



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

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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. Desain Informasi**

Baer (2009) *Society for technical communication's*, mendefinisikan desain informasi sebagai interpretasi informasi yang tidak teratur dan kompleks menjadi informasi yang bernilai dan mudah dimengerti (hlm. 12). Desain informasi yang tidak diawasi secara desain dan editorial akan terasa sulit untuk dipilih dan diprioritaskan. Oleh karena itu pengarahannya desain dan editorial yang matang akan sangat membantu desainer menentukan pilihan terbaik (hlm. 19).

##### **2.1.1 Membuat Desain Informasi yang Baik**

Berikut cara membuat desain informasi yang baik menurut Baer (hlm. 22-23).

###### **2.1.1.1. Konten yang Berfokus**

Sebagaimana seorang penerjemah yang baik, desainer informasi harus mengerti maksud dan tujuan dari sebuah cerita/pesan yang akan disampaikan kepada pembaca.

###### **2.1.1.2. Berfokus pada Pengguna**

Selain mengerti apa maksud dan tujuan klien, kita harus dapat mengerti apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh pengguna. Kita juga harus menyadari bahwa dalam proses menyerap informasi mungkin terdapat beberapa hambatan seperti:

1. Tingkat penyerapan informasi tiap orang yang berbeda-beda.
2. Beberapa orang lebih cepat menyerap informasi lewat suara/lisan.
3. Tingkat penyerapan informasi tiap orang dapat berubah drastis dan dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti: sedang kelelahan, norma budaya, pencahayaan, dan gerak.

#### **2.1.1.3. Digunakan Sebagai Alat Perdagangan**

Untuk memastikan hasil desain informasi yang kuat, desainer harus memahami desain informasi sebagai alat perdagangan. Prinsip desain dan elemen desain semuanya berkontribusi dalam menentukan keberhasilan desain informasi.

### **2.1.2 Alat Desain Informasi**

Berikut adalah alat yang dapat digunakan oleh desainer untuk membentuk solusi dan informasi yang kuat (hlm. 89).

#### **2.1.2.1. Warna (*Color*)**

Warna sangat penting karena sangat efektif untuk menyampaikan perbedaan. Penggunaan warna sangat membantu pembaca, karena warna dapat membagi elemen seperti subjudul dan poin-poin penting lainnya secara cepat (hlm. 90).

#### **2.1.2.2. Gaya Penulisan (*Type Styling*)**

Gaya penulisan membantu desainer membangun hierarki dan mempermudah dalam membedakan informasi. Dalam penerapannya kita

dapat dengan mudah mengklarifikasi berbagai jenis buku dan dapat dengan mudah memperhatikan satu atau dua jenis elemen dalam sebuah undangan sederhana (hlm. 94).

#### **2.1.2.3. Berat dan Ukuran (*Weight and Scale*)**

Manusia dapat membaca dengan cepat karena saat membaca mereka memperhatikan pola dan perbedaan. Kita dapat mengetahui sebuah informasi telah diprioritaskan dari perubahan skala, berat karya seni, dan elemen tipografi nya (hlm. 98).

#### **2.1.2.4. Struktur (*Structure*)**

Perencanaan *grid* dan ruang kosong yang baik dapat membantu pembaca bernavigasi melalui informasi yang rumit. Selain itu, struktur dari sebuah proyek entah itu fisik, pameran yang terorganisir, atau cetakan dapat memberikan makna tambahan (hlm. 102).

#### **2.1.2.5. Pengelompokan (*Group*)**

Khususnya ketika digunakan bersamaan dengan perubahan skala, warna, dan berat. Pengelompokan informasi dapat menandakan hierarki kepentingannya. Dalam proyek multimedia yang kompleks atau dalam poster sederhana, pengelompokan informasi dapat membantu pembaca menemukan informasi yang mereka cari dengan cepat (hlm. 106).

#### **2.1.2.6. Elemen grafis (*Graphic Elements*)**

Dalam naskah abad pertengahan seringkali terlihat huruf pertama kapital di awal paragraf yang tampak di desain secara rumit. Hal ini merupakan

contoh awal bagaimana seniman grafis membantu pembaca menavigasi konten dengan menggunakan elemen grafis. Untuk menarik perhatian desainer menggunakan aturan, garis, titik poin, dan perangkat lainnya yang masih digunakan sampai sekarang (hlm. 110).

#### **2.1.2.7. Gambar (*Imagery*)**

Desainer dapat membantu penyaringan informasi melalui pembuatan grafik yang efektif. Dalam sebuah studi pembaca ditemukan bahwa penggabungan antara teks dan gambar ampuh untuk membantu pembaca mempertahankan informasi (hlm. 114).

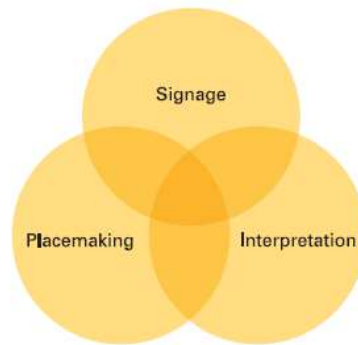
#### **2.1.2.8. Suara dan Gerakan (*Sound and Motion*)**

Menggabungkan suara dengan perangkat grafis dapat menciptakan hasil yang lebih efektif. Ini terbukti dari penelitian secara konsisten yang menunjukkan bahwa informasi secara verbal lebih mudah diserap oleh banyak orang, sementara yang lainnya mengandalkan visual (hlm. 118).

## **2.2 Media**

### **2.2.1 *Environmental Graphic Design (EGD)***

Menurut Calori & Vanden-Eynden (2015), EGD melibatkan pengembangan informasi dan sistem komunikasi grafik visual yang sistematis. Sistem ini untuk digunakan dalam merespon kebutuhan komunikasi pada suatu situs/lingkungan hidup. Situs tersebut dapat dijabarkan dari sebuah bangunan ke bangunan yang kompleks atau ke sebuah kota yang lebih rumit, dimana terdapat jaringan transportasi yang saling terhubung dengan lingkungan lainnya.



Gambar 2. 1. *Three Components of EGD*

(Calori & Vanden-Eynden, 2015)

*EGD* juga bisa digunakan untuk memenuhi kebutuhan informasi dalam skala nasional yang mempunyai kebutuhan komunikasi yang lebih kompleks. Terdapat tiga komponen inti dalam *EGD* dan masing dapat bertumpang tindih. Way Hunt mengidentifikasi ketiga komponen tersebut sebagai berikut (hlm. 5).

#### **2.2.1.1. *Signage and Wayfinding***

*Signage* dan *wayfinding*, adalah dua istilah yang sering digunakan oleh desainer untuk memaksudkan satu hal yang sama namun kenyataanya kedua istilah tersebut memiliki tujuan yang berbeda. *Signage* bertujuan untuk memberikan informasi mengenai tempat tujuan dengan menunjukkan arah tujuan tersebut. Sedangkan *Wayfinding* tidak hanya bertujuan untuk menunjukkan arah tujuan, tetapi memberikan secara menyeluruh dan jelas gambaran suatu wilayah/dimana tempat tujuan itu berada.

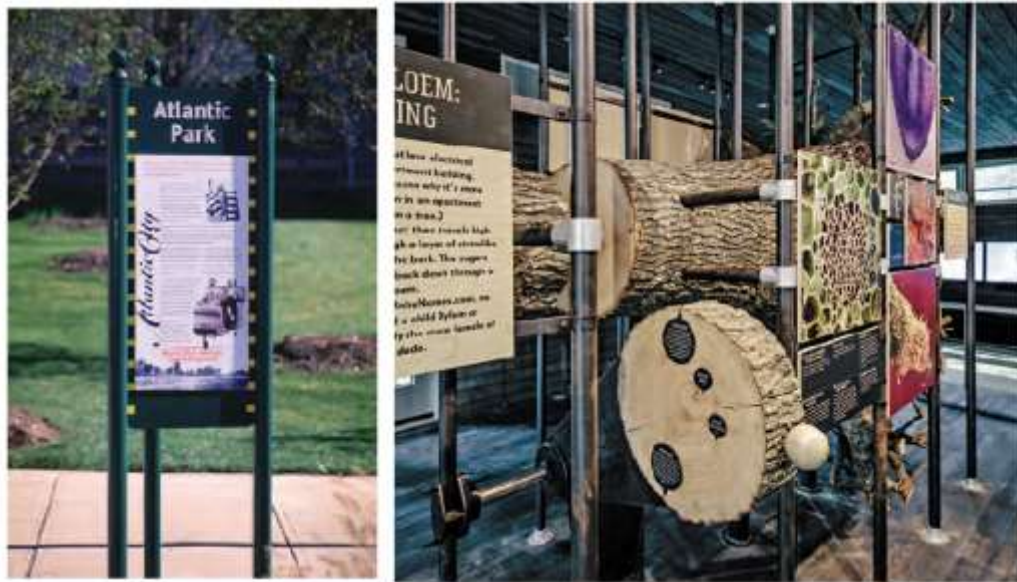


Gambar 2. 2. *Directional and Identificational Sign*  
(Calori & Vanden-Eynden, 2015)

Sebenarnya tujuan *wayfinding* adalah membantu setiap orang untuk dapat membayangkan gambaran peta suatu tempat. Semakin jelas tata letak fisik tempat tersebut, maka semakin jelas gambaran peta yang dibayangkan oleh orang tersebut. Perlu di ingat juga bahwa *signage* tidak semua *signage* yang dirancang dengan baik dapat menyelesaikan seluruh masalah dalam memberikan navigasi di tempat-tempat yang membingungkan, seperti tempat-tempat dengan jalur berputar (hlm. 6).

