



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

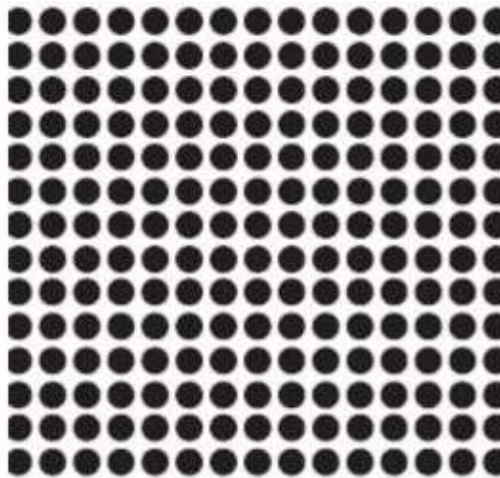
TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Desain Grafis

Menurut Landa (2013), pengertian desain grafis adalah sebuah bentuk komunikasi visual yang digunakan untuk menyampaikan suatu pesan atau informasi kepada audiens dengan bentuk sebagai representasi visual dari ide yang bergantung pada penciptaan, pemilihan, dan gabungan dari elemen visual.

2.1.1. Elemen Desain Grafis

2.1.1.1. Titik



Gambar 2.1. Morphe Kubos
(Lupton dan Philips, 2015)

Titik adalah unit terkecil dari sebuah garis yang dikenal memiliki bentuk bundar. Titik dalam suatu layar digital dianggap sebagai sebuah *pixel* cahaya yang dapat terlihat dan berbentuk kotak. Dalam dunia digital, semua elemen desain terbentuk dari kumpulan *pixel* (Landa, 2013, hal.

19). Kumpulan titik dapat membentuk sebuah tekstur, bentuk, atau bidang. Dalam tipografi, titik adalah ujung dari sebuah garis yang menandakan selesai (Lupton dan Philips, 2015, hal.62).

2.1.1.2. Garis



Gambar 2.2. Variasi Garis
(Landa, 2013)

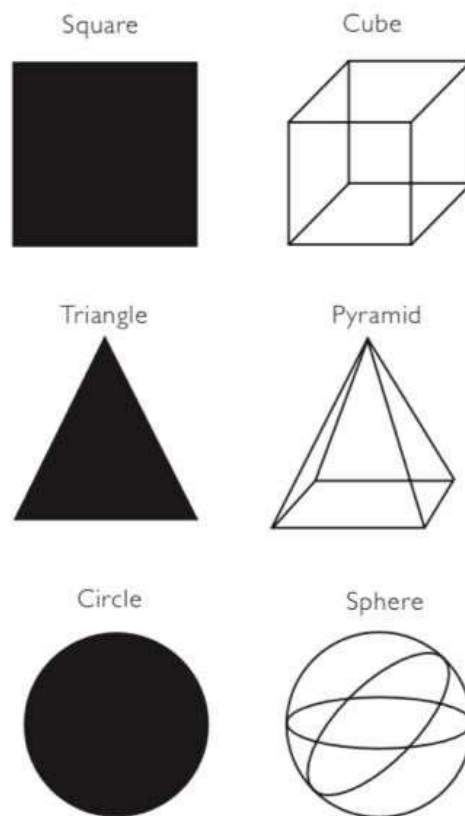
Garis merupakan perpanjangan dari titik yang dikenal dari ukuran panjang daripada lebar. Garis bisa lurus, berlekuk atau bersudut, tebal/tegas, licin/kasar, tebal/tipis, dan seterusnya. Garis berguna untuk menjadi panduan bagi mata untuk melihat arah (Landa, 2013, hal. 19-20).

Beberapa kategori garis yang termasuk, antara lain:

- a. *Solid Line*: Sebuah tanda yang digambar sepanjang permukaan.
- b. *Implied line*: Sebuah garis yang tidak berkelanjutan, namun dipersepsikan oleh penglihat sebagai garis yang berkelanjutan.

- c. *Edges*: Titik temu atau batasan terhadap bidang datar dan pola.
- d. *Line of Vision*: Gerakan satu mata yang terlihat seperti sedang memindai garis petunjuk.

2.1.1.3. Bentuk



Gambar 2.3. Basic Shapes
(Landa, 2013)

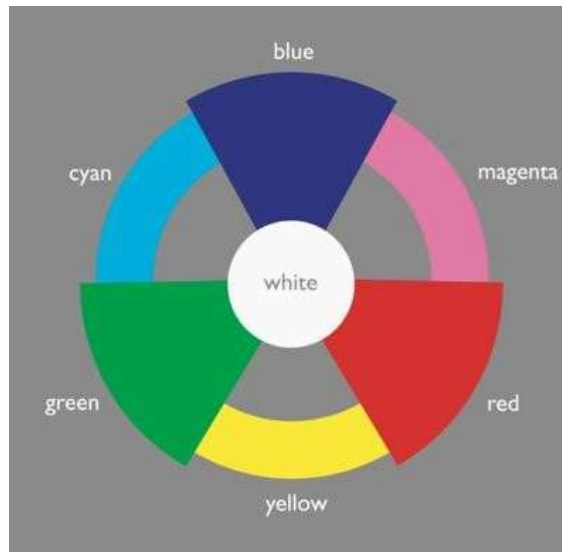
Sebuah bentuk diciptakan dari jalur yang dihubungkan dan digambarkan secara dua dimensi dan datar yang berarti tinggi dan lebar dapat diperhitungkan. Persegi, segitiga dan lingkaran merupakan bentuk dasar yang kemudian dapat disesuaikan berdasarkan volumenya menjadi sebuah kubus, piramid, dan bola. *Figure/ground* atau positif dan *negative space*

digunakan untuk memberi persepsi visual terhadap hubungan bentuk dan *figure ke ground* pada permukaan dua dimensi (Landa, 2013, hal. 20-22).

2.1.1.4. Warna

Warna adalah cahaya yang dipantulkan ke objek atau lingkungan yang kemudian diserap atau dipantulkan kembali. Cahaya yang terpantulkan adalah warna yang kita lihat dan karena itu mereka disebut sebagai warna subtraktif. Pigmen adalah zat kimia alami yang mencerminkan warna pada objek yang telah berinteraksi dengan cahaya. Hasil ekstraksi pigmen digunakan untuk memberi warna kepada kertas, tinta, dan plastik.

Cahaya pada layar digital terdiri dari 3 warna primer yaitu *Red*, *Green*, dan *Blue* (RGB). Warna RGB dapat disebut sebagai warna aditif primer karena apabila warna tersebut bergabung akan menciptakan cahaya putih. Sedangkan warna *Cyan*, *Magenta*, *Yellow*, dan *Key* (CMYK) adalah warna subtraktif yang apabila digabungkan akan menciptakan warna *key* atau hitam. Warna *key* / hitam sering kali digunakan untuk menaikkan kontras pada warna lainnya (Landa, 2013, hal. 23-24).



