



### **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 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 22 Tahun 2009

Berdasarkan pada Undang-undang Republik Indonesia Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan, mengenai hal-hal yang berkaitan dengan trotoar/jalur pedestrian adalah sebagai berikut:

1. Pasal 25 ayat 1

Setiap jalan yang digunakan untuk lalu lintas umum wajib dilengkapi dengan perlengkapan jalan berupa fasilitas untuk sepeda, pejalan kaki, dan penyandang cacat

2. Pasal 28 ayat 2

Setiap orang dilarang melakukan perbuatan yang mengakibatkan gangguan pada fungsi perlengkapan jalan sebagaimana yang dimaksud dalam Pasal 25 ayat (1)

3. Pasal 93 ayat 2

Manajemen dan rekayasa lalu lintas sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan dengan pemberian prioritas keselamatan dan kenyamanan pejalan kaki

4. Pasal 106 ayat 2

Setiap orang yang mengemudikan kendaraan bermotor di jalan wajib mengutamakan keselamatan pejalan kaki dan pesepeda

5. Pasal 131 ayat 1

Pejalan kaki berhak atas ketersediaan fasilitas pendukung yang berupa trotoar, tempat penyeberangan, dan fasilitas lain

6. Pasal 275 ayat 1 dan 2

Ayat pertama, setiap orang yang melakukan perbuatan yang mengakibatkan gangguan pada fungsi Rambu Lalu Lintas, Marka Jalan, Alat Pemberi Isyarat Lalu Lintas, fasilitas Pejalan Kaki, dan alat pengaman Pengguna Jalan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 ayat (2) dipidana dengan pidana kurungan paling lama 1 (satu) bulan atau denda paling banyak Rp250.000,00 (dua ratus lima puluh ribu rupiah)

Ayat kedua, setiap orang yang merusak Rambu Lalu Lintas, Marka Jalan, Alat Pemberi Isyarat Lalu Lintas, fasilitas Pejalan Kaki, dan alat pengaman Pengguna Jalan sehingga tidak berfungsi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 ayat (2) dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun atau denda paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah)

7. Pasal 284

Setiap orang yang mengemudikan kendaraan bermotor dengan tidak mengutamakan keselamatan para pejalan kaki atau pesepeda sebagai dimaksud dalam pasal 106 ayat (2), dipidana dengan kurungan paling lama 2 (dua) bulan atau denda paling banyak Rp 500.000,00 (lima ratus ribu)

## **2.2 Trotoar**

Menurut Gunawan (1988, hal. 3) dalam buku Standar Perancangan Geometrik Jalan Perkotaan menjelaskan bahwa trotoar merupakan bagian jalan secara khusus disediakan untuk pejalan kaki. Penempatan trotoar pada umumnya disejajarkan dan harus terpisah dengan jalur lalu lintas dengan perbedaan struktur tinggi pembangunan jalur. Sedangkan menurut Iswanto (2006, hal. 11) mengatakan bahwa trotoar adalah wadah untuk kegiatan pejalan kaki dalam melakukan aktivitas dan memberikan pelayanan kepada pejalan kaki dalam meningkatkan kelancaran, keamanan, dan kenyamanan. Trotoar dapat menjadi ruang publik dan menimbulkan interaksi sosial antar masyarakat. Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan, bahwa segala sesuatu bangunan atau usaha yang berada di atas trotoar tidak diperkenankan karena tidak sesuai dengan fungsi, juga tempatnya.

### **2.2.1 Elemen-elemen Pendukung Trotoar**

Menurut Iswanto (2006, hal. 13-15) terdapat beberapa elemen wajib pendukung pada jalur trotoar, yaitu sebagai berikut:

1. Lahan parkir kendaraan bermotor
2. Saluran air bersifat tertutup dan terbuka
3. Sarana penghijauan jalan
4. Tempat pembuangan sampah
5. Tempat pemberhentian bus/*halte* bus
6. Telepon umum

Selain dari itu, adapun beberapa fasilitas pelengkap yang dibangun pada sisi sebelah kanan atau luar jalur trotoar, seperti:

1. Rambu-rambu lalu lintas, digunakan untuk mengatur kendaraan bermotor di jalan raya
2. Lampu lalu lintas (*Traffic Light*), berfungsi untuk menghindari adanya kemacetan di pertigaan atau perempatan jalan raya
3. *Hydrant* (keran air), digunakan jika ada terjadinya kebakaran
4. Lampu kota, berfungsi sebagai penerangan jalan raya dan trotoar pada malam hari
5. Pembatas-pembatas, berfungsi untuk menjadi pemisah antara jalur trotoar dengan lalu lintas

### **2.2.2 Kriteria Trotoar**

Menurut Tisnangingtyas (2002, hal. 21-23), bahwa terdapat beberapa kriteria yang harus dimiliki oleh suatu trotoar adalah sebagai berikut:

#### **1. Kenyamanan**

Menurut Weisman (dalam Tisnangingtyas, 2002, hal. 21-22), kenyamanan adalah sebagai suatu adaptasi keadaan lingkungan yang disertai dengan fasilitas mendukung terhadap aktivitas dan kegiatan yang dilakukan. Tingkat kenyamanan pejalan kaki tentu dapat dipengaruhi oleh kapasitas trotoar yang meliputi jumlah pejalan kaki, penghentian, lebar jalur, ruang pejalan kaki, dan jarak berjalan. Menurut Utermann (dalam Indraswara, 2007, hal. 9)

menjelaskan, bahwa kenyamanan seseorang dalam berjalan kaki dapat dipengaruhi oleh faktor cuaca dan jenis aktivitas

2. Visibilitas

Menurut Wiesman (dalam Tisnangingtyas, 2002, hal. 22-23) menjelaskan, bahwa pejalan kaki harus memiliki jarak penglihatan yang jelas terhadap objek atau tempat yang dituju. jarak penglihatan yang dirasakan tidak hanya secara dimensional atau geometris, tetapi dikaitkan dengan persepsi visual pejalan kaki yang tidak adanya memiliki halangan untuk mencapai tempat/objek yang dituju

3. Waktu

Menurut Utermann (dalam Indraswara, 2007, hal. 9), seberapa jauh jarak berjalan pejalan kaki ditempuh dapat dipengaruhi berdasarkan waktu-waktu tertentu

4. Ketersediaan Transportasi Publik

Menurut Indraswara (2007, hal. 23), transportasi publik merupakan sebuah moda penghantar masyarakat saat sebelum dan sesudah berjalan kaki. Ketersediaan yang memadai sangat mempengaruhi dan dapat meningkatkan tingkat jarak tempuh berjalan kaki

5. Pola Tata Guna Lahan

Menurut Indraswara (2007, hal. 24), perjalanan di suatu daerah dengan penggunaan lahan multifungsi seperti berada di pusat kota, berjalan kaki lebih cepat sampai ke tempat tujuan dibandingkan dengan kendaraan

bermotor. Penanganan jalur trotoar tidak hanya ditekankan secara kualitas dan kuantitas fisik, melainkan secara non-fisik yang merupakan manusia sebagai pemakai jalur tersebut

### **2.2.3 Faktor-faktor Penyalahgunaan Trotoar**

Menurut Putra (2013, hal. 25-27) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa tindakan penyalahgunaan trotoar seperti digunakan sebagai tempat berdagang, parkir, dan lainnya tidak diperkenankan karena dapat mengganggu ketertiban umum. Tindakan tersebut bukanlah hanya berpengaruh buruk kepada masyarakat pejalan kaki, namun juga berpengaruh kepada pemerintah, sarana penghijauan kota, dan selokan yang berfungsi sebagai pembuangan air. Dalam penelitiannya juga dijelaskan beberapa faktor-faktor yang ditimbulkan oleh penyalahgunaan trotoar, yaitu sebagai berikut:

#### **1. Ketertiban Lingkungan Kota**

Fasilitas-fasilitas yang kurang memadai seperti kurangnya lahan parkir berkendaraan bermotor dapat menyebabkan trotoar dijadikan sebagai tempat parkir alternatif untuk berkendaraan bermotor