#### ***2.2.1.2. Interpretive Information***

*Interpretive information* digunakan untuk memberitahukan informasi mengenai makna suatu tema/konsep, objek, acara, tokoh sejarah, korporasi dan produknya, dll. *Interpretive information* paling sering dijumpai di pameran, dimana informasi yang ditampilkan tersusun berdasarkan tempat itu sendiri, misalnya: artefak, audiovisual dan media interaktif, dll.



Gambar 2. 3. *Interpretive Information*  
(Calori & Vanden-Eynden, 2015)

Pameran interpretatif dapat bersifat sementara ataupun selamanya, eksterior ataupun interior. *Interpretive information* dapat bersinggungan dengan *signage*. Maksud pernyataan tersebut adalah *interpretive information* dalam bentuk teks dan gambar juga dapat ditampilkan dalam *signage*, disebut *Intrepretive Sign* (hlm. 7-8).

### 2.2.1.3. *Placemaking*

*Placemaking* dilakukan dengan membuat gambar yang akan menjadi ciri khas tempat tersebut. Yang dapat dibedakan dari *placemaking* dengan yang lainnya adalah penyampaian informasi yang jelas secara statis dan digital. Tanpa maksud komunikasi yang jelas dengan *placemaking* hanya menjadi bagian dari arsitektur, desain interior, desain eksterior, dsb. *Placemaking* dapat dibuat secara monumental dengan memperhatikan skala nya, bisa juga dengan memperhatikan kuantitasnya.





Gambar 2. 4. *Placemaking*  
(Calori & Vanden-Eynden, 2015)

Setelah mengetahui ke 3 jenis EGD menurut Way Hunt, maka media informasi yang sesuai untuk digunakan di Museum Giri Amertha adalah *interpretive information* berbentuk *signage*, atau bisa disebut *interpretive sign*. *Interpretive sign* dipilih karena biasa digunakan pada pameran untuk menampilkan informasi-informasi berupa teks, audio visual, ilustrasi atau gambar, dsb (hlm. 9).

## 2.2.2 Video

Menurut Duy Linh Tu (2015) terdapat 4 jenis bentuk video (hlm. 17), yaitu:

### 2.2.2.1. *Broadcast-style videos*

Dengan menggunakan gaya pelaporan berita seperti yang ditampilkan di stasiun televisi. Video menampilkan interaksi antara pembawa berita dengan reporter di lokasi kejadian. Media yang telah melakukan konvergensi media biasa mengunggah video yang sudah tayang di televisi ke situs web nya.

#### **2.2.2.2. *Explainer video***

*Explainer video* atau video penjelasan adalah video berisi penjelasan sebuah topik yang berdurasi beberapa menit saja. Video dapat berbentuk *motion graphic* atau *broadccast-style* dengan menjelaskan topik-topik yang kompleks di depan kamera.

#### **2.2.2.3. *Short feature video***

*Short feature video* biasanya menampilkan isu-isu yang sedang ramai diperbincangkan di masyarakat atau individu yang memiliki nilai pemberitaan. Informasi yang ditampilkan pada video ini tidak harus terbaru, informasi dapat dibaca kapan saja dan tidak lekang oleh waktu.

#### **2.2.2.4. *Documentary and long-form narratives***

Tipe video ini adalah yang paling sulit. Karena diperlukan waktu perencanaan selama beberapa bulan dan juga diperlukan waktu untuk *editing*. Pembuatan video dokumenter membutuhkan waktu yang jauh lebih lama jika dibandingkan video lainnya.

Setelah mengetahui ke 4 jenis video, penulis memilih *explainer video* atau video penjelasan sebagai media yang akan digunakan dalam menyampaikan informasi di dalam museum. Video penjelasan dipilih karena memiliki karakteristik konten video berdurasi beberapa menit saja dan fungsi nya sebagai media edukasi dengan menggunakan grafis.

### 2.2.3 Brosur dan *Collateral*

Menurut DiMarco (2010), brosur dan *Collateral* adalah sebuah media cetak yang dapat menghadirkan beragam informasi dalam satu sampai beberapa halaman. Pada umumnya informasi dikemas pada media-media seperti: brosur lipat, *booklets* (buku kecil), dan *flyers* (poster kecil). Brosur dan *collateral*, adalah media yang paling sering digunakan untuk membujuk atau memberikan informasi.



Gambar 2. 5. Brosur Lipat  
(<https://freepick.com> )

Contoh penggunaannya adalah sebagai berikut: sebuah *flyers* digunakan untuk menjual sebuah produk atau mengumumkan sebuah informasi mengenai tempat sebuah acara diadakan. Dalam hal ini sebuah brosur harus memiliki keterbacaan yang tinggi dan harus dapat menarik sehingga dapat menarik minat pembaca. Hal tersebut biasa dilakukan dengan menggunakan tipografi yang kuat atau gambar-gambar yang merangsang otak (hlm. 114).

## 2.3 Desain Grafis

Allan Robins (Landa, 2014) mengatakan satu dari banyaknya cara kreativitas berada dalam realita visual adalah dengan melalui desain grafis. Desain grafis adalah sebuah bentuk komunikasi visual yang digunakan untuk mengantarkan pesan atau informasi kepada pembaca nya. Ini adalah sebuah hasil representasi dari sebuah gagasan yang bergantung pada bentuk, pemilihan dan bagaimana meng-organisasikan elemen-elemen desain nya (hlm. 1)

### 2.3.1 Prinsip Desain

Berikut adalah prinsip-prinsip desain menurut Landa (2014):

#### 2.3.1.1. Format

Format berguna untuk menentukan batasan perimeter desain dan jenis proyeknya. Setiap jenis proyek menggunakan format ukuran, bentuk dan medium yang berbeda-beda. Contohnya sebuah brosur memiliki bentuk lipatan dan format ukuran sebuah brosur berbeda-beda (hlm. 29).



Gambar 2. 6. Format

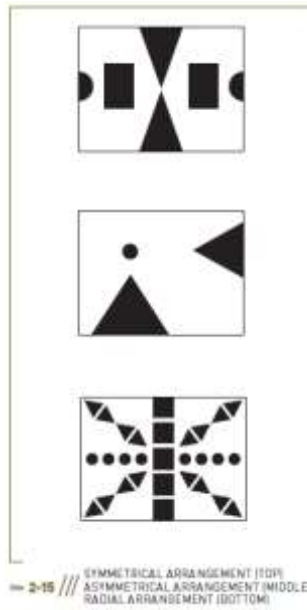
(Landa, 2014)

Terdapat beberapa variasi ukuran format yang tersedia dalam bentuk cetakan nya. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi dalam memilih ukuran, diantaranya adalah: kebutuhan proyek, fungsi, tujuan, kesesuaian dengan solusi, dan biaya. Setiap jenis format harus memperhitungkan batasan format nya (hlm. 29).

### **2.3.1.2. Keseimbangan (Balance)**

Dalam bukunya Landa (2014) menjelaskan bahwa terdapat 3 macam keseimbangan, yaitu: *asimetris*, *simetris*, dan *radial balance*.

1. *Simetris*: Visual yang di distribusikan secara seimbang, sehingga elemen yang dihadirkan terbagi sama rata seperti refleksi pada kaca.
2. *Asimetris*: Visual yang di distribusikan secara tidak seimbang atau tidak sama rata. Tidak ada elemen refleksi kaca pada setiap elemen.
3. *Radial balance*: Visual yang di distribusikan secara merata baik secara horizontal maupun secara vertikal, membentuk pola yang menyebar sampai keseluruhan sisi.



Gambar 2. 7. Balance  
(Landa, 2014)

Menurut Landa (2015) stabilitas adalah sebuah keseimbangan. Ketika dalam sebuah komposisi tercapai pembagian berat elemen desain yang seimbang, maka terciptalah visual yang harmoni yang dapat dinikmati oleh *audiens*. Komposisi yang seimbang akan mempengaruhi pengarahannya (*audience* nya (hlm. 30).