Gambar 2.4. Warna Adiktif
(Landa, 2013)



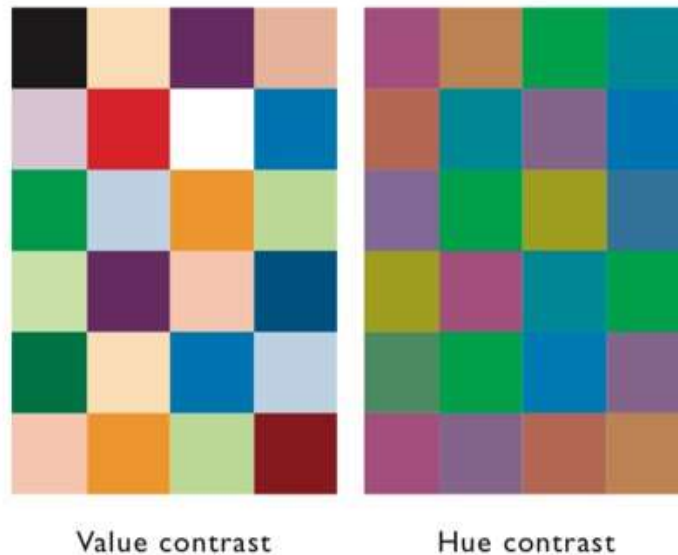
Gambar 2.5. Warna Subtraktif
(Landa, 2013)

Elemen pada warna dibagi menjadi 3, yaitu:

a. Hue

Hue merupakan nama dari warna itu sendiri, semisal warna merah, hijau, dan kuning (Landa, 2013, hal. 23).

b. Value



Gambar 2.6. Perbandingan Kontras pada *Value* dan *Hue*
(Landa, 2013)

Value merujuk pada tingkat kekilauan atau kegelapan pada suatu warna. Pengaturan value dapat dilakukan dengan menambah warna hitam atau putih yang merupakan warna netral yang tidak bisa dianggap sebagai *hue*. *Value contrast* berguna untuk membedakan bentuk-bentuk karena dapat memberikan perbedaan *figure* dan *ground* pada suatu desain (Landa, 2013, hal. 26-27).

c. Saturation

Saturasi merujuk pada tingkat keterangan dan kekusaman suatu warna. Saturasi warna yang sangat cerah dapat menonjolkan suatu objek apabila diletakkan disamping warna yang kusam. Warna yang memiliki saturasi terlalu tinggi dapat melakukan pengurangan dengan

menggabungkannya dengan warna netral seperti hitam, putih, dan abu-abu atau bisa disebut dengan *tone* (Landa, 2013, hal. 27).

2.1.1.5. Tekstur



Gambar 2.7. Contoh Tekstur
(Landa, 2013)

Tekstur adalah representasi dari kualitas permukaan. Tekstur dibagi menjadi dua, yaitu tekstur aktual yang bisa dipegang dan dirasakan secara fisik dan tekstur visual yang merupakan ilusi dari teksturs nyata yang dirasakan oleh tangan (Landa, 2013, hal. 28).

2.1.2. Prinsip Desain Grafis

2.1.2.1. Format

Format memiliki banyak arti yang bisa merujuk pada ukuran, batasan dalam suatu desain, dan juga jenis proyek yang dikerjakan. Format dibagi menjadi dua, yaitu *single* format yang dapat dilihat pada poster, kartu bisnis dan *web banner* yang tidak bergerak, sedangkan *multiple-page* format merujuk pada brosur, buku, majalah, koran, *website*, dan lain-lain (Landa, 2013, hal. 29-30).

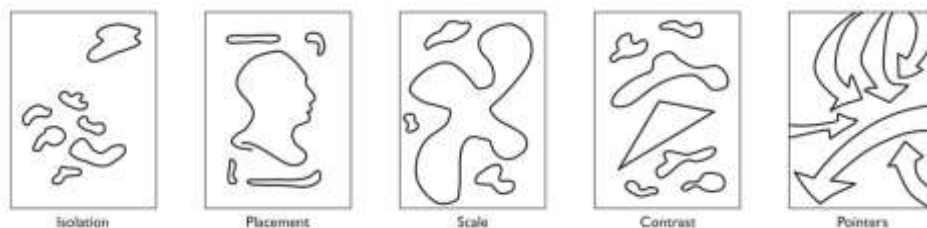
2.1.2.2. *Balance*



Gambar 2.8. Perbandingan Visual Balance
(Landa, 2013)

Keseimbangan terjadi apabila berat visual pada objek satu dengan objek lainnya sama rata dalam semua elemen komposisi pada suatu desain. Desain yang seimbang akan cenderung harmonis. Demi keseimbangan terjadi perlunya untuk memahami *visual weight*, *position*, dan *arrangement*-nya. *Visual weight* mengacu pada daya tarik visual, kepentingannya, dan emphasis yang diberikan kepada suatu elemen pada komposisi. Posisi atau letak juga berpengaruh pada *visual weight*. Keseimbangan terbagi menjadi dua, yaitu keseimbangan simetris yang mendistribusikan *visual weight* secara sejajar dalam *axis* yang sama dan keseimbangan asimetris tercapai apabila *visual weight* pada objek satu dengan lawan objek lainnya dapat dibandingkan dengan satu sama lain (Landa, 2013, hal. 30-33).

2.1.2.3. Visual Hierarchy



Gambar 2.9. Perbandingan Visual Emphasis
(Landa, 2013)

Hirarki visual digunakan untuk mengorganisasikan informasi dan sebagai panduan bagi pembaca, serta membantu komunikasi. Pengaturan semua elemen grafis berdasarkan pada emphasis. Seorang desainer memutuskan elemen desain yang pertama kali dilihat dan seterusnya. Tidak semua elemen desain bisa dijadikan *emphasis*. Ada beberapa cara untuk mencapai *emphasis* pada suatu objek desain, antara lain dengan cara mengisolasi bentuk, pada penempatan, melalui skala dan kontras, melalui arah, dan struktur diagram (Landa, 2013, hal. 33-35).

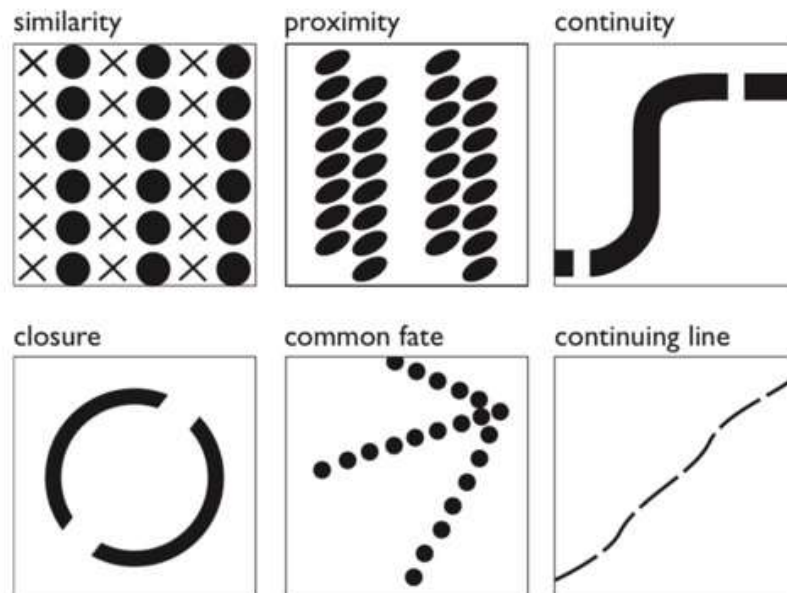
2.1.2.4. Rythme

Ritme terbentuk dari repetisi pola elemen yang disusun secara konsisten. Ritme diperlukan untuk membuat alur visual yang jelas dari satu bagian ke bagian lainnya. Penting juga untuk menggabungkan elemen variasi ke aksent, tanda baca dan menciptakan *visual interest*. Kunci untuk membangun ritme yang baik adalah mengerti untuk membedakan repetisi dan variasi. Repetisi terjadi karena ada pengulangan visual element dan variasi terbentuk karena melakukan modifikasi terhadap pola visual (Landa, 2013, hal. 35-36).

2.1.2.5. *Unity*

Unity akan tercapai jika semua elemen grafis terlihat sebagai satu kesatuan yang koheren. *Law of pragnanz* adalah prinsip fundamental dimana kita mencari keteraturan dalam pengalaman sebagai satu kesatuan. (Landa, 2013, hal. 36).

2.1.2.6. **Laws of Perceptual Organization**



Gambar 2.10. *Laws of Perceptual Organization*
(Landa, 2013)

Menurut Landa (2013, hal. 36), *laws of perceptual organization* terdiri dari 6 bagian, sebagai berikut:

- a. *Similarity*: Elemen yang memiliki karakteristik sama akan dianggap berbareng.
- b. *Proximity*: Elemen yang berdekatan dengan satu sama lain.
- c. *Continuity*: Elemen yang terlihat sebagai kontinuitas satu elemen dengan elemen lainnya.