#### **2. Keamanan Berjalan Kaki**

Keamanan berjalan kaki dipengaruhi oleh kualitas ketertiban lingkungan kota. Lingkungan kota yang tidak tertib seperti trotoar yang dipenuhi oleh kendaraan bermotor, dan pengendara motor yang mengambil trotoar sebagai jalur alternatif berkendaraan sehingga para pejalan kaki harus berjalan di sudut tepi jalan raya, menimbulkan rasa tidak aman saat berjalan kaki, dan

meningkatkan tingkat resiko terjadinya kecelakaan antara para pengendara bermotor dengan pejalan kaki

### 3. Kenyamanan Berjalan Kaki

Ketertiban dan Keamanan sangat berkaitan terhadap kenyamanan berjalan kaki. Penyalahgunaan trotoar dapat mengakibatkan tingkat ketidaknyamanan pejalan kaki menjadi tinggi. Hal tersebut berdampak kepada masyarakat menjadi enggan untuk berjalan kaki untuk menelusuri kota, jarang mengunjungi daerah komersial atau tempat peninggalan sejarah di pusat kota, dan hanya melakukan kepentingan tertentu

### 4. Keselamatan Berjalan Kaki

Keselamatan sama halnya dengan kenyamanan, keselamatan juga dipengaruhi oleh faktor ketertiban dan keamanan berjalan kaki. Tingkat keselamatan yang rendah, menimbulkan adanya tindak kejahatan di atas trotoar dan menyebabkan pejalan kaki menjadi korban dari orang yang tidak bertanggungjawab. Kejahatan lainnya bisa berupa tragedinya tertabrak, terserempet oleh pengendara bermotor. Parkir liar di atas trotoar juga berdampak rentannya keselamatan berjalan kaki, dikarenakan pejalan kaki harus turun ke tepi jalan supaya dapat menghindari kendaraan bermotor tersebut dan memungkinkan terjadinya hal-hal yang tidak diinginkan

## 2.3 Sejarah Kota Tua

Pada makalah Andini dan Rengganis (2012, hal. 3-4), Kota Tua atau dikenal Batavia Lama adalah wilayah kecil di Jakarta, Indonesia. Wilayah ini memiliki

luas 1.3 kilometer persegi melewati Jakarta Barat dan Jakarta Utara (Pinangsia, Taman Sari, dan Roa Malaka) dikenal Permata Asia dan Ratu dari timur pada abad 16 oleh pelayar Eropa, Jakarta Lama dianggap sebagai pusat perdagangan untuk benua Asia karena lokasinya yang strategis dan sumber daya melimpah. Tahun 1526, Fatahillah dikirim oleh kesultanan Demak untuk menyerang pelabuhan Sunda Kelapa, kemudian berganti nama menjadi Jayakarta. Tahun 1619, VOC menghancurkan Jayakarta dipimpin oleh Komando Jan Pieterszoon Coen. Saat ini Lapangan Fatahillah dengan Penduduk Batavianen terdiri dari Etnis Kreol yang merupakan keturunan dari bermacam macam etnis yang menghuni Batavia.

Tahun 1635, kota ini diperluas sampai tepi barat Sungai Ciliwung. Kota ini dirancang dengan gaya Belanda meliputi benteng (Kasteel Batavia), dinding kota, dan kanal. Tempat ini dibuat menjadi beberapa blok yang dipisahkan oleh kanal. Batavia selesai dibangun pada tahun 1650, kemudian menjadi kantor pusat VOC di Hindia Timur. Terisinya kanal karena timbulnya wabah tropis dalam dinding kota karena buruknya sanitasi. Wilayah ini meluas ke selatan setelah 1835 dan 1870 membuat banyak orang pindah dari kota sempit itu menuju Weltevreden (sekarang daerah di sekitar Lapangan Merdeka). Tahun 1942, selama pendudukan Jepang, Batavia berubah menjadi Jakarta dan masih sebagai Ibukota Indonesia hingga sekarang.