### 2.3.1.3. Hierarki Visual (*Visual Hierarchy*)

Hierarki Visual digunakan untuk mengarahkan *audience* dalam menangkap informasi dengan menggunakan elemen visual. Fokus utama dapat terlihat dari penekanan informasi yang penting (hlm. 33). Penekanan atau *emphasis* dapat dilakukan melalui beberapa cara, yaitu (hlm. 34-35):

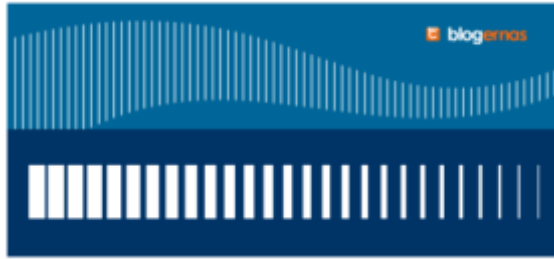
1. *Emphasis by Placement*: Penekanan dilakukan dengan meletakkan objek pada lokasi tertentu yang sesuai arah gerak mata pembaca. Posisi

yang paling mudah menarik perhatian *audience* adalah area kiri atas dan bagian tengah.

2. *Emphasis by Isolation*: Peningkatan fokus dapat dilakukan dengan meletakkan suatu objek secara terpisah.
3. *Emphasis Through Scale*: Objek yang berukuran besar lebih menarik perhatian dan lebih mudah dilihat, karena itu dilakukan penekanan dengan memainkan ukuran objek.
4. *Emphasis Through Contrast*: Penekanan dapat dilakukan dengan menunjukkan kontras, seperti gelap-terang, kasar-halus, cerah-kusam.
5. *Emphasis Through Directional and Pointers*: Elemen diagonal dan panah digunakan sebagai untuk mengarahkan pandangan *audience*.
6. *Emphasis Through Diagrammatic Structures*: Penekanan yang dilakukan dengan mengarahkan pandangan *audience* menggunakan bentuk struktur diagram.

#### **2.3.1.4. Irama (Rhythm)**

Umum nya orang berpikir ritme sebagai sebuah ketukan yang terbentuk dari sebuah tekanan yang membentuk pola. Dalam desain grafis, mirip dengan sebuah irama pada musik, pengulangan yang konsisten dan kuat. Elemen yang membentuk pola dapat mengatur ritme, sehingga membuat mata *audience* bergerak disekitar halaman.



Gambar 2. 8. Irama

(<https://www.blogernas.com/2016/08/pengertian-irama-pada-prinsip-desain.html>)

Seperti di dalam musik, suatu pola dapat dibentuk dan diganggu, diperlambat, atau dipercepat. Ritme sebagai urutan elemen visual, perlu dilakukan pengembangan aliran visual yang koheren dari satu halaman ke halaman lainnya pada setiap format multi-halaman, seperti desain buku, desain website, desain majalah, dan *motion graphic* (hlm. 35).

#### **2.3.1.5. Kesatuan (*Unity*)**

Kesatuan adalah istilah yang digunakan ketika seluruh elemen grafis terlihat saling menyatu sebagai suatu kelompok (hlm. 36).

#### **2.3.1.6. Hukum Organisasi Persepsi (*Laws of Perceptual Organization*)**

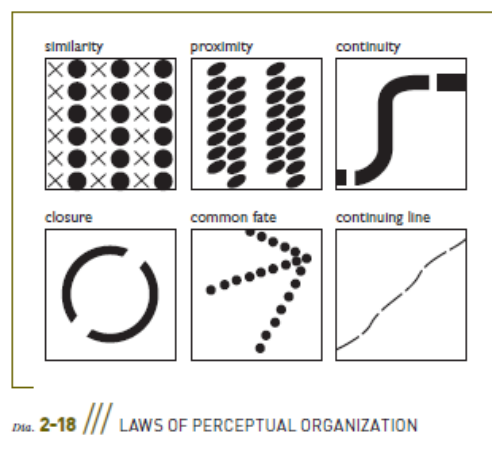
Menurut Landa (2015) pengelompokan secara visual dapat terjadi melalui 6 cara berikut (hlm. 36).

1. *Proximity*: Elemen saling berdekatan, menurut jarak keterpisahannya dapat dianggap saling terikat bersama.
2. *Similarity*: Elemen dipersepsikan sebagai satu kelompok ketika terdapat kesamaan karakteristik pada tiap elemen. Kemiripan



karakteristik pada tiap elemen dapat berupa bentuk, tekstur, arah elemen atau warna yang sama.

3. *Common fate*: Elemen dipersepsikan sebagai satu kelompok ketika elemen bergerak ke arah yang sama.
4. *Continuity*: Elemen dipersepsikan sebagai satu kelompok ketika elemen tersebut melanjutkan jalur elemen sebelumnya.
5. *Closure*: Ketika ada elemen yang terpisah, pikiran kita akan berusaha untuk menyatukan elemen tersebut secara otomatis.
6. *Continuing line*: Meskipun jalu terputus-putus, mata *audience* akan tetap melihat garis secara menyeluruh



Gambar 2. 9. Hukum Organisasi Persepsi  
(Landa, 2014)

Dari ke enam pengelompokan diatas, untuk menghasilkan sebuah kesatuan dapat menggunakan satu atau beberapa cara pengelompokan. Perlu diperhatikan bahwa membuat koneksi secara visual sangat mungkin

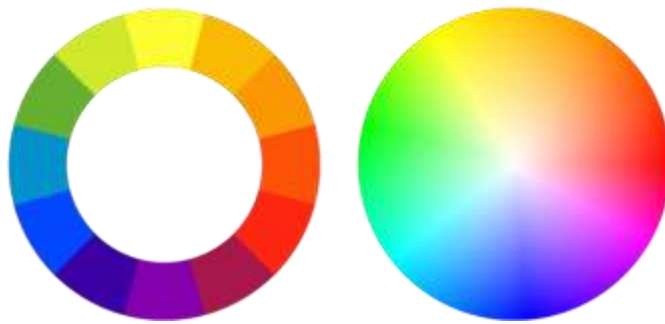
dilakukan. Koneksi visual dapat terbentuk dengan menata elemen-elemen seperti bentuk, warna, dan tekstur secara berulang-ulang (hlm. 37).

## 2.3.2 Elemen Desain

### 2.3.2.1. Warna

#### 1. *Hue*

*Hue* adalah nama dari warna itu sendiri seperti merah, biru, kuning, hijau, dan sebagainya. Pada dasarnya temperatur warna tidak dapat dirasakan, namun dapat di persepsikan. Dalam pembagian warna melalui temperatur nya, *hue* dapat di persepsikan sebagai gambaran hangat atau dingin nya warna.



Gambar 2. 10. *Hue*

([https://www.netclipart.com/isee/mTmoim\\_colors-clipart-hue-color-hue/](https://www.netclipart.com/isee/mTmoim_colors-clipart-hue-color-hue/))

Ketika mendesain di layar monitor, tiga warna primer yang digunakan adalah *red* (R), *green* (G), dan *blue* (B). Sistem ini disebut dengan istilah “RGB”. Untuk bidang cetak, warna primer yang digunakan adalah sistem warna *cyan* (C), *magenta* (M), *yellow* (Y), dan *black* (K). Sistem ini dengan istilah “CMYK” (hlm. 23).

## 2. *Value*

*Value* merupakan gelap-terangnya warna. *Value* dapat diubah jika ditambahkan warna hitam (*shades*) atau putih (*tints*). Warna hitam dan putih memiliki peranan penting dalam pencampuran warna.

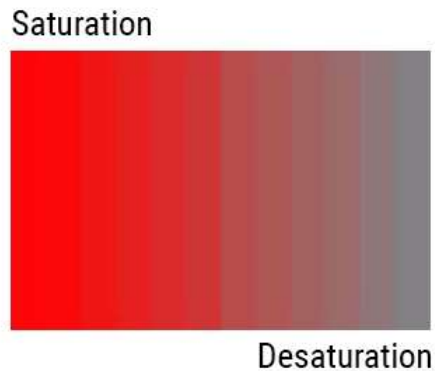


Gambar 2. 11. *Value*  
(<https://shannon-brinkley.com>)

Hitam adalah warna paling gelap dan putih adalah warna paling terang. Ketika dicampurkan bersama warna hitam dan putih membentuk warna abu-abu. Abu-abu adalah warna interval, warna netral antara warna hitam dan putih (hlm. 26).