- d. *Closure*: Tendensi untuk menghasilkan bentuk yang utuh.
- e. *Common fate*: Elemen yang dianggap sebagai sebuah unit jika dipindahkan pada arah yang sama.
- f. *Continuing line*: Garis yang dianggap sebagai jalur paling sederhana.

2.1.3. Layout

Layout adalah pengaturan dan komposisi dari suatu elemen visual dalam halaman atau layar (Poulin, 2018, hal. 98).

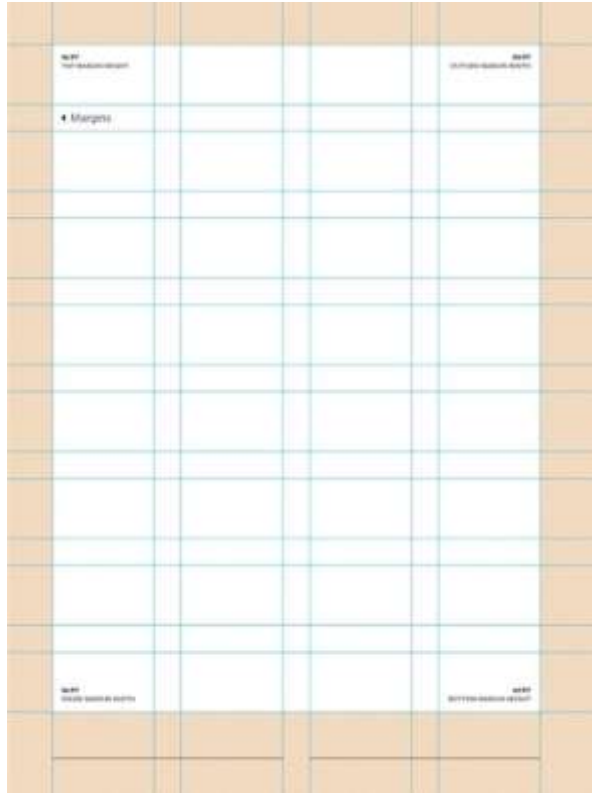
2.1.3.1. Anatomi Grid



Gambar 2.11. Anatomi Grid
(Poulin, 2018)

Grid system terbentuk dari sekumpulan set elemen baris yang berfungsi sebagai panduan dalam menyusun dan menampilkan elemen visual dalam sebuah komposisi *layout* (Poulin, 2018, hal. 72).

a. *Margin*



Gambar 2.12. Margin Halaman
(Poulin, 2018)

Margin adalah batasan atau *negative space* yang terletak diantara pojokan komposisi layout dan menetapkan area aktif, dimana konten visual dan naratif diletakkan dalam sebuah *grid*. Proporsi margin perlu dipertimbangkan agar terciptanya keseimbangan dan tekanan pada komposisi halaman *layout*. Terdapat beberapa istilah identifikasi pada margin, antara lain:

1) *Top/Head Margin*

Margin horizontal yang terletak diatas halaman.

2) *Bottom/Foot Margin*

Margin horizontal yang terletak dibawah halaman.

3) *Outer/Fore-Edge Margin*

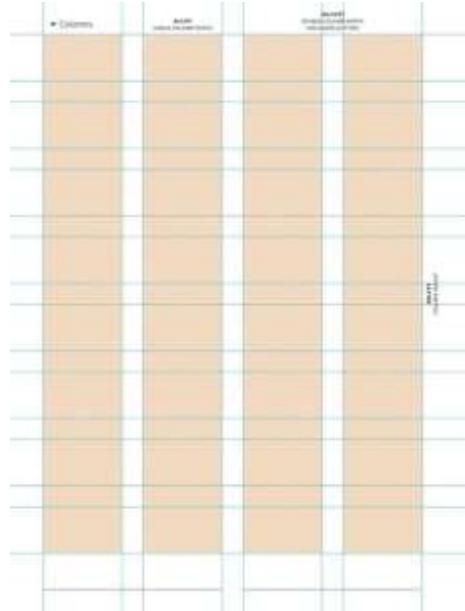
Margin vertikal yang terletak dipinggir luar halaman yang membingkai konten visual dan naratif dalam *layout*.

4) *Inner/Back-Edge/Gutter Margin*

Margin vertikal yang terletak dipinggir dalam halaman yang berdekatan pada *spine* atau lipatan pada halaman.

Fungsi *margin* pada sistem grid adalah untuk membingkai konten pada layout, agar pembaca dapat berinteraksi secara efektif dan mengerti pesannya. *Margin* yang sama rata akan membuat layout yang statis, sedangkan margin yang tidak sama rata akan menciptakan layout yang lebih dinamis. Ketegangan pada konten visual dapat dicapai dengan memperlebar *margin* ke arah ke dalam (Poulin, 2018, hal. 74).

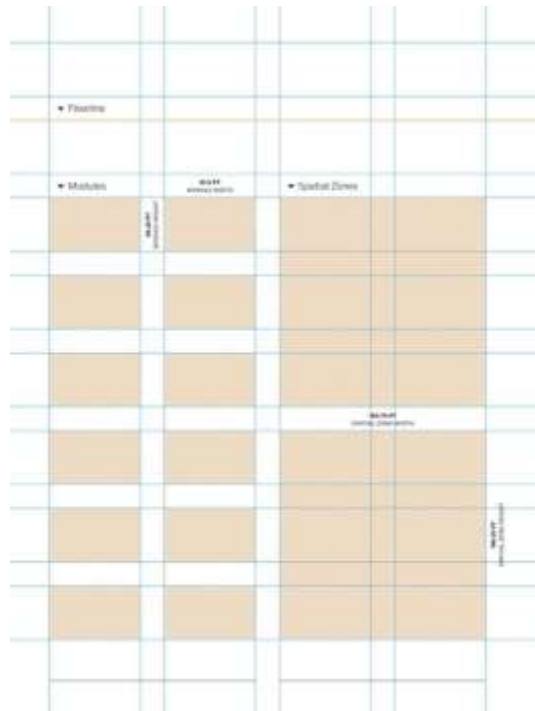
b. *Columns*



Gambar 2.13. Column
(Poulin, 2018)

Kolom adalah baris secara vertical yang membagi area aktif pada komposisi layout margin. Dalam menentukan lebar kolom diperlukan untuk memperhatikan ukuran ketikan, panjang garis, dan leading, agar mempermudah untuk membaca dan terbaca. Kolom yang terlalu lebar akan memperbanyak hyphenation pada kata, dan membuat pembaca cepat lelah (Poulin, 2018, hal. 77).

c. *Modules*



Gambar 2.14. *Module, Spatial Zone, dan Flowline*
(Poulin, 2018)

Modul adalah sebuah unit ruang dalam sistem grid yang muncul akibat singgungan kolom dan baris pada *layout* (Poulin, 2018, hal. 79).

d. *Spatial Zones*

Spatial zone adalah kumpulan modul dalam system grid yang membentuk bidang yang serupa dalam menyimpan dan menampilkan informasi secara konsisten (Poulin, 2018, hal. 79).

e. *Flowlines/Hanglines*

Flowlines adalah garis horizontal yang mengatur konten visual ke area yang telah ditentukan dan memandu mata pembaca dalam layout (80).

f. *Markers*

Marker adalah peletakan indikator pada *layout* untuk informasi pada halaman (Poulin, 2018, hal. 82).

g. *Gutters* dan *Alley*

Gutter adalah ruang yang tidak aktif dalam grid dan hanya sebatas untuk memisahkan kolom. Lebar kolom berpengaruh pada kemudahan baca pada konten dan elemen visual, serta dapat memberikan perhatian fokus pada komposisi *layout* tersebut.

Alley atau *central gutter* adalah *margin* tengah ketika dua halaman bertemu di *spine*, sehingga terjadi pemisahan. Pemisahan tersebut dapat diminimalisir dengan cara meletakkan konten visual sepanjang *gutter* (Poulin, 2018, hal. 82).

h. *Field*



Gambar 2.15. *Alley*, *Gutter*, *Fields*, dan *Markers* (Poulin, 2018)

Halaman grid diatur menjadi beberapa ruang field untuk menyediakan layout yang aktif. Perpaduan antara kolom yang berisi teks dan field yang berisi gambar dapat menciptakan komposisi *layout* yang harmonis dan dinamis (83).