Tahun 1972, Ali Sadikin mengeluarkan dekrit resmi menjadikan Kota Tua sebagai situs penting warisan Indonesia. Keputusan Gubernur ditujukan melindungi sejarah arsitektur kota. Meskipun dekrit Gubernur dikeluarkan, Kota

Tua tetap terbiarkan begitu saja. Banyak warga menyambut sangat hangat dekrit ini, tetapi tidak banyak yang dilakukan untuk menjaga warisan era kolonial Belanda. Dalam pengembangan Jakarta, Pemerintah Provinsi DKI Jakarta menghancurkan bangunan yang berada di daerah Kota Tua Jakarta dengan alasan tertentu. Tempat itu adalah Benteng Batavia, Gerbang Amsterdam, dan Jalur Trem Batavia (jalur ini pernah berada di Kota Batavia, tapi sekarang ditimbun dengan aspal karena Presiden Soekarno beranggapan Trem Batavia membuat hambatan).

Saat ini, banyak bangunan dan arsitektur bersejarah yang memburuk kondisinya seperti: Museum Sejarah Jakarta (dulunya Balai Kota Batavia, kantor dan kediaman Gubernur Jenderal VOC), Museum Bahari, Pelabuhan Sunda Kelapa, dan Hotel Omni Batavia.

Masih ada upaya perbaikan Kota Tua, terutama dari berbagai organisasi nirlaba, institusi lembaga swasta, dan pemerintah yang sudah bekerjasama mengembalikan warisan Kota Tua Jakarta. Tahun 2007, sebagian jalan di sekitar Lapangan Fatahillah seperti Jalan Pintu Besar dan Jalan Pos Kota ditutup sebagai metode pertama perbaikan.

#### **2.4 Sejarah Tanah Abang**

Pada karya ilmiah Andayani (2016, hal: 56-58), tertulis bahwa Pasar Tanah Abang adalah salah satu tempat sejarah di Jakarta. Dari buku 250 Tahun Pasar Tanah Abang yang diproduksi PD Pasar Jaya pada 1982, Tanah Abang tak lepas dari sejarah Kota Jakarta. Memang hingga saat ini tidak diketahui secara pasti

awal nama Tanah Abang karena tidak ada sumber sejarah mengenai penemuan nama tersebut. Nama Tanah Abang mulai disebut pada pertengahan abad 17, sehingga banyak yang memperkirakan nama itu dari tentara Mataram yang menyerang VOC pada tahun 1628. Tentara Mataram seperti dalam sejarah tidak hanya membuat serangan dari arah laut, tetapi mengepung kota dari selatan.

Tentara Mataram membuat Tanah Abang sebagai pangkalan karena kontur wilayah yang berbukit dan genangan rawa di sekitarnya yang mengalir ke Krukut. Wilayah itu bertanah merah, atau abang dalam bahasa Jawa. Jadi diperkirakan mengapa nama itu muncul. Dalam versi lain Tanah Abang berasal dari Nabang. Nabang adalah Pohon *Palm*, karena dulu di daerah ini banyak pohon *palm*. Orang Betawi menyebutnya Tenabang, jadilah Tanah Abang. Ada lagi yang beranggapan Tanah Abang dari kata tanahnya si abang.

Referensi lain mengatakan Tanah Abang resmi digunakan setelah Jawatan Kereta Api membangun stasiun kereta api tahun 1890. Stasiun itu diberi nama Tanah Abang, seperti yang selalu disebutkan warga kala itu. Setelah kebakaran pada tahun 2003, hampir seluruh Kios Tanah Abang habis terbakar. Bangunan yang masih ada tinggal Blok B, C dan D, sedangkan blok A tidak layak pakai lagi langsung dihancurkan. Setahun kemudian Blok B, C, dan D pondasinya juga sudah tidak kuat lagi juga dirobohkan. Disinilah didirikan Blok A yang selesai tahun 2005, dan Blok B yang selesai sebelum akhir tahun 2010. Pasar Blok A dan B kini sudah menjadi pasar modern yang mirip dengan mal lain.