## 3. *Saturation*

*Saturation* merupakan tingkat kecerahan pada sebuah warna. Semakin tinggi saturasi nya warna tersebut maka akan semakin terasa intensitas nya. Warna pada intensitas tertinggi yang *chroma* nya tidak mengandung warna penetral.



Gambar 2. 12. *Saturation*

(<https://www.digitaldarkroomacademy.com/vibrance-vs-saturation/>)

Warna penetral yang dimaksudkan adalah warna seperti hitam dan putih. Warna lain yang memiliki kandungan penetral adalah campuran dari kedua warna penetral yang menghasilkan warna abu-abu. Jika dicampurkan dengan, abu-abu, putih dan hitam warna dengan tingkat kecerahan yang tinggi akan menjadi “*dull*” (hlm. 27).

#### 4. *Temperature*

Terdapat dua macam temperatur warna yaitu dingin dan hangat. Warna yang termasuk dalam spesifikasi dingin yaitu hijau, biru, dan violet. Warna yang termasuk dalam spesifikasi hangat yaitu kuning, *orange*, dan merah (hlm. 27).

Menurut Adams dan Stone (2017) dalam bukunya terdapat 6 konsep dasar konsep hubungan warna yang dapat diaplikasikan ke jumlah kombinasi warna yang tidak terbatas. Konsep tersebut disebut dengan “Harmoni Warna” (hlm. 21).

1. *Complementary*

Warna yang dihasilkan akan sangat kontras karena saling berhadapan pada roda warna. Penggunaan kedua warna komplementer akan merangsang kedua mata.

2. *Split Complementary*

Pada metode ini terdapat tiga warna yang berjarak setara satu sama lain. Pada skema ini kontras pada warna lebih baik diturunkan agar hubungan warna lebih terasa.

3. *Double Complementary*

Ini adalah kombinasi yang menggunakan dua pasang warna komplementer. Tidak semua warna akan terasa menyenangkan menggunakan metode ini, karena hubungan warna yang saling melengkapi meningkatkan intensitas warna.

4. *Analogus*

Metode ini merupakan kombinasi kombinasi dari 2 warna atau lebih yang saling berdampingan/berdekatan pada roda warna. Warna dengan metode ini akan enak dilihat oleh mata karena memiliki panjang gelombang sinar yang sama di mata.

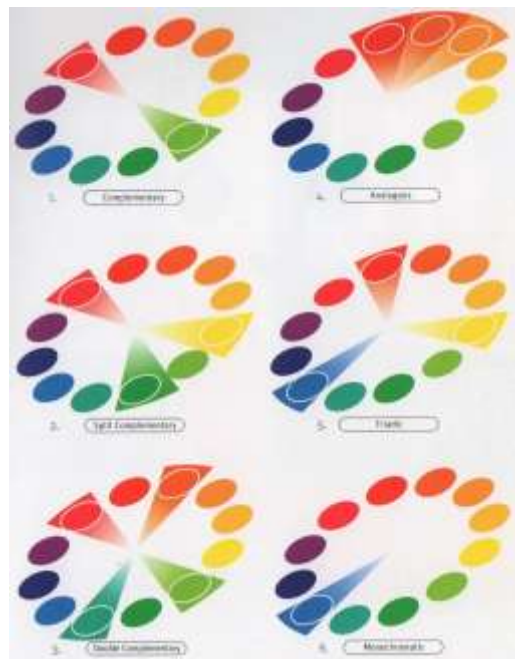
5. *Triadic*

Tiga warna yang ditempatkan secara merata di sekitar roda warna. Warna pertama yang dipilih adalah warna yang menyolok, lalu berikutnya dipilih warna yang tidak mencolok/lebih lembut. Dalam

*Triadic* dua warna berbagi warna primer yang sama (contoh hijau dan ungu punya warna primer yang sama yaitu biru).

6. *Monochromatic*

Skema warna yang dihasilkan merupakan perubahan gelap dan terang pada satu warna. Dengan menggunakan satu pilihan warna desainer dapat menjeleajahi variasi saturasi dan penerangan. Desainer juga dapat membentuk kombinasi bersama warna yang mirip.



Gambar 2. 13. *Color Harmony*  
(Adams & Stone, 2014)

Menurut Adams dan Stone (2017) warna memiliki arti. Hal ini merupakan hasil dari pengalaman yang dialami oleh mata. Hal yang sama juga dirasakan oleh otak manusia, artinya baik secara mental dan emosional (hlm. 24).

1. Warna Primer

a. Merah

- 1.) Diasosiasikan dengan api, darah, dan sex.
- 2.) Positif: gairah, cinta, darah, energi, rasa antusias, rasa gembira, panas, kekuatan.
- 3.) Negatif: penyerangan, kemarahan, pertarungan, revolusi, kekejaman, pelanggaran asusila.

b. Kuning

- 1.) Diasosiasikan dengan sinar matahari.
- 2.) Positif: kepintaran, kebijaksanaan, optimisme, cahaya, kegembiraan, idealisme.
- 3.) Negatif: iri hati, tidak berani, penipuan, hati-hati.

c. Biru

- 1.) Diasosiasikan dengan laut dan langit.
- 2.) Positif: pengetahuan, kesejukan, damai, maskulin, pemikiran, kesetiaan, keadilan, kecerdasan.
- 3.) Negatif: depresi, dingin, melepaskan diri, tidak antusias.

2. Warna Sekunder

a. Hijau

- 1.) Diasosiasikan dengan tumbuhan dan lingkungan alam.

- 2.) Positif: kesuburan, uang, pertumbuhan, pengobatan, keberhasilan, alam, harmoni, kejujuran, muda.
  - 3.) Negatif: keserakahan, iri hati, memuakkan, beracun, karatan, tidak berpengalaman.
- b. Ungu
- 1.) Diasosiasikan dengan bangsawan dan spiritual.
  - 2.) Positif: kemewahan, kebijaksanaan, imajinasi, kecanggihan, pangkat, inspirasi, kekayaan, kaum bangsawaan, kebatinan.
  - 3.) Negatif: berlebihan, kelebihan, kegilaan, kekejaman.
- c. *Orange*
- 1.) Diasosiasikan dengan musim gugur dan jeruk.
  - 2.) Positif: kreativitas, penyegaran, keunikan, energi, semangat, stimulasi, keramahan, kesehatan, perilaku, aktivitas.
  - 3.) Negatif: sederhana, garis *trend*, kekerasan.
3. Warna Netral
- a. Hitam
- 1.) Diasosiasikan dengan malam dan kematian.
  - 2.) Positif: kekuasaan, wewenang, bobot, kecanggihan, keanggunan, formalitas, keseriusan, martabat, kesendirian, misteri, gaya,
  - 3.) Negatif: ketakutan, negativitas, kejahatan, kerahasiaan, ketundukan, duka, berat, penyesalan, kekosongan.



b. Putih

- 1.) Diasosiasikan dengan cahaya, kemurnian.
- 2.) Positif: kesempurnaan, pernikahan, kebersihan, kebajikan, tidak bersalah, keringanan, kelembutan, kesucian, kesederhanaan, kebenaran.
- 3.) Negatif: kerapuhan, isolasi.

c. Abu-abu

- 1.) Diasosiasikan dengan netral
- 2.) Positif: keseimbangan, keamanan, keandalan, kesopanan, klasik, kematangan, kecerdasan, kebijaksanaan.
- 3.) Negatif: kurang komitmen, ketidakpastian, kemurungan, keadaan mendung, usia tua, kebosanan, keraguan, cuaca jelek, kesedihan.

### **2.3.2.2. Tipografi**

#### *1. Typeface*

Landa (2014) menyatakan Tipografi merupakan desain bentuk huruf yang digunakan secara ruang dua dimensi. Desain bentuk huruf tersebut digunakan untuk media cetak dan ruang dimensi-waktu untuk media digital. Klarifikasi *typeface* dibagi menjadi delapan macam (hlm. 47).

<u>Old Style/Garamond, Palatino</u>	<u>San Serif/Futura, Helvetica</u>
BAMO hamburgers	BAMO hamburgers
BAMO hamburgers	BAMO hamburgers
<u>Transitional/New Baskerville</u>	<u>Italic/Bodoni, Futura</u>
BAMO hamburgers	<i>BAMO hamburgers</i>
	BAMO hamburgers
<u>Modern/Bodoni</u>	<u>Script/Palace Script</u>
BAMO hamburgers	<i>B.A.M.O hamburgers</i>
<u>Egyptian/Clorendon, Egyptian</u>	
<b>BAMO hamburgers</b>	
<b>BAMO hamburgers</b>	

Gambar 2. 14. *Typefaces*  
(Landa, 2014)

a. *Old Style*

Sejak abad ke lima belas Tipografi jenis ini sudah dapat ditemukan. Tipografi jenis ini merupakan hasil dari tipografi manual yang penulisannya menggunakan pena dengan ujung yang lebar. *Old style* mempunyai sifat melengkung dan miring seperti *serif*. Contoh *typeface* ini adalah *Times New Roman*, *Caslon*, dan *Garamond*.

b. *Modern*

Berkembang di abad ke delapan belas dan Sembilan belas, *Typeface* ini memiliki karakteristik lebih geometris dibandingkan *Old Style*, penekanan vertikal, kontras yang besar antar garis tebal dan tipis, merupakan *serif* yang paling sejajar diantara jenis *typeface* lainnya. Contoh *typeface* ini adalah *Walbaum*, *Bodoni*, *Didot*.