2.1.3.2. Grid System

a. *Manuscript/Block Grid*



Gambar 2.16. *Manuscript Grid*
(Poulin, 2018)

Grid yang biasa digunakan untuk menampilkan teks yang berkelanjutan seperti novel. Dengan memainkan *margin*, visual pada teks area *grid* dapat memberi kesan *visual interest*.

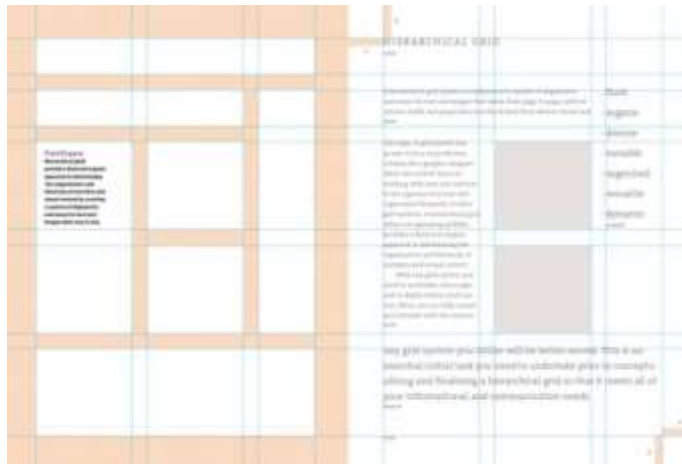
b. *Modular Grid*



Gambar 2.17. *Modular Grid*
(Poulin, 2018)

Grid modular terdiri dari beberapa kolom horizontal dan vertikal yang membentuk beberapa *field/spatial zone* yang dapat digabung menjadi area peletakkan konten. *Modular grid* dipakai untuk konten yang lebih kompleks seperti, koran, website, kalender, dan lain-lain.

c. *Hierarchical Grid*



Gambar 2.18. Hierarchical Grid
(Poulin, 2018)

Sistem grid hirarki yang tersusun dari alignment dan zona untuk teks dan gambar, dengan lebar kolom dan proporsi yang berdasar pada konten visual yang diberi. Walau tak terlihat seperti grid pada umumnya, grid hirarki dapat menciptakan alur yang lebih organik untuk konten visual. Biasa grid ini dapat ditemukan pada website yang memerlukan tingkat fleksibilitas tinggi.

2.1.4. Tipografi

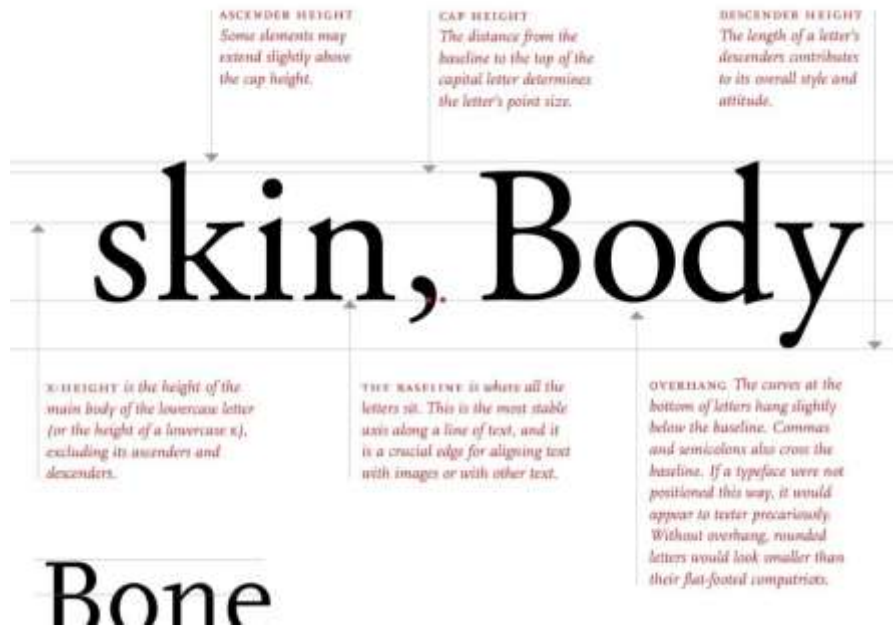
2.1.4.1. Letter



Gambar 2.19. Anatomi Huruf
(Lupton, 2010)

Typeface adalah desain dari *letterform* dan sebuah font adalah jenis penyampaiannya. Sebuah *typeface* dapat memiliki beberapa format font yang berbeda (Lupton, 2010, hal. 81).

a. Anatomi



Gambar 2.20. Tinggi Huruf (Lupton, 2010)

1) *X-Height*

Tinggi dari tubuh utama huruf *lowercase*, tidak termasuk *ascender* dan *descender* (Lupton, 2010, hal. 37).

2) *Ascender Height*

Beberapa elemen pada huruf memanjang melebihi tinggi cap (Lupton, 2010, hal. 37).

3) *Descender Height*

Elemen pada huruf yang memanjang kebawah (Lupton, 2010, hal. 37).

4) *Cap Height*

Jarak dari baseline ke atas huruf kapital yang menentukan ukuran *point* huruf (Lupton, 2010, hal. 37).

5) *Baseline*

Garis stabil yang berfungsi untuk menstabilkan teks, gambar, atau dengan teks lainnya (Lupton, 2010, hal. 37).

6) *Overhang*

Kurva pada bawah huruf yang melebihi garis *baseline*, seperti titik koma dan *semicolon*. Tanpa *overhang*, huruf yang berbentuk lingkaran akan terlihat kecil dibanding huruf lainnya (Lupton, 2010, hal. 37).

b. *Size*

Tinggi pada huruf digunakan untuk mengatur ukuran huruf. Ukuran huruf ditentukan berdasarkan pada sistem *point*. Lebar untuk mengetahui proporsi huruf pada *typeface*. beberapa typeface memiliki huruf yang ramping dan lebar berdasarkan pada proporsinya, seperti *condensed*, *compressed*, atau *extended* (Lupton, 2010, hal. 38).

c. *Scale*

Skala adalah ukuran pada elemen desain yang membandingkan dengan elemen lain pada suatu *layout* pada karya. Skala bersifat relatif mengikuti format media yang digunakan. Skala dapat membantu dalam menciptakan kontras visual, gerakan, dan kedalaman, serta hirarki (Lupton, 2010, hal. 42).

d. *Type Classification*

1) *Humanist*

Bentuk huruf *humanist* berkaitan dengan kaligrafi dan gerakan penulisan (Lupton, 2010, hal. 46).

2) *Transitional*

Bentuk huruf cenderung lebih tajam dan lebih tegak (Lupton, 2010, hal. 46). Modern kaki pada huruf rata dan ramping, tegak lurus dan kontras yang tajam pada tebal tipis garis (Lupton, 2010, hal. 46).

e. *Type Family*

1) *Regular*

Bentuk *regular / roman* yang menjadi standar dan versi tegak lurus pada setiap typeface (Lupton, 2010, hal. 48).

2) *Italic*

Bentuk *italic* digunakan untuk menciptakan empasis, karena bentuk miringnya yang berdasar pada tulisan kursif (Lupton, 2010, hal. 48).

3) *Bold / Semibold*

Bentuk huruf ini digunakan untuk menciptakan suatu hirarki, dengan mengempasiskan ketebalan huruf (Lupton, 2010, hal. 48).

2.1.4.2. Text

Teks adalah kumpulan runtutan kata yang dapat dibedakan dari *headline*, *body text*, atau *caption*. Pada bagian *body*, teks dikelilingi oleh elemenelemen pendukung, seperti gambar, nomor halaman, dan keterangan. Tugas desainer adalah membuat alur konten agar informasi dapat dengan mudah tersampaikan pada pengguna (Lupton, 2010, hal. 84).