N U S A N T A R A

## 2.5 Kampanye Sosial

Pengertian kampanye oleh Rogers dan Storey (dalam Venus, 2004, hal. 7) adalah sebagai segala urutan tindakan komunikasi yang bersifat rencana dan bertujuan untuk menciptakan hasil tertentu pada sejumlah hal besar bersifat publik, serta dapat dilakukan secara berkelanjutan pada waktu-waktu tertentu. Dapat disimpulkan bahwa kampanye adalah wujud komunikasi melalui tindakan secara nyata. Tindakan dalam kegiatan kampanye berlandaskan pada prinsip persuasi, yaitu mengajak dan ikut mendorong masyarakat umum untuk menerima dan melakukan sesuatu yang dianjurkan atas dasar kesukarelaan.

Kampanye sosial dirancang dan dibuat untuk menyelesaikan sebuah masalah (*problem solving*), atau memberikan hasil yang benar berdasarkan situasi yang ditelusuri di masyarakat luas, khususnya dalam bidang sosial. Kampanye sosial dibuat untuk memberikan perubahan sikap dan perilaku masyarakat secara umum maupun tertentu (Kotler, Roberto, 1989, hal. 24).

Kampanye sosial memiliki lima tujuan utama (Reddi, 2009, hal. 402), adalah untuk:

1. Menginformasikan dan menyadarkan
2. Mengajak, mengajarkan, dan memotivasi
3. Mengembangkan pendapat publik dengan ide dan tindakan
4. Menggunakan media dan metode untuk menarik target audiens
5. Memberikan hasil dengan pelaksanaan program

### 2.5.1 Media Kampanye Sosial

Menurut Kasali (1999, hal. 10-14), pengertian media terbagi menjadi dua yaitu Media Lini Atas (*Above The Line/ATL*), dan Media Lini Bawah (*Below The Line/BTL*). Seiring perkembangan, kedua media tersebut dapat berbaur menjadi satu dalam sebuah kampanye. Menurut Santosa (2002, hal. 17), kampanye ATL dapat mengandung unsur BTL, begitu pula sebaliknya kampanye BTL dapat mengandung unsur ATL. Maka penggabungan media antara ATL dan BTL disebut sebagai Media Lini Tengah (*Through The Line/TTL*).

Penekanan dalam TTL berbeda dengan ATL dan BTL, dikarenakan ATL dan BTL menekankan *what to say* dan *how to say*, sedangkan TTL lebih menekankan *where to say* dan *when to say*. Berikut penjelasan media-media yang digunakan, yaitu sebagai berikut:

#### 1. Media Lini Atas (*Above The Line/ATL*)

Media ini cukup banyak menjangkau audiens, namun dibebani oleh *Agency Commercial Fee*. Contoh media yang dipakai adalah TV, koran, majalah, radio, billboard, dan sebagainya

#### 2. Media Lini Bawah (*Below The Line/BTL*)

Media ini memiliki jangkauan audiens yang terbatas dan juga spesifik, namun dibebani oleh biaya produksi dan jasa. Contoh media yang dipakai adalah pameran, poster, brosur, *flyer*, *flag chain*, dan sebagainya

### 3. Media Lini Tengah (*Through The Line/TTL*)

Media ini penggabungan antara ATL dan BTL, juga merupakan pendukung dalam penyampaian pesan yang menimbulkan interaksi dengan audiens.

Media yang digunakan adalah Ambient Media berupa radio, dan SMS

#### **2.5.2 Strategi Komunikasi dalam Kampanye Sosial**

Strategi komunikasi yang dilakukan untuk memberikan perubahan pada sikap dan perilaku target audiens yang ditunjukkan melalui konten-konten terkait topik yang diangkat oleh penulis. Menurut Pace, Peterson, dan Burnett (1979, hal. 30-35) dalam buku *Techniques for Effective Communication*, adanya tujuan strategi komunikasi yaitu sebagai berikut:

1. Mendapat pengertian yang kuat
2. Menerima hal yang tidak dapat dipungkiri
3. Memotivasi tindakan yang dilakukan
4. Berusaha tercapainya tujuan pihak komunikator

#### **2.6 Desain Komunikasi Visual**

Menurut Kusrianto (2007, hal. 1-2), desain komunikasi visual adalah suatu ilmu yang mempelajari konsep berkomunikasi secara kreatif dengan menggunakan berbagai media untuk menyampaikan suatu pesan-pesan secara visual dengan mengelola elemen-elemen grafis berupa bentuk, gambar, penataan huruf, komposisi warna, dan *layout* sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima oleh semua orang.