*c. Transitional*

Muncul pertama kali di abad ke delapan belas dan sembilan belas. *Typeface* berbentuk *serif* ini merupakan transisi *Modern* dan *Old Style*, sehingga memiliki ciri-ciri keduanya. Contoh *typeface* ini adalah *Baskerville* dan *Georgia*.

*d. Slab Serif*

*Typeface* ini berkarakter serif tebal, dan memiliki sub kategori *Egyptian* dan *Clarendons*. Berkembang di abad ke sembilan belas, contoh *typeface* ini adalah *ITC* dan *Bookman*.

*e. Sans Serif*

Dengan karakteristik tidak memiliki serif pada huruf, *typeface* yang berkembang pada abad ke sembilan belas ini biasa ditemukan di *typeface* seperti *frutiger*, *universal*, dan *franklin gothic*.

*f. Gothic*

*Typeface* ini memiliki karakteristik huruf yang minim lekukan dan terkompres, serta garis yang terkesan berat. *Typeface* ini didasarkan pada teks abad ke tiga belas sampai lima belas. *Typeface* ini biasanya ditemukan pada *Rotunda* dan *Textura*.

*g. Script*

*Typeface* ini memiliki karakteristik bentuk tulisan sambung dan cenderung miring. *Typeface* ini memiliki bentuk Tulisan yang sama dengan tulisan tangan manusia.

#### *h. Display*

*Typeface* ini tidak ditujukan untuk penulisan buku karena sulit untuk dibaca. *Typeface* ini sering digunakan untuk penulisan judul atau penulisan berukuran besar, karena memiliki ukuran yang bervariasi dan tidak memiliki aturan tetap.

## 2. *Type Selection*

(Landa, 2010, hlm. 51) Jay Miller, president di IMAGEHAUS, menyarankan untuk terlebih dahulu menentukan *audience*, *tone*, kepribadian dan sikap dari apa/siapa yang ingin komunikasikan dan bagaimana pesan itu disampaikan sebelum kita memilih *typeface* yang akan digunakan. Dengan melakukan hal tersebut desainer akan terbantu secara strategis untuk memilih font secara tepat, untuk memastikan keberhasilan komunikasi (hlm.51). Berikut adalah beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam memilih *typeface* yang akan digunakan (hlm. 51):

- a. Memilih berdasarkan kesesuaian dengan target *audience*, hal ini meliputi konsep desain, pesan yang ingin disampaikan, persyaratan komunikasi, dan konteks.
- b. Dilakukan perhitungan bagaimana *typeface* tersebut akan digunakan, apakah digunakan sebagai *display*, teks, atau keduanya? Apakah untuk di cetak atau ditampilkan pada layar? Kebanyakan tipografi lebih cocok untuk digunakan sebagai

*display*, tapi tidak sebanyak yang digunakan pada cetakan. Karena itu tentukanlah mana yang cocok dengan media yang digunakan dan hindari memilih *typeface* jenis *display* untuk digunakan sebagai teks.

- c. Memperhatikan apakah teks yang digunakan berjumlah sedikit, sedang, atau banyak? Teks dalam jumlah yang banyak memerlukan *typeface* yang sangat mudah dibaca.
- d. Memperhatikan *x-height* pada *typeface*. *Typeface* dengan *x-height* yang tinggi akan mudah dibaca, terutama pada layar.
- e. Memeriksa apakah *font* memiliki jarak yang baik.
- f. Memeriksa keterbacaan dengan mencoba membacanya, hal ini dilakukan untuk melihat apakah *typeface* mudah atau sulit dibaca di atas kertas atau layar dengan ukuran yang berbeda.
- g. Memastikan terdapat kontras yang memisahkan antara *typeface* dengan latar belakang.

### 3. *Readability and Legibility*

Menurut Landa (2010), ada beberapa hal yang perlu diperhatikan agar teks tetap mudah dilihat dan dibaca (hlm.129).

- h. Menghindari *typeface* yang terlalu tebal atau terlalu tipis.
- i. *Expanded* dan *condensed faces* cenderung lebih susah dibaca, karena akan menyebabkan distorsi saat dibaca.
- j. Menghindari menggunakan huruf besar pada *body copy* karena huruf tersebut akan sulit dibaca.

- k. Harus ada kontras antara warna teks dengan *background* nya.
- l. Teks dengan saturasi warna yang tinggi akan lebih sulit dibaca, terlebih ketika ditempatkan bersamaan dengan *background* yang memiliki saturasi warna yang tinggi juga.
- m. Jangan menaruh teks diatas gambar, karena akan sulit dibaca.
- n. Teks berwarna putih yang kecil pada *background* berwarna gelap akan lebih sulit dibaca.
- o. Teks dengan warna yang lebih gelap akan cenderung dipilih untuk dibaca terlebih dahulu.

#### 4. *Alignment*

Pengaturan teks memiliki beberapa pilihan, pilihan-pilihan tersebut yaitu sebagai berikut (hlm. 57-58).

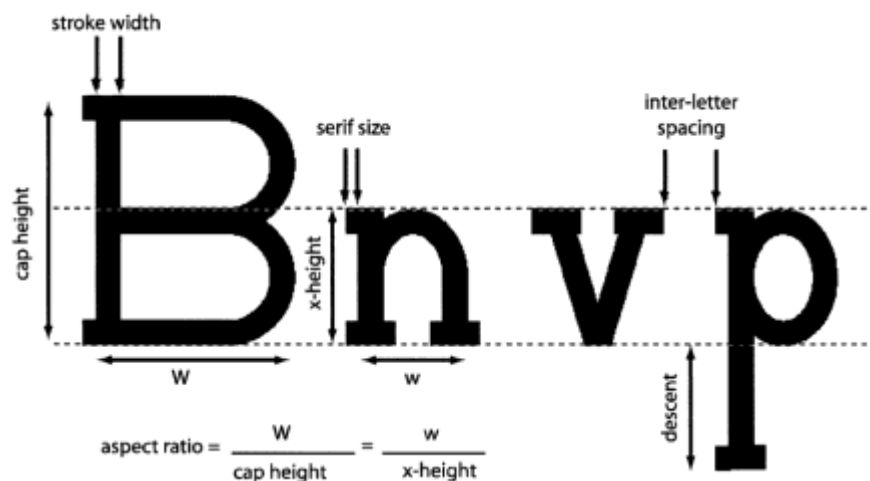
- a. *Left Alignment*, penyusunan teks dilakukan dengan men-sejajarkan teks ke sisi kiri.
- b. *Right Alignment*, penyusunan teks dilakukan dengan men-sejajarkan teks ke sisi kanan.
- c. *Justified Alignment*, penyusunan teks dilakukan dengan men-sejajarkan teks baik ke sisi kiri maupun ke kanan.
- d. *Center Alignment*, penyusunan teks dilakukan dengan men-sejajarkan teks mengikuti garis bidang tengah vertikal.
- e. *Asymmetrical* penyusunan teks dilakukan tanpa mengikuti susunan yang jelas, teks disusun secara berulang.

### 2.3.2.3. *Layout*

*Layout* memperlihatkan karakter visual dari *signage* yang akan dibuat melalui proses penyusunan elemen grafis ke dalam suatu susunan agar tercipta suatu visual yang utuh (Calori & Vanden-Eynden, 2015, hlm. 165). Setelah konten selesai buatlah perancangan *layout*. Menurut Calori dan Vanden-Eynden (2015 hlm. 166-180) terdapat beberapa faktor dalam merancang *layout*, yaitu:

1. Menentukan ukuran tipografi berdasarkan jarak pandang.

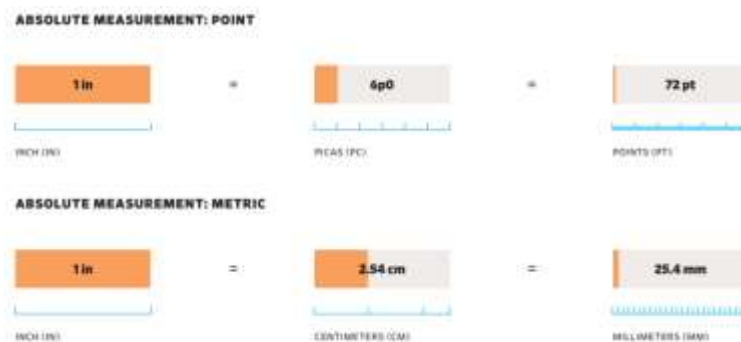
Terdapat sebuah aturan bahwa 1 inci tinggi sebuah *cap height* yang diukur pada huruf kapital. Bagian *non-rounded* seperti E, H, atau I dapat terlihat dari jarak 50 kaki. Berdasarkan rasio tersebut maka sebuah huruf yang dilihat dari jarak 500 kaki secara teoritis harus memiliki ukuran *cap height* 10 inci.