2.1.4.3. Spacing

Spacing berguna untuk memberikan jarak antar kata, agar kata-kata dapat diucapkan dan dimengerti dengan jelas, serta baris pada kalimat atau pemberian jarak pada margin . Terdapat beberapa istilah spacing pada *typography*, antara lain:

a. *Kerning*

Kerning adalah istilah penyesuaian jarak antara huruf pada suatu kata. Desainer dapat memilih untuk menggunakan *metric kerning* atau *optic kerning* atau secara manual memberi jarak tiap huruf tersebut (Lupton, 2010, hal. 102).

b. *Tracking*

Tracking merupakan jarak pada sekumpulan kata. Pemberian jarak dapat membuat suatu kalimat terlihat lebih ringan. *Tracking* biasa diterapkan pada *headline* dan logo agar terlihat lebih menonjol (Lupton, 2010, hal. 104).

c. *Leading*

Leading adalah jarak yang memisahkan antar baris pada suatu kalimat. Jarak antar baris yang terlalu luas dapat membuat blok teks yang ringan dan menjadi suatu kesatuan tersendiri. Jarak yang lebih sempit dapat membuat teks terlihat lebih tidak nyaman dan saling bertabrakan (Lupton, 2010, hal. 108).

d. *Text Allignment*

1) *Centered*

Peletakan teks secara tengah. *Alignment* ini sering digunakan pada surat undangan, judul halaman, sertifikat, dan batu nisan (Lupton, 2010, hal. 112).

2) *Justified*

Peletakan teks dengan rata kiri dan rata kanan yang sama. *Alignment* ini membuat teks terlihat lebih rapih pada halaman. Teks akan dipaksakan muat pada lebar baris yang telah ditentukan, dan apabila ukuran teks mengecil akan memungkinkan untuk muat dalam satu baris. Jarak lebar akan muncul sebagai kompensasi apabila pada satu baris hanya dapat menampung sedikit kata dan tidak sepanjang baris (Lupton, 2010, hal. 112).

3) *Flush Left / Ragged Right*

Flush Left atau rata kiri dapat membuat teks terlihat lebih organik dan menghindari jarak yang tidak rata pada *alignment justified* (Lupton, 2010, hal. 112).

4) *Flush Right / Ragged Left*

Rata kanan biasa digunakan pada keterangan, atau afinitas pada elemen (Lupton, 2010, hal. 112).

2.1.5. Copywriting

Menurut Shaw (2012), terdapat beberapa pendekatan terhadap *copywriting*, antara lain sebagai berikut:

a. *Before and After*

Membandingkan kehidupan sebelum mengenal produk atau jasa dan setelah menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.

b. *FUD (Fear, Uncertainty, and Doubt)*

Menggunakan pendekatan bahaya yang bisa dialami oleh pengguna dan dengan solusi produk atau jasa yang ditawarkan dapat menolong mereka.

c. *Wit*

menggunakan pendekatan pada permainan kata atau memutarbalikan arti.

d. *Knock the competitor*

Memperlihatkan perbandingan produk sendiri dengan lawan dengan cara memperlihatkan kelemahan mereka ketika berada disituasi yang sama.

e. *Provocation*

Melakukan provokasi kepada target agar tidak membeli produk lawan.

f. *Intrigue*

Menarik perhatian dengan cara yang dapat membuat penasaran target.

g. *Gimmick*

Memberikan suatu iming-iming berupa hadiah yang berhubungan dengan produk.

2.2. Kampanye

Rogers dan Storey (dikutip dalam Venus, 2019) menyatakan bahwa kampanye merupakan suatu bentuk komunikasi yang mencakup Tindakan yang memiliki tujuan kepada target tertentu yang dilakukan dalam jangka waktu tertentu secara berkelanjutan.

2.2.1. Jenis-Jenis Kampanye

Menurut Charles U. Larson (dikutip dalam Venus, 2019), kampanye dibagi menjadi tiga jenis, yaitu antara lain:

a. Product-Oriented Campaign

Kampanye yang tujuan awalnya adalah untuk memperkenalkan sesuatu demi mendapatkan keuntungan secara finansial, maupun citra perusahaan yang meningkat dalam mata publik. Contoh dari kampanye ini adalah peluncuran Meikarta dan kampanye Telkomsel.

b. Candidate-Oriented Campaign

Kampanye jenis ini memiliki tujuan untuk mendapatkan suatu kekuasaan politik. Untuk memenangkan sebuah eleksi, kampanye dilakukan demi menarik perhatian dan dukungan dari masyarakat.

c. Cause-Oriented Campaign

Kampanye ini memiliki tujuan yang dikhususkan untuk mengatasi berbagai permasalahan sosial yang terjadi dalam masyarakat dengan cara mengubah perilaku dan sikap mereka.

2.2.2. Teknik Kampanye

Menurut Ruslan (2013), efektivitas suatu kampanye didasarkan dari 7 teknik persuasi yang digunakan untuk menentukan keberhasilan, antara lain:

a. Partisipasi

Mengikutsertakan masyarakat demi membangun rasa toleransi, kerja sama, dan pengertian terhadap tujuan dalam menjalankan kampanye tersebut.

b. Asosiasi

Menarik perhatian target melalui menghubungkan kampanye dengan topik yang sedang trending dalam masyarakat agar mudah diingat.

c. Integratif

Kampanye seakan-akan melibatkan secara langsung target dan bukan kampanye sepihak dengan cara menggunakan kata "Anda", "Kami", dan "Kita" untuk menunjukkan kesatuan.

d. Ganjaran

Menarik perhatian dengan cara memberikan hadiah atau ancaman kepada target audiens.

e. *Icing*

Menarik perhatian target dengan cara menyampaikan pesan yang dapat dinikmati oleh empat panca indera dan cenderung emosional.

f. Empati

Teknik yang dilakukan untuk menarik perhatian terget dengan cara mempedulikan kondisi yang telah dilalui mereka dan menunjukkan bahwa mereka tidak sendirian.

g. Koersi

Menarik perhatian target dengan cara menakuti mereka sehingga target menjalankan pesan tersebut demi menghindari konsekuensi tertentu.

2.2.3. Strategi Kampanye

Menurut Perlof (dikutip dalam Venus, 2019), terdapat beberapa strategi persuasi yang dapat digunakan pada kampanye, yaitu:

- a. Memilih komunikator yang terpercaya berdasarkan pada kredibilitas.

- b. Mengemas pesan yang disesuaikan dengan keyakinan target.
- c. Memunculkan motivasi dari dalam diri target demi perubahan yang lebih baik.
- d. Mengajak target untuk ikut berpikir secara positif.
- e. Menggunakan strategi yang melibatkan target dengan pesan kampanye.

2.2.4. Pesan Kampanye

Menurut para pakar dalam buku manajemen kampanye pesan pada suatu kampanye layakannya memiliki sepuluh karakteristik (Venus, 2019, hal. 103-108), adalah sebagai berikut:

- a. Memiliki beberapa irisan kepentingan terhadap target.
- b. Pesan harus ringkas, padat, jelas, mudah dibaca dan mudah diingat.
- c. Pesan kampanye harus bersifat argumentatif.
- d. Memiliki etis dan dapat dipercaya oleh target.
- e. Bersifat konkret dan berkaitan langsung dengan masalah yang diangkat.
- f. Pesan tersebut memiliki repetisi, agar tertanam kepada target.
- g. Harus bersifat koheren, agar tidak membingungkan target.
- h. Pesan dapat memperlihatkan perbedaan yang menonjol dan kontras.
- i. Pesan haruslah memiliki solusi dari masalah yang diangkat dan terarahkan.

2.3. Ilustrasi

2.3.1. Definisi Ilustrasi

Menurut Male (2017), ilustrasi adalah sebuah gambar yang dikomunikasi secara visual ke pada audiens. Sebuah ilustrasi hendaknya dapat berhubungan dengan

masalah tersebut, dapat menyelesaikan masalah, dan pesan yang didapatkan dikomunikasikan secara visual.