## 2.6.1 Unsur-unsur Desain Komunikasi Visual

Supriyono (2010, hal. 56) mengatakan dalam buku Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi, sebuah desain memiliki beberapa elemen visual yang perlu diperhatikan sehingga menghasilkan komposisi desain yang harmonis, menarik, dan komunikatif.

### 2.6.1.1 Garis

Garis merupakan salah satu unsur utama pembentuk sebuah gambar. Sebuah garis tentu memiliki dimensi yang memanjang dan memiliki arah. Garis juga memiliki sifat-sifat seperti pendek, panjang, vertikal, horizontal, lurus, lengkung, berombak, putus-putus, bertekstur, dan sebagainya. Menurut Kusrianto (2007, hal. 282), suatu garis mempunyai jenis dan makna yang berbeda-beda dan dijelaskan sebagai berikut:

1. Garis tegak: tinggi, kuat, tegas
2. Garis datar: statis, berhenti, tenang
3. Garis lengkung: lemah, lembut, mengarah
4. Garis patah: tegas, tajam, hati-hati, naik-turun
5. Garis miring: dinamis, bergerak, menyudutkan
6. Garis berombak: lunak, halus, berirama

### 2.6.1.2 Warna

Warna adalah suatu pendukung dari sebuah gambar yang mewakili emosi seseorang dalam berkomunikasi. Setiap warna memberikan kesan dan arti tertentu tergantung dari pengamatnya. Menurut Marian L. David dalam buku *Design In Dress* (dalam Darmaprawira, Sulasmi, 2002, hal. 37), warna memiliki keterikatan dengan seseorang, sebuah warna dapat mempengaruhi pandangan seseorang yang melihatnya dan dapat juga memberikan tanggapan psikologis terhadap seseorang sebagai berikut:

1. Merah: cinta, bahaya, kuat, agresifitas
2. Biru: tenang, aman, teknologi
3. Hijau: alami, kesehatan, pembaharuan
4. Kuning: optimis, harapan, filosofi
5. Ungu: spiritual, misteri, arogan
6. Orange: energi, keseimbangan, kehangatan
7. Coklat: bumi, nyaman, bertahan
8. Abu-abu: modis, futuristik, intelek
9. Putih: murni, suci, bersih, steril

### 2.6.1.3 Layout

*Layout* merupakan tata aturan teks atau grafik pada suatu halaman. Sebuah *layout* meliputi penyusunan, pembagian teks/gambar dalam suatu

halaman, mengatur jarak spasi, mengelompokkan teks dan grafik, serta menekankan suatu bagian tertentu. Ada beberapa unsur dasar dalam membuat sebuah *layout* seperti yang dikatakan oleh Jefkins (1997, hal. 245), yaitu:

1. *The Law of Unity*, merancang dan menghasilkan suatu kesatuan yang indah untuk dilihat
2. *The Law of Variety*, menghindari kesan monoton, dan membuat *layout* menjadi variatif
3. *The Law of Rhythm*, merancang sesuai urutan sebagaimana alur mata pembaca bergerak sehingga dapat memahami dengan cepat
4. *The Law of Balance*, keseimbangan antara titik, garis, dan ruang pada *layout* menjadi sekitar sepertiga atau dua pertiga bagian
5. *The Law of Harmony*, membuat elemen-elemen pada *layout* yang dipadukan menjadi sebuah keharmonisan
6. *The Law of Scale*, penggunaan warna gelap dan terang yang membuat terlihat kontras pada *layout*
7. *The Law of Proportion*, menetapkan proporsi membuat setiap desain *layout* tetap dalam satu kesatuan, harmonis, seimbang, namun tetap bervariasi

#### 2.6.1.4 *Grid*

Menurut Samara (2017, hal. 24-27) dalam buku “Making and Breaking Grid” edisi kedua yang diperbaruinya menjelaskan bahwa *grid* dijadikan sebuah pendekatan yang dapat menyatukan semua elemen pada *layout*.