Gambar 2. 15. *Anatomy Of Typeface*  
(researchgate.net)

*Cap height* merupakan standar pengukuran yang digunakan pada *signage*. Pengukuran ini berbeda dengan pengukuran pada media cetak maupun pada *website*. Pengukuran pada media cetak maupun *website* menggunakan ukuran *point* suatu tipografi.

Landa (2014) menjelaskan dalam bukunya, bahwa dalam percetakan pengukuran tipografi secara tradisional diukur dengan menggunakan dua unit dasar pengukuran. Unit pengukuran tersebut adalah *point* dan *pica*. *Point* digunakan untuk mengukur tinggi badan huruf pada *typeface*. *Pica* digunakan untuk mengukur lebar huruf pada *typeface* (hlm. 44).



Gambar 2. 16. *Absolute Measurement Point & Metric*  
(Poulin, 2018)

Dalam bukunya, Poulin (2018) menjelaskan bahwa desainer grafis mengandalkan dua metode pengukuran. Pengukuran pertama menggunakan berdasarkan nilai yang pasti dan yang pengukuran kedua menggunakan nilai yang tidak pasti. Pengukuran berdasarkan nilai yang pasti/*absolute measurement system* selalu menggunakan *pica*, *point*, milimeter, dan sentimeter. Dalam pengukuran tersebut



diketahui bahwa 12 *point* setara dengan 1 *pica*, dan 6 *pica* setara dengan 72 *point*/setara 1 inci (hlm. 14).

## 2. Jarak elemen grafis

Jarak antara setiap elemen grafis mempengaruhi proporsi dan ukuran *layout*. Sebuah *signage* harus memiliki ruang kosong agar informasi yang disampaikan dapat terbaca dengan jelas. Beberapa ruang kosong yang terdapat pada *signage* yaitu:

### a. Margin

Margin merupakan ruang kosong di sekeliling permukaan *signage*. Tidak ada cara pasti untuk menentukan ukuran margin, yang terpenting adalah ukuran margin tidak terlalu besar maupun tidak terlalu kecil. Ukuran margin biasa ditentukan dengan mengikuti *cap height* tipografi. Terdapat beberapa saran untuk margin horizontal yaitu, bagian margin bawah selalu sedikit lebih besar dari margin atas.

Poulin (2018) dalam bukunya menyatakan bahwa dalam sebuah *grid* sistem penggunaan *grid* memiliki banyak fungsi. Sebagai contoh salah satu fungsi utamanya adalah membingkai konten visual dan naratif pada *layout* secara efektif, sehingga dapat dengan efektif melibatkan pembaca dengan konten dan pesannya. Dalam hal ini keputusan untuk menggunakan margin simetris yang sama atau menggunakan margin asimetris yang tidak sama akan

memaksimalkan atau mengurangi keberadaan konten visual dan naratif dalam setiap komposisi layout. Margin yang sama/simetris menciptakan komposisi *layout* yang statis, sedangkan margin yang tidak sama memungkinkan komposisi *layout* terlihat dinamis dan aktif. Margin yang proporsinya lebih luas dari pada *gutter* kolom halaman nya membuat pembacanya berfokus kedalam area margin, sedangkan margin yang berdekatan dengan tepi halaman membuat ketegangan visual pembacanya berkurang (hlm. 50).

b. Jarak antara elemen grafis secara horizontal

*Letter spacing* dan *word spacing* berfungsi agar informasi yang disampaikan dapat terbaca dengan jelas.

c. Jarak antara elemen grafis secara vertikal

Cara menentukan jarak antara elemen grafis dimulai dengan setengah ukuran *cap height* tipografi, setelah itu menyesuaikan.

Menurut Poulin (2018) penggunaan *baseline* pada *grid* akan sangat menguntungkan. Menguntungkan, karena berhubungan dengan ukuran dan penempatan gambar. Penempatan dan ukuran gambar dapat ditentukan dari penempatan dan posisi yang mengikuti *x-height* pada *typeface* dan *baseline* dari baris terkait terdekat di dalam *text block*, dan dapat meluas melintasi kolom teks untuk mempertahankan konsistensi dan kekompakan dalam komposisi *layout* (hlm. 103)

### 3. Format *layout*

Format *layout* menentukan pedoman untuk semua signage yang akan dibuat. Format *layout* dipengaruhi kondisi dari area yang akan dirancang. Setelah semua format dibuat, desainer dapat menentukan banyak cara untuk menyusun elemen grafis, baik secara horizontal maupun vertikal.

### 4. Konten informasi dan *layout*

Ukuran dari konten yang ingin ditampilkan merupakan faktor krusial dalam membuat *layout*. Banyak jumlah informasi, serta ukuran dari elemen grafis menentukan ukuran dan proporsi *layout*. Sebuah *layout* harus dapat memuat berbagai jenis informasi dan bersifat fleksibel sesuai kebutuhan.

Setiap metode penyusunan memiliki kelebihan dan kekurangan. Perlu dipertimbangkan bahwa setiap proyek memiliki kebutuhan yang berbeda-beda. Menurut Tondreau (2009) terdapat beberapa teknik *layout* untuk menentukan hierarki pada karya, yaitu:

#### 1. *Go Easy on the Reader*

Buatlah informasi yang paling penting menjadi lebih besar atau lebih tebal. Untuk memisahkan antara yang satu dengan yang lainnya, dapat dilakukan dengan menggunakan *font* yang bervariasi, serta ukuran dan ketebalan *font* yang berbeda-beda, namun tetap sederhana.



Gambar 2. 17. *Go Easy on the Reader*  
(Tondreau, 2009)

Meskipun ukuran penting, ruangan juga sama pentingnya. Lokasi informasi dan jumlah ruang yang berada disekelilingnya juga dapat menginformasikan sebuah kepentingan. Untuk dapat mengurai materi informasi yang banyak, susunlah menjadi beberapa segmentasi agar mudah dibaca (hlm. 14).

2. *Let The Color Be The Information*

Teknik ini mempermudah pembaca mendapatkan informasi yang dicari. Hal ini dilakukan dengan menggunakan warna-warna yang indah pada sebuah foto. Berikutnya, foto tersebut didampingi dengan tipografi yang sederhana dan minimalis sehingga dapat dengan mudah menjelaskan sebuah informasi.



Gambar 2. 18. *Let The Color Be The Information*  
(Tondreau, 2009)

Pada teknik ini pengaruh warna sangat ditonjolkan. Warna yang kontras akan lebih mudah dilihat. Gunakanlah teks secukupnya sehingga tidak bertabrakan dengan visual yang ditampilkan (hlm. 86).

### 3. *Marry Color and Typography*

Dalam sebuah buku instruksi, penggunaan warna di kontrol sehingga instruksinya sendiri tidak dikalahkan oleh elemen lain dihalaman yang sama. Untuk itulah pemilihan warna yang baik dapat membuat tipografi menjadi lebih kontras.



Gambar 2. 19. Marry Color and Typography  
(Tondreau, 2009)

Pada teknik ini penggunaan warna sangat diperhatikan. Warna yang dipilih dengan memperhatikan tipografinya, akan membuat teks terasa nyaman dan mudah dilihat. Dalam mendesain juga perlu memperhatikan juga elemen-elemen lain disekitarnya dan lakukan penyesuaian antara teks/konten dengan warna yang digunakan (hlm. 88).

#### 2.3.2.4. *Grid*

Menurut Samara (2017) terdapat tiga jenis *grid*, yaitu:

##### a. *Grid* Manuskrip

*Grid* yang paling mudah untuk dibuat. *Grid* manuskrip hanya terdiri dari satu buah blok teks di setiap halaman. Biasanya digunakan untuk penyusunan teks dalam jumlah yang banyak secara berkelanjutan.



Gambar 2. 20. Grid Manuskrip  
(Landa, 2011)

Penggunaan *grid* ini memudahkan suatu desain untuk dibaca sehingga informasi mudah diserap. Desain dengan menggunakan *grid* manuskrip terkesan lebih formal. Mencetak buku menggunakan *grid* manuskrip akan terasa kualitas klasiknya (hlm. 24).