2.3.2. Peran Ilustrasi

Menurut Male (2017), sebuah ilustrasi memiliki beberapa peran, sebagai berikut:

a. *Documentation, Reference & Instruction*

Ilustrasi memiliki peran yang penting, semisal dalam mendokumentasikan suatu benda, dan dapat dijadikan referensi bagi semua orang. Sebuah instruksi dapat dimengerti dikarenakan adanya informasi berupa visual (Male, 2017, hal. 174).

b. *Commentary*

Dunia editorial membutuhkan ilustrasi sebagai pengkritik suatu berita/acara. Dengan menggabungkan ilmu jurnalisme dan visual, dapat menimbulkan sebuah opini dan argumen didalam masyarakat (Male, 2017, hal. 231).

c. *Storytelling*

Hubungan antara menggabungkan kata dan gambar terjadi disaat kita ingin menceritakan sesuatu. Biasa terlihat pada buku cerita anak-anak, *graphic novel*, komik, dan fiksi dewasa. Secara visual hendaknya juga bisa mempengaruhi target secara emosional. karakter pada ilustrasi memiliki karakteristik yang berbeda pada umumnya dan berada diluar bagaikan dunia fantasi (Male, 2017, hal. 268).

d. *Persuasion*

Peran persuasi pada ilustrasi dipakai di dunia periklanan sebagai promosi. Visual pada promosi dapat menimbulkan efek negatif atau positif dikarenakan

konteks yang diinginkan oleh industri periklanan adalah untuk mempromosikan dan menjual suatu produk yang terkadang dapat menentang etis ilustrator tersebut (Male, 2017, hal. 305).

d. *Identity*

Ilustrasi dapat digunakan sebagai identitas perusahaan dan suatu kemasan untuk produk yang akan dirilis. Ilustrasi dapat membantu menjual produk dengan nilai yang lebih tinggi dan meningkatkan *brand recognition*. Perbedaan dengan iklan ialah visual disini tak harus aktif terus untuk mempromosikan barangnya supaya diingat orang (Male, 2017, hal. 330).

2.4. Website

Menurut Landa (2013), definisi sebuah website adalah halaman halaman yang dihubungkan kemudian disebar secara luas melalui *World Wide Web*. Dalam perancangan website diperlukan strategi, kolaborasi, kreativitas, perencanaan, desain, pengembangan dan implementasi.

Terdapat beberapa istilah yang dipakai dalam mendesain website, sebagai berikut:

a. *Content*

Konten merupakan isi yang terdiri dari informasi yang dapat terlihat langsung pada halaman website. Konten bisa berupa data, cerita, berita, gambar, dan lain-lain.

b. *Information architecture*

Information architecture adalah kumpulan konten web yang diurutkan sesuai hirarkinya agar mempermudah user dalam menavigasi website.

c. *Navigation system*

Struktur visual yang runtun pada suatu web dalam hal ini adalah layout pada halamn web tersebut.

2.4.1. Website Mobile

Website mobile merupakan halaman HTML berbasis browser yang dapat diakses melalui perangkat portable melalui jaringan seluler. Mobile Website akan menampilkan konten data ke dalam bentuk tampilan layar yang kecil. (Martin, 2019).

2.5. Pola Hidup Sehat

2.5.1. Fitness

Fitness mengacu pada tingkat kesehatan seseorang. Fitness yang mengacu pada kesehatan jasmani terbagi terbagi menjadi 6, yaitu komposisi tubuh, kardio, ketahanan, fleksibilitas, dan ketahanan otot. Kurang aktivitas fisik akan menimbulkan penyakit jatuh, hipertensi, tubuh lemak yang atau obesitas. Mereka yang secara jasmani sehat akan merasakan lebih banyak energi dan terlihat lebih baik (Corbin, Le Masurier, Mcconnell, 2014, hal. 19-20).

2.5.1.1. Metabolisme

Menurut Frayn (2010), metabolisme pada tubuh disimbolkan sebagai alat untuk mengambil energi yang berasal dari makanan dan mengolahnya menjadi suatu bentuk yang berguna untuk aktivitas fisik demi menjaga kelangsungan hidup. Manusia mengambil asupan energi melalui makanan yang dikonsumsi dalam periode 24 jam tiap harinya. Energi tersebut kemudian disimpan agar dapat digunakan ketika dibutuhkan, seperti ketika tubuh tidak menerima asupan energi yang optimal perlunya substitusi

energi yang bersifat cadangan. Pengeluaran terbesar energi untuk metabolisme tubuh manusia adalah ketika sedang beristirahat dan melakukan aktivitas fisik seperti olahraga, serta ketika sedang terjangkit penyakit. Tubuh mempunyai cara sendiri untuk mendeteksi situasi dan aturan demi kebutuh untuk melepaskan energi yang disimpan. Regulasi metabolisme adalah dimana adanya hubungan antara nutrisi dan metabolisme tubuh. Nutrisi yang diperoleh dari karbohidrat, lemak, dan protein yang kemudian dipecah menjadi komponen kecil seperti enzim tubuh yang berfungsi untuk menstabilkan metabolisme tubuh apabila terjadi fluktuasi antara pemasukan dan pengeluaran energi.

2.5.1.2. Aktivitas Fisik

Menurut Coopersmith (2006), terdapat beberapa tipe fitness yang dapat diterapkan, sebagai berikut:

a. *Cardiovascular Exercise*

Kardio berguna untuk meningkatkan kekuatan jantung, paru-paru, dan kelancaran saluran darah. Aktivitas fisik kardio adalah berjalan, bersepeda, jogging, berenang, dan lain-lain. Kebanyakan wanita berpendapat bahwa dengan kardio lebih cepat untuk menurunkan berat badan, walau nyatanya tidak selalu. Dengan kardio, peluang untuk terjadi penyakit jantung lebih minim. Aktivitas kardio dapat membakar sebanyak 6-10 kalori per menitnya (Coopersmith, 2006, hal. 54-56).

b. *Muscular Fitness Exercise*

Mitos yang beredar selama ini dikalangan wanita adalah otot akan membesar jika mengangkat beban berat, namun nyatanya tidak apabila mereka tidak mengonsumsi steroid dan pengaruh dari hormon testosterone. Olahraga mengangkat beban sama dengan melakukan olahraga resistensi, dimana dapat membentuk bentuk otot, mengurangi resiko osteoporosis, mendorong metabolisme, mengurangi lemak tubuh dan menambah kepercayaan diri (Coopersmith, 2006, hal. 63-64).

c. *Flexibility Exercise*

Olahraga dalam kategori ini adalah yoga, pilates, *stretching*, dan lain-lain. Aktivitas ini dibagi menjadi dua kategori, *stretching* statis untuk membuat otot lebih hangat dan mengurangi ketegangan otot dan *stretching* dinamis untuk gerakan yang membutuhkan pergerakan sendi (Coopersmith, 2006, hal. 67).

2.5.2. Penyakit

2.5.2.1. Sindrom Metabolik

Kebanyakan dari orang-orang yang mengidap obesitas dan overweight yang berada kateogori tidak berolahraga dan diet yang buruk memiliki sekumpulan gejala penyakit yang dirangkum dengan nama sindrom metabolik. Sindrom metabolik adalah gejala dimana tubuh resisten terhadap insulin (Fahey et al, 2019, hal. 183-184). Kondisi patologis ini terjadi karena konsentrasi insulin yang tinggi gagal untuk memproduksi respons normal terhadap sekeliling target jaringan pada tubuh (Ahima,

2019, hal. 6). Diagnosa terhadap orang yang mengidap sindrom metabolik antara lain lingkaran pinggang yang lebar, darah tinggi / hipertensi, triglyceride yang tinggi, dan HDL yang rendah. gula darah yang tinggi. Akibat dari ini adalah meningkatnya penyakit jantung, obesitas, fertilitas, gangguan imun, penyakit ginjal, dan kanker (Fahey et al, 2019, hal. 183-184).