Pemakaian *grid* dalam suatu desain akan mempermudah dalam menata sebuah informasi dan juga mempercepat dalam membaca. Berdasarkan fungsinya, *grid* memiliki 4 macam yaitu:

1. *Manuscript Grid*, *grid* yang membentuk area persegi besar untuk mengambil ruang dengan hanya satu format sehingga mata bisa lebih fokus pada teks dan menciptakan rasa tenang dan stabil.
2. *Column Grid*, *grid* yang membentuk area kolom yang beraturan sehingga membuat fleksibilitas yang besar dalam menata informasi pada layout.
3. *Modular Grid*, *grid* yang menyerupai *Column Grid* namun memiliki penambahan baris sehingga dapat membuat matriks sel dan dianggap ideal apabila proporsinya saling berkaitan.
4. *Hierarchical Grid*, *grid* yang didasarkan pada kebutuhan informasi yang sesuai dalam proporsi penempatannya seperti *grid* dalam *layout website* dan cenderung bervariasi.

#### 2.6.1.5 **Tipografi**

Tipografi merupakan segala sesuatu bentuk grafis yang berhubungan dengan huruf pada teks dan media dimana harus memberikan kesan kuat,



#### 4. Kesatuan

Prinsip desain yang diterapkan menghubungkan elemen-elemen yang dirancang saling berhubungan sehingga menjadi suatu kesatuan yang kuat. Kesatuan juga menjadi target dimana alur sebuah desain lebih muda untuk dimengerti

#### 5. Keseimbangan

Prinsip desain yang memberikan bagian elemen-elemen pada sebuah desain, dimana tidak saling membebani dan sebanding

### 2.7 *Ambient Media*

Menurut Lwin dan Aitchison (dalam Nugrahani, 2008, hal. 7) menjelaskan bahwa, *ambient media* merupakan media lingkungan jenis BTL yang memiliki strategi dalam berinteraksi dengan para konsumen dan mempunyai tujuan untuk membangkitkan perasaan dan *mood* para konsumen berdasarkan *memorable experience* pada suatu produk atau pesan yang disampaikan.

#### 2.7.1 Faktor Pendukung *Ambient Media*

Menurut Kanaidi (2011, hal. 143-145) dalam bukunya berjudul Dasar-dasar Periklanan menjelaskan, terdapat beberapa faktor pendukung *ambient media*:

1. Kekuatan pada media konvensional seperti spanduk, *banner*, *billboard*, baliho, dll menurun
2. Jumlah iklan televisi yang tidak teratur, menggempur konsumen setiap hari

3. Semakin tingginya tuntutan permintaan terhadap media komunikasi non konvensional, media yang berkesan tidak biasa dan menarik
4. Kebutuhan produk atau pesan untuk menjangkau *target* audiens lebih signifikan
5. Perkembangan teknologi, multimedia, internet, dan sebagainya

## 2.8 Ilustrasi

Menurut Fariz (dalam Setiawan, 2016, hal. 8), menjelaskan bahwa kata ilustrasi bersumber dari kata *illusion*. Ilustrasi dijadikan sebagai bentuk pengandaian dalam pikiran manusia dengan berbagai sebab, ilustrasi juga dapat dibentuk sebagai suatu ekspektasi yang tidak berbeda jauh dari angan-angan, juga bersifat maya atau *virtual*. Ilustrasi bisa berupa gambar, tulisan, dan bunyi.

Ilustrasi dalam perkembangan lebih lanjut, tidak hanya digunakan sebagai sarana pendukung cerita, namun sebagai penghias ruang kosong. Misalnya dalam majalah, koran, *tabloid*, dan lain-lain. Ilustrasi bisa berbentuk berbagai macam, seperti karya seni sketsa, lukis, grafis, karikatural, dan akhir-akhir ini banyak dipakai dalam bentuk *image bitmap* hingga karya foto. (Soedarso, dalam Setiawan, 2016, hal. 8-9)

### 2.8.1 Jenis-Jenis Ilustrasi

Menurut Soedarso (dalam Setiawan, 2016, hal. 10-16), berdasarkan penampilannya ilustrasi memiliki berbagai jenis yaitu sebagai berikut:

1. Ilustrasi naturalis, gambar yang memiliki bentuk dan warna yang menyerupai dengan keadaan nyata tanpa pengurangan dan penambahan.