## 2. *Grid Column*

Pada *grid* ini, kolom yang digunakan dengan bergantung pada teks yang ditulis. Hal ini dilakukan sehingga pada beberapa kolom informasi yang terputus-putus memberikan kesan terorganisir. Kesan lebih luas juga terasa dari kolom yang menyilang atau berdirinya kotak kecil pada teks. (hlm. 26).

## 3. *Grid Modular*

*Grid* modular adalah kolom dengan jumlah *grid* yang terbagi-bagi pada sebuah baris dan menyamping secara horizontal. Karena terkait satu sama lain secara proporsional, modul-modul ini mendefinisikan ruangan yang lebih besar (hlm. 28). Menurut Lupton, E. (2010) *Grid* modular digunakan untuk mendapatkan variasi pengaturan teks

sebanyak mungkin. Dengan menggunakan satu ukuran *font* dan satu jenis *alignment* saja sudah dapat membangun hierarki tipografi secara eksklusif melalui pengaturan ruang. Proyek dapat dibuat lebih kompleks dengan menambahkan variabel seperti berat, ukuran, dan *alignment* (hlm. 202).

*Grid* modular dibuat dengan memposisikan garis panduan horizontal dalam hubungannya dengan garis dasar *grid* yang mengatur keseluruhan dokumen, Baris dasar pada *grid* berfungsi sebagai penyusun pada semua elemen *layout* untuk ritme yang sama. Baris dasar dibuat dengan memilih ukuran *font* dan *leading* pada teks. Sebaiknya hindari penggunaan fitur *leading* secara otomatis saat mendesain, sehingga dapat bekerja dengan menggunakan seluruh angka yang dikalikan dan dibagi dengan rapih. Tambahan ruang baris dapat digunakan untuk mengatur baris dasar pada *grid* dalam preferensi dokumen. Sesuaikan margin bagian atas atau bawah untuk menyerap ruang yang tersisa oleh garis dasar. Tentukan jumlah unit halaman horizontal dalam hubungannya dengan jumlah garis pada garis dasar *grid* (hlm. 198).



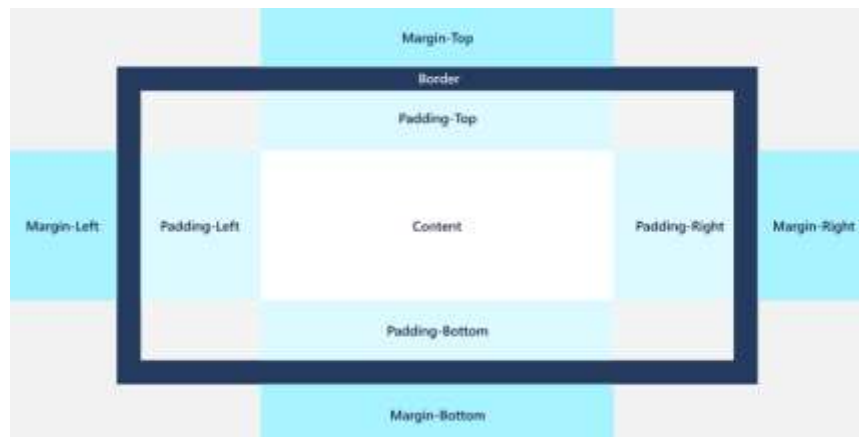


Gambar 2. 21. Grid Modular  
(Landa, 2011)

Menghitung berapa banyak garis yang muat dalam kolom yang penuh dengan teks, lalu kemudian pilihlah angka untuk membagi secara merata ke dalam jumlah baris untuk dibuat bagian horizontal halaman. Jika jumlah garis tidak dapat dibagi dengan rapih, gunakan bagian atas dan margin bagian bawah untuk menggantikan garis yang tersisa (hlm. 198).

#### ***2.3.2.5. Positive and Negative Space***

*Negative space* adalah area kosong yang direncanakan untuk memisahkan konten. Area kosong ini digunakan untuk membantu *audience* memisahkan konten melalui ritme. Dengan melakukan hal tersebut aliran informasi dapat di ikuti dengan baik (Landa, 2014, hlm. 341). Berikut adalah *negative space* menurut Landa (2014, hlm. 341-342):



Gambar 2. 22. Margin and Padding  
 (<https://www.microsoft.com>)

1. *Margins* : jarak/ruang kosong di tepi kiri, kanan, atas atau bawah sebuah halaman atau layar.
2. *Gutter* : jarak/ruang kosong yang terbentuk oleh margin pada dua halaman yang berhadapan.
3. *Padding* : ruangan yang terbentuk dari jarak antara margin dengan konten.
4. *Line spacing* : ruang interval/ jarak antara dua baris tulisan.
5. *Paragraph spacing* : ruang interval/ jarak antara dua paragraf.

### 2.3.2.6. Gambar

Menurut Landa (2010), gambar memiliki unsur seperti tanda-tanda, simbol, dan *pictograms*. Gambar disebut juga sebagai visual, dalam merancang sebuah desain kita dapat membuat gambar kita sendiri dengan menggunakan beberapa alat dan media. Gambar dapat dibuat dengan menggunakan: fotografi, kumpulan kolase, *pictograms*, perangkat lunak, menggambar, melukis, seni grafis, *mix media*, dsb. Jika tidak memiliki

anggaran yang cukup kita dapat membeli stok gambar (hlm. 134-136).

Berikut adalah kategori gambar menurut Landa (2010).

### 1. Ilustrasi

Ilustrasi adalah visual buatan tangan yang unik. Selain dapat digunakan sendiri, ilustrasi dapat digunakan berdampingan dengan teks untuk meningkatkan, menerangi, atau menunjukkan pesan dari teks tersebut. Setiap *illustrator* memiliki keunikannya sendiri, bergantung pada variasi media yang mereka gunakan (hlm. 136).

### 2. Fotografi

Fotografi merupakan visual yang dibuat dengan menggunakan kamera, hasil visual tersebut menghasilkan sebuah foto. Seorang fotografer profesional memiliki spesialisasi dalam berbagai genre fotografi, seperti: olahraga, *still life*, *portraiture*, *outdoor*, *fashion*, jurnalisme, *landscape*, *Events*, makanan, dsb. Dalam sebuah iklan dan karya desain grafis dapat menggunakan fotografi seni rupa dan jurnalistik sebagai teknik visualnya (hlm. 136).

### 3. *Grid Column*

Interpretasi grafik merupakan elemen visual suatu objek atau subjek, yang bentuknya diubah menjadi bentuk paling dasar/fundamental dari visual tersebut (hlm. 136).

#### 4. *Collage*

*Collage*, adalah visual yang dibuat dengan menempelkan hasil potongan-potongan yang memiliki permukaan dua dimensi yang dikombinasikan dengan visual buatan tangan dan warna-warna. Potongan-potongan tersebut dapat berupa: foto, kertas, atau material apa saja yang penting memiliki permukaan dua dimensi. Teknik *collage* dibuat secara digital atau secara konvensional (hlm. 136).

#### 5. *Photomontage*

*Photomontage*, adalah visual yang dibentuk dari menggabungkan beberapa foto atau bagian-bagian dari foto-foto yang menghasilkan suatu visual/gambar yang unik (hlm. 136).

#### 6. *Mixed Media*

Visual yang dihasilkan dari penggabungan beberapa media, misalnya menggabungkan ilustrasi dengan fotografi (hlm. 136).

#### 7. *Motion Graphics*

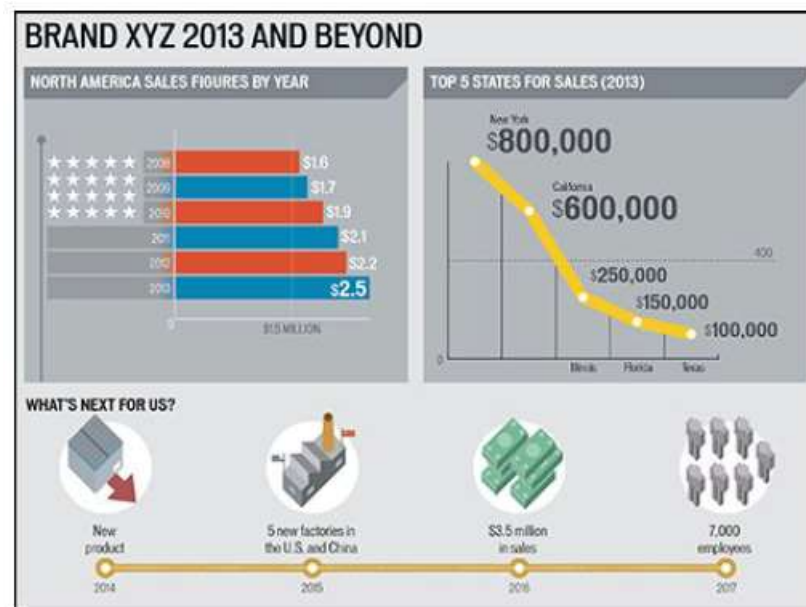
*Motion graphics* adalah sebuah grafis yang berbasis pada waktu. *Motion graphics* menggabungkan audio, visual, dan tipografi, lalu dibuat menggunakan film, video, dan *software* komputer. *Motion graphics* biasanya digunakan untuk menghasilkan animasi, iklan di televisi, promosi dan informasi aplikasi untuk siaran *broadband* dan media seluler (hlm. 137).

## 8. *Infographics*

Infografis adalah grafis yang menggambarkan suatu informasi, struktur lingkungan, data statistik, atau cara kerja sesuatu (hlm. 137).

Infografis memiliki beberapa komponen yaitu:

- a. *Chart*, diagram yang secara spesifik menggambarkan tentang fakta atau data.
- b. *Graphs*, diagram yang secara spesifik digunakan untuk menunjukkan keterkaitan antara dua variabel atau lebih.
- c. *Map*, diagram yang secara spesifik digunakan untuk menunjukkan suatu lokasi dengan menggambarkan rute perjalanan atau area geografis perjalanannya.



Gambar 2. 23. Contoh Infografis  
(Beegel, 2014)

Menurut Beegel (2014), kemajuan teknologi di zaman sekarang semakin mendorong penggunaan infografis. Hal ini dikarenakan komunikasi pesan yang hanya menggunakan teks tidak lagi efektif. Banyak penelitian yang mendukung gagasan bahwa melalui visual komunikasi dapat dilakukan dengan lebih cepat dan topik yang kompleks dapat dipahami dengan lebih jelas (hlm. 24). Berikut ini beberapa statistiknya (hlm. 25-26).

- a. Lebih dari 80% pembelajaran yang kita lakukan sehari-hari berlangsung secara visual.
- b. Jika disajikan menggunakan teks saja rata-rata orang hanya mengingat 20% dari informasi tersebut.
- c. Di *Facebook* gambar 200% lebih disukai ketimbang teks.
- d. Rata-rata *website* melaporkan terjadi 12% peningkatan kegiatan setelah mem-publish sebuah infografis.
- e. Penelitian yang dilakukan oleh Sekolah Bisnis Wharton menemukan bahwa penggunaan komunikasi secara visual meningkatkan produktivitas dengan mempercepat waktu sebuah pertemuan sebanyak 24 %.
- f. Pada tahun 2011 John Medina, seorang *molecular biologist* mem-publish sebuah buku berjudul "*Brain Rules*". Terdapat 2 aturan yang menarik mengenai otak kita.
  - 1) Peraturan ke 4, yaitu kita tidak memperhatikan hal yang membosankan. Dalam bukunya Medina mengatakan

bahwa setiap sepuluh menit manusia membutuhkan sebuah percikan untuk membuatnya tetap fokus. Infografis dapat memberikan percikan itu.

- 2) Peraturan ke 10, yaitu indera penglihatan mengalahkan indera lainnya. Melalui penelitiannya Medina yakin bahwa seseorang yang menangkap informasi menggunakan indera pendengaran dapat mengingat 10% dari informasi itu tiga hari kemudian. Sedangkan jika ditambahkan gambar, orang tersebut akan mengingat 65% dari informasi itu tiga hari kemudian.

Penemuan seperti inilah yang membuat korporasi, liga olahraga, kelompok pengusaha sadar akan potensi infografis yang dapat membantu menarik perhatian dan mempertahankan minat *audience* nya.

#### **2.3.2.7. Material**

Berikut adalah bahan dasar yang akan digunakan dalam membuat karya

1. Plastik

(Calori & Vanden-Eynden, 2015, hlm. 226) Plastik lebih sering digunakan dalam pembuatan *signage*. Plastik tidak mudah rusak dan ringan, bahannya yang transparan membuat informasi terlihat dengan jelas. Plastik memiliki harga yang lebih murah dibandingkan kaca, meskipun begitu plastik hanya digunakan sebagai material *finishing* saja. Jenis plastik yang biasa digunakan adalah akrilik dan

polikarbonat. Akrilik dan polikarbonat tidak mudah pecah, namun transparan seperti kaca. Selain itu terdapat beberapa jenis plastik yang diproduksi secara manufaktur sehingga memiliki keunikannya tersendiri, bahan tersebut adalah *photosensitive plastic sheets*, *holographic films*, *braille graphics* dan PVC.

## 2. Kaca

Kaca memiliki karakteristik, tahan lama, memiliki tampilan yang bagus, bobot yang berat, dan harga yang relatif mahal. Kaca sering digunakan untuk panel *signage*, lensa, dan plat. Sebenarnya kaca cukup rapuh karena mudah retak atau pecah, namun kaca memiliki permukaan yang cukup tebal dan tidak mudah tergores. Karena cukup rapuh, *signage* yang menggunakan kaca dipasangkan penopang. Biasanya penopang tersebut berbentuk bingkai, namun ada juga yang tersembunyi sehingga yang terlihat hanya kacanya saja (Calori & Vanden-Eynden, 2015, hlm. 229).

## 3. Kayu

Kayu memiliki karakteristik bobot cukup ringan sampai berat, ketahanan yang bervariasi, dan harga yang bervariasi sesuai dengan kualitas penampilannya. Namun sekarang kayu sudah jarang digunakan sebagai material *signage* karena sudah tergantikan oleh material lain, meskipun begitu kayu masih digunakan pada struktur *signage* yang ringan (Calori & Vanden-Eynden, 2015, hlm. 231).



### **2.3.2.8. Texture**

Menurut Landa (2014), tekstur merupakan gambaran yang merepresentasikan kualitas suatu permukaan. Terdapat 2 kategori tekstur dalam seni visual.

#### **1. Tactile Texture**

*Tactile texture*, adalah tekstur yang kualitasnya dapat kita rasakan dengan menggunakan indera peraba. Beberapa tekstur sentuhan yang dapat di cetak adalah *stamping*, *embossing*, *debossing*, ukiran, dan *letterpress*.

#### **2. Visual Texture**

*Visual texture* adalah ilusi dari sebuah tekstur asli yang dibuat dengan memindai dari tekstur asli, di gambar, atau di foto. Seorang desainer dengan keterampilannya dapat membuat berbagai macam tekstur.

## **2.4 Ilustrasi**

Ilustrasi adalah tentang mengkomunikasikan pesan yang spesifik secara kontekstual kepada *audience*. Kemungkinan kreatif untuk menggunakan ilustrasi tidak terbatas, ilustrasi dapat digunakan untuk bercerita, mempersuasi, mengutarakan pendapat, ataupun menghibur *audience* nya (Male, 2007, hlm. 10).

### **2.4.1 Flat Design**

*Flat design* adalah gaya desain digital yang menghilangkan elemen visual seperti tekstur, bayangan, kedalaman, dan beberapa elemen lainnya. Dengan menghilangkan semua elemen tersebut *flat design* terlihat minimalis, sederhana,

dan bersih. *Flat design* merupakan desain yang sedang *trend* saat ini dan secara unik nya mampu bertahan lama.



Gambar 2. 24. *Flat Design*  
([www.freepick.com](http://www.freepick.com))

Kelebihan menggunakan *flat design* adalah mudah nya penyampaian informasi. Hal ini dikarenakan *flat design* menggunakan garis-garis yang sederhana dan warna-warna yang cerah. Dengan mengandalkan kelebihan inilah yang membuat *flat design* sering menjadi referensi dan digunakan oleh banyak desainer (Prata, 2014, hlm. 6-18).

#### **2.4.1.1. Ilustrasi *Flat Design***

Ilustrasi dengan menggunakan *flat design* merupakan gaya ilustrasi yang memiliki bentuk dan warna yang datar. Keunikan dalam menggunakan *flat design* adalah penempatan tata letak konten dan foto menjadi lebih menonjol, hal ini berkaitan dengan fungsi dasar nya yaitu mendukung penyampaian informasi suatu konten (Prata, 2014, hlm.21).

## **2.5 Museum**

*International Council of Museums (ICOM)* mendefinisikan museum sebagai sebuah lembaga yang melayani masyarakat dan difungsikan untuk mengumpulkan, memamerkan, memelihara benda-benda pembuktian material lingkungan dan manusia untuk tujuan studi, pendidikan dan rekreasi. Oleh kalangan akademisi, museum dapat dijadikan bahan untuk pembelajaran ataupun sebuah pusat dokumentasi kekhasan suatu kebudayaan atau masyarakat tertentu.