2.5.2.2. Obesitas

Menurut Frayn (2010), Obesitas adalah suatu keadaan dimana lemak yang berlebihan tertumpuk pada tubuh dan tidak bisa diukur berdasarkan berat badan saja. Penumpukan lemak terjadi karena secara konsisten asupan energi lebih besar dibandingkan pengeluaran energi. Penumpukan lemak yang berlebihan akan berpengaruh negatif pada kesehatan seseorang terutama penumpukan lemak pada organ tubuh atau bisa disebut dengan *visceral fat*.

2.6. Fisik Tubuh Wanita

2.6.1. *Body Composition*

Susunan tubuh berkaitan pada tingkat relatif lemak dan *fat-free mass*. Susunan ini menjadi komponen penting bagi fitness untuk kesehatan, dimana mereka yang memiliki susunan tubuh yang optimal menjurus lebih sehat, bergerak dengan lincah dan lebih merasa nyaman pada tubuhnya sendiri. Namun, kebanyakan orang gagal dalam mencapai goal mereka untuk memiliki tubuh sehat, karena target awal yang ditentukan tidak realistis dan hanya mementingkan turun berat badan dalam jangka pendek (Fahey et al, 2019, hal. 182).

2.6.1.1. Body Mass Index

Body Mass Index berguna untuk mengklasifikasikan resiko kesehatan dari berat badan. BMI mengambil konsep bahwa berat harus proposional dengan tinggi badan. Rumus untuk menghitung BMI dalam ukuran metrik adalah sebagai berikut:

$$\text{BMI} = \text{Berat Badan dalam kilogram} / (\text{Tinggi Badan}^2 \text{ dalam meter})$$

BODY MASS INDEX (BMI) CLASSIFICATIONS	
WEIGHT STATUS CLASSIFICATION	BODY MASS INDEX
Underweight	<18.5
Severe thinness	<16.0
Moderate thinness	16.0–16.9
Mild thinness	17.0–18.4
Normal	18.5–24.9
Overweight	25.0–29.9
Obese, Class I	30.0–34.9
Obese, Class II	35.0–39.9
Obese, Class III	≥40.0

Gambar 2.21. Klasifikasi Body Mass Indeks
(World Health Organization, 2008)

BMI yang berada diantara 18.5 - 24.9 dapat dianggap memiliki massa tubuh normal dengan standar yang ditentukan oleh *The National Institutes of Health* dan *World Health Organization*. Namun, BMI tidak bisa dianggap menentukan *fat weight* dan *fat-free weight*, karena BMI hanya sebuah indikator tidak langsung terhadap lemak pada tubuh seseorang (Fahey et al, 2019, hal. 185-187).

2.6.1.2. Body Fat Percentage

Lemak tubuh berfungsi agar tubuh dapat menyimpan energi dan menjadi pelindung terhadap organ, serta untuk menstabilkan temperatur tubuh. Tingkat lemak tubuh berdasarkan dari total berat badan pada wanita adalah

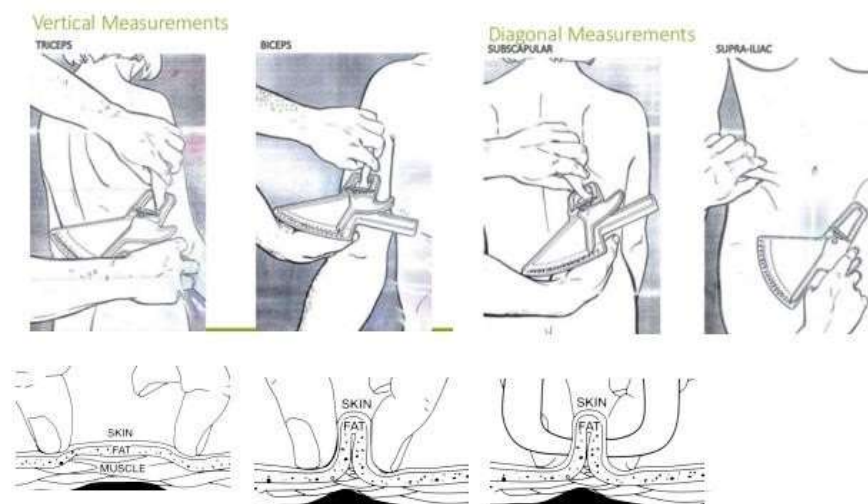
sebesar 8 - 12%. Persentase ini lebih tinggi ketimbang pria yang 3-5% karena lemak tersebut disetorkan ke payudara, rahim, dan bagian perempuan lainnya. Kebanyakan lemak pada tubuh tersimpan pada sell lemak yang terletak dibawah kulit dan sekitar organ utama. Tingkat penyimpanan lemak berdasar pada faktor usia, gender, metabolisme, diet dan tingkat aktivitas fisik. 0,45 kg lemak dapat disamakan dengan 3500 kalori, sehingga apabila asupan kalori dibawah/diatas 3500 bisa menyebabkan penurunan atau kenaikan berat badan. Lemak tubuh simpanan yang berlebihan dapat meningkatkan resiko penyakit kronis. Lemak tubuh yang berlebihan dapat membuat tubuh susah untuk bergerak lantas berpengaruh juga terhadap perfoma aktivitas fisik.

	PERCENT BODY FAT (%)		
	20-39 YEARS	40-59 YEARS	60-79 YEARS
Women			
Essential*	8-12	8-12	8-12
Low/athletic**	13-20	13-22	13-23
Recommended	21-32	23-33	24-35
Over fat [†]	33-38	34-39	36-41
Obese [‡]	≥39	≥40	≥42

Gambar 2.22. Persentase *Body Fat* pada Wanita (World Health Organization, 2008)

Ada beberapa cara tidak langsung untuk mengukur persentase lemak tubuh kita, yaitu dengan cara *underwater weighing*, *the bod pod*, *skinfold measurements*, *bioelectrical impedance analysis*, dan *dual-energy X-ray asborptionmetry*. Semua cara diatas memiliki *margin error*, sehingga yang perlu diingatkan adalah untuk tidak terlalu fokus terhadap hasil tersebut. Pengukuran menggunakan teknik *Skinfold*, dianggap sebagai cara paling

sederhana, tidak mahal, dan praktis untuk mengukur ketebalan skinfold pada beberapa bagian untuk memperhitungkan persentase lemak tubuh. Persentase *margin error* pada teknik ini sebesar 4% apabila dikerjakan oleh profesional. Pengukuran menggunakan alat bernama *Caliper* yang terbuat dari besi atau plastik dan cara pemakaiannya adalah dengan mengukur lebar kulit yang telah dicubit pada bagian-bagian tertentu (Fahey et al, 2019, hal. 182, 187-189). Dibawah ini adalah contoh penggunaan *caliper* pada bagian-bagian tertentu:



Gambar 2.23. Cara Mengukur Lemak Tubuh dengan Teknik Skinfold (<https://donsnotes.com/health/bodyfat-skinfold.html>, 2015)

2.6.2. Body Type

WAIST CIRCUMFERENCE CLASSIFICATIONS		
RISK CLASSIFICATION	WAIST CIRCUMFERENCE IN INCHES (CENTIMETERS)	
	WOMEN	MEN
Normal	<32 in. (80 cm)	<37 in. (94 cm)
Increased	≥32 in. (80 cm)	≥37 in. (94 cm)
Substantially increased	≥35 in. (88 cm)	≥40 in. (102 cm)

Gambar 2.24. Klasifikasi Lebar Pinggang
(World Health Organization, 2008)

Pria dan wanita *postmenopause* cenderung menyimpan lemak pada bagian atas terutama bagian perut, dan wanita *premenopause* lebih menyimpan lemak pada bagian bawah tubuh seperti paha, bokong, dan pinggang. Lingkar pinggang pada tubuh dapat menjadi indikasi penyebaran lemak tubuh yang tidak baik. Ukuran pinggang diatas 102cm untuk pria dan 88cm untuk wanita lebih rentan terkena penyakit. Namun, karena tinggi orang berbeda-beda perhitungan antara rasio pinggang-tinggi lebih akurat (Fahey et al, 2019, hal. 184).

Berdasarkan teori dari Sheldon Somatype, terdapat 3 jenis kategori bentuk tubuh pada manusia, antara lain:

a. *Ectomorph*

Ectomorph memiliki tulang kecil, ramping, dengan pinggul dan bahu yang lebar. *Ectomorph* memiliki tubuh yang secara natural kurus dengan metabolisme tinggi, dan memiliki masalah dalam menaikkan berat badan. Mereka punya lengan dan kaki yang panjang, dan otot yang kecil, serta mereka susah untuk memperbesar massa ototnya (Coopersmith, 2006, hal. 40).

b. *Mesomorph*

Mesomorph memiliki perawakan sedang yang biasanya mempunyai fisik kuat dan bugar walau tidak berolahraga rutin. Mereka memiliki metabolisme yang sedang hingga tinggi dan jarang berat badan naik secara drastis. Mereka mempunyai bentuk otot yang bagus dan dapat membentuknya tanpa memerlukan banyak usaha (Coopersmith, 2006, hal. 40).

c. *Endomorph*

Endomorph memiliki tulang yang besar, dan secara bentuk tubuh membulat walau mereka bugar. Mereka memiliki metabolisme yang rendah, sehingga ini mempermudah mereka untuk menaikkan berat badan dan susah untuk menurunkannya. *Endomorph* dapat menumbuhkan otot secara bertahap dengan olahraga yang tepat (Coopersmith, 2006, hal. 40).

Selain dari teori Somatype ada juga teori yang berasal dari Jean Vague, dimana dia mengklasifikasikan bentuk tubuh sebagai buah pir atau buah pir. Bentuk apel lebih ditekankan pada perawakan menyerupai pria yang menampung berat lebih pada bagian atas tubuh dan bentuk buah pir kepada perawakan yang menyerupai wanita yang lebih mudah untuk bertambah berat dibagian bawah tubuh. Dengan menggabungkan kedua teori tersebut muncul 6 klasifikasi bentuk tubuh wanita yang dapat membantu untuk penyesuaian terhadap program aktivitas dan pola makan mereka. Klasifikasi tersebut adalah sebagai berikut:

a. *Pear Shaped*



Gambar 2.25. *Pear-Shaped Woman*
(Coopersmith, 2006)

Wanita yang memiliki bentuk buah pir cenderung memiliki bentuk tubuh yang berlekuk, dimana pinggang lebih kecil, bokong yang lebih bundar, pinggul dan paha yang lebih berisi. Penyebab tersebut terjadi dikarenakan adanya pendistribusian lemak tubuh yang difokuskan pada bagian tubuh oleh hormon perempuan untuk bereproduksi. Wanita yang berbentuk buah pir tidak rentan terkena obesitas, namun lemak yang tertumpuk pada bagian bawah tubuh lebih susah untuk dihancurkan walau upaya lebih sudah dilakukan (Coopersmith, 2006, hal. 41). Dibawah ini merupakan turunan dari penggabungan teori Somatype, sebagai berikut:

1) *The Ecto-Pear*

Wanita yang memiliki tubuh ecto-pear memiliki metabolisme tubuh yang tinggi dan berat badan jarang susah untuk naik. Bentuk tubuh ramping dengan sedikit lekukan pada bagian bawah tubuh, susah untuk menambah

massa otot terutama pada bagian atas. Aktivitas yang dapat dilakukan adalah dengan menambah olahraga kardio untuk kesehatan jantung dan olahraga dengan resistensi tinggi namun repetisi rendah untuk mempertahankan proporsi lean muscle mass (Coopersmith, 2006, hal. 42).

2) *The Meso-Pear*

Bentuk tubuh meso-pear dapat terlihat pada wanita yang bagian atasnya terlihat atletis karena mereka dengan mudah dapat menambah massa otot dan bagian bawah tubuh yang terlihat feminim seperti pinggul yang lebih berlekuk. Berat badan dengan tipe ini biasanya selalu di kategori normal dan jarang sekali overweight atau terlalu ramping. Plan aktivitas yang bisa dilakukan adalah dengan menambah kardio dengan intensitas rendah ke menengah, resistance training dengan repetisi tinggi pada bagian bawah tubuh dengan berat beban yang rendah, dan resistance training dengan repetisi rendah pada bagian atas tubuh dengan berat beban yang tinggi (Coopersmith, 2006, hal. 42-43).

3) *The Endo-Pear*

Secara natural terlihat berlekuk dan sangat mudah untuk menambah berat pada bagian bawah tubuh. Walau wanita ini memiliki kehidupan yang sangat sehat, dia tidak bisa terlihat memiliki tubuh yang terpahat. Program yang dikhususkan untuk wanita endo-pear adalah dengan melakukan kardio lowimpact yang banyak untuk menurunkan lemak badan, resistance training dengan repetisi tinggi pada bagian bawah tubuh namun dengan berat beban yang rendah agar lebih kencang dan terbentuk, dan resistance

training dengan repetisi rendah pada bagian atas tubuh dengan berat beban yang tinggi untuk membentuk otot (Coopersmith, 2006, hal. 43).

b. *Apple Shaped*



Gambar 2.26. *Apple-Shaped Woman*
(Coopersmith, 2006)

Wanita dengan bentuk tubuh buah apel memiliki tubuh yang langsing dengan kaki yang panjang dan ramping, namun susah untuk mengecilkan dan mengencangkan lingkaran pinggang. Mereka yang memiliki bentuk tubuh ini sangat mudah untuk terkena penyakit obesitas. Lemak tubuh yang tersimpan di daerah tengah tubuh lebih mudah untuk dihancurkan ketimbang lemak yang pada bagian bawah tubuh.

1) *The Ecto-Apple*

Metabolisme pada ecto-apel sama cepatnya dengan ecto-pear. Bentuk tubuh yang langsing, namun tidak memiliki lekukan. Mereka susah menambah otot dan terkadang terlihat seperti kurus kering, sehingga untuk menyeimbangkan bentuk tubuh ini untuk menjadi lebih proporsional sedikit susah. Rutin olahraga yang bisa dilakukan oleh tipe bentuk ini adalah

melakukan olahraga aerobic untuk kesehatan jantung, dan resistance training dengan repetisi rendah pada seluruh bagian tubuh dengan berat beban yang tinggi untuk membentuk bentuk otot dan memperbaiki postur tubuh (Coopersmith, 2006, hal. 44).

2) *The Meso-Apple*

Bentuk tubuh ini memiliki kaki yang kurus dan keras, tapi untuk bagian tengah tubuh terlihat lebih lembek. Mereka tidak mudah untuk menambah berat pada bagian bawah tubuh dan susah untuk membentuk otot dibagian perut, tapi hal tersebut dapat diatasi dengan diet dan olahraga yang benar. Rencana olahraga untuk tipe bentuk ini adalah melakukan low-impact olahraga kardio, resistance training dengan repetisi rendah pada bagian bawah tubuh dengan berat beban yang tinggi untuk menyeimbangkan proporsi tubuh, dan resistance training dengan repetisi tinggi pada bagian atas tubuh dengan berat beban yang rendah untuk membentuk otot (Coopersmith, 2006, hal. 45).

3) *The Endo-Apple*

Bentuk tubuh ini cenderung terlihat lebih gemuk pada bagian atasnya terutama pada bagian pinggang, payudara, dan lengan atas, namun kaki terlihat lebih ramping dan kecil. Berat badan tipe ini sangat mudah untuk naik pada bagian tengah tubuh. Walau dalam keadaan paling kurus, pinggang pada tipe ini tidak akan bisa berlekuk tanpa olahraga dan diet yang benar. Fokus olahraga pada tipe ini adalah dengan memberikan banyak olahraga kardio yang *low-impact* untuk menurunkan lemak tubuh,

resistance training dengan repetisi tinggi pada bagian atas tubuh dengan berat beban yang rendah untuk membentuk otot, dan resistance training dengan repetisi rendah pada bagian bawah tubuh dengan berat beban yang tinggi untuk menambah massa otot dan menyeimbangkan proporsi tubuh (Coopersmith, 2006, hal. 45).