2. Ilustrasi dekoratif, gambar yang memiliki fungsi untuk menghiasi sesuatu dengan bentuk yang sederhana ataupun yang berlebihan (berdasarkan penggunaan *style* gambar)
3. Ilustrasi kartun, gambar yang memiliki bentuk yang terkesan lucu dan memiliki ciri khas tertentu
4. Ilustrasi karikatur, gambar yang menunjukkan kritikan dan sindiran dengan penyimpangan bentuk proporsi tubuh yang sebenarnya
5. Ilustrasi cerita bergambar (Cergam), gambar yang disertakan dengan teks dan teknik penggambarannya berdasarkan berbagai sudut pandang yang menarik
6. Ilustrasi buku pelajaran, gambar yang berfungsi untuk menjelaskan teks atau keterangan yang terkait
7. Ilustrasi khayalan, gambar yang diciptakan secara imajinatif

### **2.8.2 Fungsi ilustrasi**

Menurut Arifin dan Kusrianto (dalam Setiawan, 2016, hal. 17), terdapat beberapa fungsi dari ilustrasi yaitu:

1. Deskriptif, menggantikan uraian secara verbal dan naratif dengan menggunakan kalimat panjang menjadi penggambaran yang lebih cepat dan mudah dipahami
2. Ekspresif, memperlihatkan suatu gagasan, maksud, perasaan, situasi, dan konsep abstrak menjadi nyata secara cepat sehingga mudah dipahami

3. Analitis atau struktura, dapat menunjukkan rincian bagian-bagian dari suatu benda atau sistem atau proses secara detail sehingga mudah untuk dipahami
4. Kualitatif, yang biasa digunakan dalam bentuk tabel, grafik, kartun, foto, gambar, sketsa, skema, dan simbol

## **2.9 Poster**

Menurut Anita (2008, hal. 12), sebuah poster adalah suatu gambar yang mengkombinasikan berbagai unsur visual seperti garis, gambar, dan kata-kata yang bertujuan untuk menarik perhatian, serta menyampaikan suatu pesan secara singkat kepada masyarakat. Dikatakan juga oleh Sudjana dan Rivai (2010, hal. 56-57), sebuah poster sebagai suatu rancangan kombinasi visual yang kuat. Penggunaan visual warna dan pesan dimaksudkan untuk dapat menarik perhatian orang yang sedang berpapasan, tetapi juga menanamkan gagasan yang berarti di dalam ingatan orang tersebut.

Pada penjelasan di atas dapat disimpulkan, bahwa poster secara umum adalah suatu pesan yang dirancang dengan konsep yang sesuai dengan tujuan dan isinya berupa gambar maupun tulisan, yang ditujukan untuk menarik perhatian masyarakat sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima dengan mudah.

### **2.9.1 Manfaat Poster**

Menurut Anita (2008, hal. 13-14), sebuah poster memiliki manfaat sebagai berikut:

1. Sebuah poster merupakan penggerak perhatian

2. Sebagai sebuah petunjuk
3. Sebagai sebuah peringatan, pengalaman kreatif
4. Sebuah poster dapat juga digunakan untuk berkampanye

### **2.9.2 Ciri-ciri Poster**

Menurut Sadiman (dalam Musfiqon, 2012, hal. 85), ciri-ciri poster yang layak adalah sebagai berikut:

1. Sebuah poster harus sederhana
2. Sebuah poster seharusnya dapat menyampaikan satu ide untuk mencapai satu tujuan pokok
3. Memiliki kontras warna yang kuat agar dapat menarik perhatian masyarakat
4. Memiliki slogan yang dapat dipahami dengan mudah
5. Tulisan yang tertera pada poster dapat dilihat dan terbaca dengan jelas
6. Motif dan tulisan yang digunakan dapat bervariasi

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA