gambar dapat dilakukan secara *landscape* maupun *portrait* yang nantinya akan memberikan beberapa hasil yang berbeda.



Gambar 2.27 Format Horizontal dan Vertical  
(<https://fira825.wordpress.com/author/fira825/>, 2016)

#### 2.3.3 Sudut Pengambilan Gambar

Dalam fotografi, terdapat beberapa sudut pengambilan gambar yang perlu diperhatikan agar memiliki nilai dan keindahan, diantaranya:

##### 1. *Bird Eye*

Sudut pengambilan gambar ini untuk menunjukkan kegiatan yang sedang dilakukan oleh objek dan juga menunjukkan suasana yang ada di sekitar objek.

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 2.28 *Bird Eye*

(<https://tumblr/gallery/369215>, 2013)

## 2. *High Eye*

Posisi pengambilan gambar berada lebih tinggi dari posisi objek yang akan difoto.



Gambar 2.29 *High Eye*

(<https://www.imagenesmi.com/im%C3%A1genes/interesting-perspective-photography-6c.html>, 2018)

## 3. *Eye Level*

Sudut pengambilan gambar anatar objek dan kamera sejajar atau sama seperti mata yang melihat kesan menyeluruh latar belakang objek yang menampilkan sisi ekspresif dari sebuah objek.

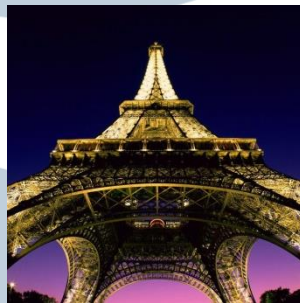


Gambar 2.30 *Eye Level*

(<https://almatur603063968.wordpress.com/>, 2018)

#### 4. *Low Angle*

Pengambilan angle berada lebih rendah dari pada objek, dan pada umumnya melakukan pengambilan foto bangunan. Tujuan pengambilan sudut ini agar objek terkesan elegan.



Gambar 2.31 *Low Angle*

(<http://arliarahmanianis.blogspot.com/2018/10/fotografi-sudut-pengambilan-gambar.html>, 2015)

#### 5. *Frog Eyes*

Sudut pengambilan gambar hampir sejajar dengan tanah dan posisi kamera tidak dihadapkan ke atas.



Gambar 2.32 *Frog Eyes*

(<http://jaba-point.ru/kartinki/kaminogon>, 2014)

#### 2.4. *Field of View* (Segi Ukuran)

Berikut ini terdapat beberapa komposisi ukuran gambar yang dapat digunakan pada saat pengambilan gambar, yakni:

1. *Extreme close up*

Pengambilan gambar dengan jarak yang sangat dekat dengan objek, sehingga detail yang terdapat dealam objek dapat terlihat dengan jelas.



Gambar 2.33 *Extreme close up*

(<http://www.bayridgeophthalmology.com/angle-closure-glaucoma>, 2010)

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

## 2. *Close up*

Pengambilan gambar yang hampir sama dengan *extreme close up* namun jarak yang digunakan lebih jauh.



Gambar 2.34 *Close up*

(<https://www.flickr.com/photos/cristinaoterophoto/14106011430>, 2014)

## 3. *Medium close up*

Pengambilan gambar dari bagian kepala hingga dada.



Gambar 2.35 *Medium close up*

(<http://miidesigner.com/medium-shot-cine.html>, 2011)

#### 4. Mid Shot

Pengambilan gambar dari bagian kepala hingga bagian pinggang.



Gambar 2.36 Mid shot

([https://www.prophotoseeker.com.au/ad\\_cat/wedding-photography/](https://www.prophotoseeker.com.au/ad_cat/wedding-photography/), 2010)

#### 5. Medium Shot

Pengambilan gambar dari bagian kepala hingga ke bagian lutut



Gambar 2.37 Medium shot

(<https://zhuanlan.zhihu.com/p/50560124>, 2011)

## 6. *Full Shot*

Pengambilan gambar dari bagian kepala hingga ujung kaki



Gambar 2.38 *Full shot*

(<https://id.pinterest.com/pin/812899801463090543/?lp=true>, 2012)

## 7. *Long Shot*

Pengambilan foto dengan posisi latar belakang atau bagian depan lebih banyak sehingga objek terlihat lebih kecil.



Gambar 2.39 *Long shot*

(<http://keywordsuggest.org/gallery/229568.html>, 2017)

## **2.5. Orngtua**

Menurut Kamus Besar Indonesia, orngtua adalah ayah dan ibu kandung. Orngtua adalah yang paling pertama dalam memberikan pendidikan kepada anak, sehingga pendidikan pertama kali di dapat dari keluarga. Peranan orngtua sangat penting dalam perkembangan perilaku anak.

Menurut Supryanto pengertian orngtua berdasarkan yangtelah dikutip oleh Syamsul Kurniawan dalam bukunya yang berjudul “*Pendidikan Karakter*” menyatakan orngtua merupakan gabungan dua individu yang terbentuk akibat adanya perkawinan, hubungan darah yang saling berinteraksi guna untuk mempertahankan budaya.

Maka orngtua dapat diartikan sebagai ayah dan ibu yang memiliki tanggung jawab untuk memberikan perhatian dan kasih sayang serta mengawasi dan menjadi sosok teladan bagi anak. Dengan adanya perhatian dan kasih sayang yang diberikan oleh orngtua, maka anak akan merasa nyaman ketika berada di tengah-tengah keluarga dan menjadikan orngtua sebagai teladan.

### **2.5.1. Peranan Orngtua**

Peranan orngtua sangat penting dalam mendidik terutama membentuk perilaku anak, karena orngtua harus menyesuaikan karakternya berdasarkan yang dibutuhkan oleh anak. A. Choirun Marzuki mengemukakan bahwa orngtua harus bersikap fleksibel, namun perlu diingat pula bahwa orngtua juga harus bersikap tegas kepada anak guna mengarahkan ke arah yang lebih baik.

Secara sosiologi fungsi orangtua adalah mempersiapkan anak sesuai dengan nilai-nilai yang terkandung di dalam masyarakat seperti disiplin, menghargai pendapat dan memiliki rasa bertanggung jawab. Sedangkan fungsi perlindungan orangtua adalah dapat melindungi anak dari ancaman yang dapat menimbulkan ketidaknyamanan secara fisik maupun psikologis (Prof. Dr. H. Syamsu Yusuf LN, M.Pd.)

## **2.6. Pola Asuh Orangtua**

Pola asuh terdiri dari dua kata, yaitu “pola” dan “asuh”. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia kata pola memiliki arti corak, sistem, cara kerja dan bentuk yang tetap. Sedangkan kata asuh memiliki arti menjaga, membimbing (1998, Hlm. 692). Kohn (dalam Taty Krisnawaty, 1986, Hlm. 46) menyatakan bahwa, pola asuh merupakan tindakan orangtua dalam berinteraksi bersama anak, dengan memberikan aturan, hadiah maupun hukuman. Dalam melakukan interaksi dengan anaknya, orangtua menunjukkan sikap otoritas dan perhatian serta tanggapan terhadap anaknya.

Casmini (dalam Palupi, 2007, Hlm. 3) mengatakan bahwa pola asuh adalah cara orangtua membentuk anak untuk mencapai proses kedewasaan dengan cara mendidik dan membimbing serta melindungi berdasarkan norma-norma yang berlaku dan sesuai dengan kehidupan bermasyarakat. Hal tersebut juga dinyatakan oleh Gunarsa (1998) pola asuh adalah gaya mendidik orangtua dalam melakukan interaksi dengan membimbing anak-anaknya untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkan.



Dapat disimpulkan bahwa pola asuh orangtua merupakan tindakan orangtua dalam berinteraksi dengan anak melalui cara mendidik. Membimbing, dan melindungi anak-anaknya untuk mencapai proses kedewasaan, baik langsung maupun tidak langsung.

### **2.6.1. Jenis Pola Asuh Orangtua**

Secara umum pola asuh terbagi menjadi tiga, yaitu otoriter, otoritatif dan permisif. Hal tersebut didukung dengan pernyataan Gordon (1991, Hlm.115), yang mengemukakan bahwa ada tiga macam cara (otoriter, otoritatif dan permisif) orangtua untuk mendidik dan menjalankan perannya.

#### **2.6.1.1. Pola Asuh Otoriter**

Merupakan pola asuh yang menekankan segala peraturan harus dipatuhi.

Orangtua yang menerapkan pola asuh ini memaksa anak untuk melakukan hal berdasarkan keinginan mereka tanpa menjelaskan alasan mengapa anak harus melakukan hal tersebut. Salah satu contohnya adalah orangtua yang memberikan hukuman baik *verbal* maupun *non-verbal* jika anak terlambat ketika pulang sekolah atau setelah melakukan kegiatan di luar, selain itu juga melarang anak untuk bermain di luar rumah.

Orangtua yang otoriter menganggap dirinya memiliki kekuasaan tertinggi dan mengharuskan anak untuk mematuhi aturan-aturan yang berlaku. Tembong Prasetya (2003, Hlm. 27-32), anak yang dituntut untuk mematuhi standar mutlak oleh orangtuanya akan memiliki kompetensi dan rasa tanggung jawab serta taat pada aturan, tetapi memiliki kemungkinan

anak melakukan hal tersebut karena hanya ingin terlihat disiplin di hadapan orangtuanya padahal di dalam hatinya berkata lain.

#### **2.6.1.2. Pola Asuh Demokratis (otoritatif)**

Pola asuh otoritatif berbeda dengan otoriter, dalam hal ini orangtua lebih bersikap menghargai anak. Orangtua memberikan kesempatan kepada anak untuk tidak selalu bergantung kepada mereka, serta memberikan kebebasan kepada anak untuk memilih hal-hal yang menurut mereka baik untuk dilakukan. Nur Hidayah dkk ( dalam Shochib, 1995, Hlm. 90) menjelaskan bahwa pola asuh yang demokratis dapat menciptakan adanya interaksi yang baik antar orangtua dengan anak.

Hurlock (dalam Chabib Thoha, 1996, Hlm. 111-112), dalam pola asuh demokrasi, anak diberikan kesempatan untuk mengembangkan diri berdasarkan kemampuannya, dan anak juga dilatih untuk dapat bertanggung jawab pada dirinya sendiri. Anak juga diberikan kesempatan untuk berpartisipasi dalam mengatur kehidupannya.

Dalam pola asuh demokratis, orangtua menyamakan kedudukannya dengan anak, dengan tujuan agar kedua belah pihak dapat saling mempertimbangkan keputusan yang telah diambil. Orangtua memberikan kebebasan kepada anak untuk dipertanggung jawabkan, namun dalam memberikan kebebasan tersebut orangtua harus tetap mengawasi setiap kegiatan yang dilakukan oleh anak.

### 2.6.1.3. Pola Asuh Permisif

Pola asuh permisif cenderung memberikan responsif, memperbolehkan atau memberikan kebebasan kepada anak. Namun sayangnya kebebasan yang diberikan dalam pola asuh ini terlalu longgar, sehingga orangtua dinilai lemah dalam mendisiplinkan anak. Orangtua membiarkan anak untuk melakukan hal-hal yang dapat menyenangkan hati mereka, sehingga hal tersebut terkadang membuat anak menjadi khawatir karena tidak mendapatkan pengarahannya tentang baik atau tidaknya tindakan atau perilaku yang ia lakukan.

Sifat dari pola asuh ini adalah segala aturan dan ketetapan berada di tangan anak (Hurlock. 1997). Akibatnya anak menjadi semena-mena tanpa pengawasan orangtua, selain itu anak menjadi kurang disiplin dengan aturan-aturan yang berlaku.

## 2.7. Remaja

Masa remaja merupakan masa ketika anak tidak lagi merasa berada di bawah tingkatan orang-orang yang lebih tua dari dirinya, mereka merasa bahwa diri mereka memiliki tingkatan yang sama, terutama dalam masalah hak (dalam Hurlock, 1997). Dalam Bahasa Latin, remaja merupakan *adolescence* yang berarti tumbuh atau berkembang ke tahap dewasa (Ali. M dan Asori. M, 2006, Hlm. 9).

Pernyataan dari WHO 1974, remaja adalah masa ketika individu mengalami perkembangan psikologi dari anak-anak menuju dewasa, dan

mengalami masa peralihan dari ketergantungan sosial yang penuh menjadi lebih mandiri. Menurut Konopka (dalam Yusuf, 2007) masa remaja terbagi menjadi tiga, yaitu remaja awal (12-15 tahun), remaja pertengahan (15-18 tahun), dan remaja akhir (19-22) tahun.

Jadi dapat disimpulkan bahwa masa remaja merupakan masa peralihan dari masa kanak-kanak menuju ke masa dewasa yang ditandai dengan adanya perkembangan dalam individu di segala bidang.

## **2.8. Budi Pekerti**

Secara etimologi, budi pekerti berasal dari Bahasa Jawa yang masing-masing katanya memiliki arti “Budi” yang berarti pikir dan “Pekerti” yang berarti perbuatan. Secara terminologi, budi pekerti adalah nilai-nilai perilaku manusia yang akan diukur menurut kebaikan dan keburukannya melalui ukuran norma agama, norma hukum, tata karma, dan sopan santun di dalam suatu masyarakat.

Secara umum budi pekerti dapat diartikan sebagai suatu upaya pembentukan, pengembangan, peningkatan, pemeliharaan, dan perbaikan perilaku individu agar mampu melaksanakan kehidupannya secara selaras, secara jasmani dan rohani dan seimbang antara lahir batin.

### **2.8.1. Bentuk-Bentuk Budi Pekerti**

- a. Sikap Penghargaan terhadap Setiap Manusia

Penghargaan dengan tidak boleh merendahkan manusia karena sebagai makhluk ciptaan Tuhan manusia itu bernilai dan masing-masing dari mereka memiliki derajat yang sama.

b. Menghargai Gagasan Orang Lain

Dengan menunjukkan sikap menghargai baik dari segi gagasan maupun hal lainnya, hal tersebut dapat menopang suatu individu sebagai manusia, karena menghargai merupakan sikap yang memanusiakan manusia lain.

c. Sikap Tenggang Rasa dan Berlaku Adil

Berlaku adil dan bertenggang rasa merupakan wujud penghargaan terhadap orang lain, dimana hal tersebut dapat menopang satu sama lain dalam suatu relasi hidup bersama.

d. Nilai Adat dan Sopan Santun

Beberapa budaya memiliki nilai hidup baik yang diakui bersama. Nilai selanjutnya wajib untuk ditawarkan terhadap suatu individu untuk sanggup masuk dan memahami budaya tersebut.

