



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. Media Informasi

Media Informasi terdiri atas dua kata, kata pertama adalah media sebagai kata jamak dari medium dan kata kedua yaitu informasi. Secara kontekstual media adalah alat atau sarana komunikasi baik dalam bentuk cetak maupun elektronik atau perantara (Kamus Besar Bahasa Indonesia, n.d.). Sedangkan informasi adalah penerangan, pemberitahuan tentang sesuatu atau keseluruhan makna (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2020).

2.1.1. Jenis Media

Dalam bukunya yang berjudul *Media Today*, Turow (2014) menggolongkan jenis media berdasarkan jenis industrinya. Industri yang dimaksud disini merujuk pada pencetus budaya atau tata cara tentang penyebaran suatu informasi menggunakan beragam materi yang kini dikenal sebagai media. Berikut adalah beberapa jenis media berdasarkan industrinya yang digunakan dalam perancangan ini :

2.1.1.1. Internet

Turow (2014) menjelaskan bahwa internet adalah sebuah sistem yang menghubungkan jaringan komputer milik pribadi, publik, akademik, bisnis dan pemerintah menggunakan seperangkat instruksi yang berfungsi untuk menghubungkan milyaran penggunanya secara global. Internet sendiri terdiri atas 2 komponen utama yaitu media sosial atau *social networking service* (SNS) dan mesin pencari (Turow, 2014).

2.1.1.2. Buku

Turow (2014) menjelaskan bahwa dalam industri buku, buku terbagi atas 2 kategori besar yaitu buku profesional dan edukasi serta buku konsumen. Buku profesional dan edukasi ditandai dengan adanya penggunaan pedagogi atau pendekatan metode belajar tertentu dalam bukunya, seperti buku K-12, buku pendidikan tinggi, dan buku oleh profesional. Sedangkan buku konsumen adalah buku yang ditujukan untuk masyarakat secara umum dan dijual secara komersil. Menurut *Association of American Publishers* (AAP), buku digolongkan kedalam 7 kategori yaitu :

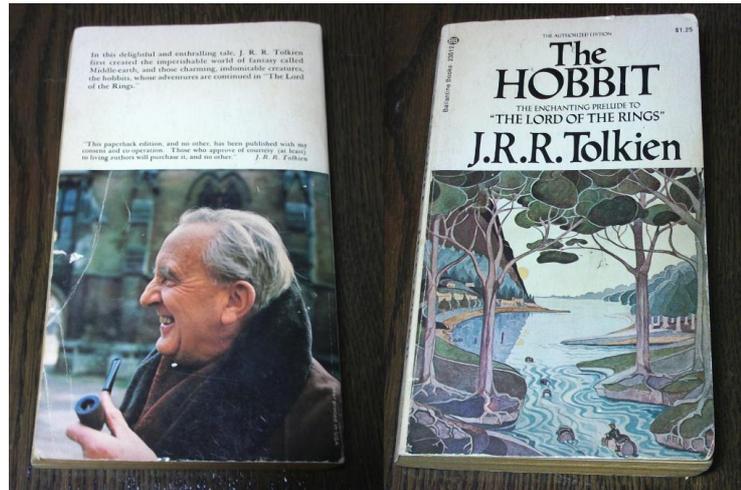
1. *Trade*, buku dalam kategori ini merupakan buku yang dijual untuk konsumsi masyarakat baik melalui toko buku atau perpustakaan. Buku ini meliputi buku fiksi dan non-fiksi.



Gambar 2.1. *Trade Book*

(<https://www.collaborativeclassroom.org/wp-content/uploads/2018/01/KL-TBS35-S1.png>)

2. *Mass market paperback*, adalah buku yang juga dijual secara umum namun memiliki ukuran yang lebih kecil dan tidak bergambar serta dijual dengan harga yang lebih murah.



Gambar 2.2. *Mass market paperback*

(Biblio, https://www.biblio.com/book_collecting_terminology/Mass-market-paperback-31.html)

3. *Religious*, secara esensial merupakan buku dengan konten religius, umumnya dijual di toko buku atau toko-toko religius.
4. *Book club*, pada dasarnya adalah buku yang didistribusikan dan dijual secara eksklusif bagi anggotanya, umumnya menargetkan pada orang dengan minat tertentu saja.
5. *Mail-order*, adalah jenis buku yang diiklankan melalui televisi atau media promosi lainnya dan bisa dipesan langsung dari penerbit dan diantarkan langsung ke rumah.

6. *Scholarly*, area ini mencakup buku-buku yang dipublikasi oleh penerbit komersil dan penerbit lembaga pendidikan untuk mereka yang ada di ruang lingkup akademik, korporat maupun pemerintahan. Umumnya digunakan untuk keperluan *non-profit* untuk suatu universitas, kampus, museum, atau institusi lainnya.
7. *Subscription reference*, merujuk pada buku eksiklopedia, kamus dan atlas yang dijual oleh penerbit langsung kepada konsumen secara langsung melalui perjanjian. Sedikit berbeda dengan kategori *mail-order* karena meliputi transaksi yang berjumlah besar.

Buku untuk anak-anak termasuk dalam jenis buku *Trade*, walaupun dibuat dengan tujuan agar dapat dibeli dengan harga yang terjangkau tapi buku anak tetap tidak bisa digolongkan sama seperti *Mass Market Paperback* karena memiliki beberapa aspek yang harus diperhatikan seperti psikologis perkembangan anak. Aspek tersebut juga memengaruhi bentuk format media hingga desain untuk buku anak-anak itu sendiri karena tidak ada batasan khusus yang dapat mengatur format buku, maka buku dapat disesuaikan menurut kebutuhan dan fungsinya.

2.1.1.3. Media lain

Adapun jenis-jenis media lain yang tertulis namun tidak digunakan sebagai media utama perancangan tugas akhir ini yaitu koran, radio, majalah, rekaman film, televisi, juga video game. Turow (2014) menyatakan bahwa dalam era digital ini, sudah tidak asing bagi tiap

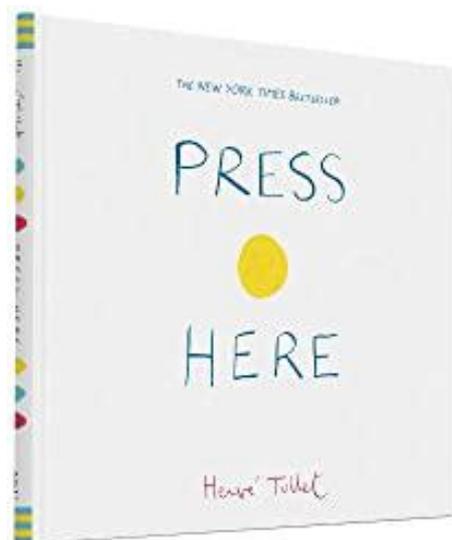
industri dalam menggabungkan beberapa media sekaligus. Penggolongan jenis media berdasarkan industri hanya memperlihatkan sejarah munculnya media itu sendiri namun dapat kita lihat bahwa media bergantung dengan media lainnya. Misalnya seperti menonton siaran ulang televisi lewat internet, menggunakan buku secara online dan menggunakan media sosial untuk menyebarkan film, rekaman dan sebagainya.

2.1.2. Buku Interaktif

Menurut Daryanto dalam jurnal berjudul "Perancangan Buku Pembelajaran Interaktif Sejarah Peringatan Hari-Hari Perjuangan Nasional Untuk Anak 6-11 Tahun" oleh Limanto, Bangsa dan Christiana (2015), media interaktif adalah media yang dapat berinteraksi dengan penggunanya secara aktif. Interaksi secara aktif tersebut dapat meliputi pesan yang mengajak penggunanya untuk melakukan kegiatan seperti menghitung, menulis, melafalkan, menjawab pertanyaan, mengamati, mengidentifikasi dan lain sebagainya. Buku interaktif memiliki komunikasi dua arah, dalam hal ini komunikasi antara buku dengan pembaca. Adapun jenis-jenis buku interaktif yang disebutkan dalam jurnal yang sama yaitu:

1. Buku Interaktif dengan *Paper Engineering / Movable Book*
2. Buku Interaktif *Peekaboo*
3. Buku Interaktif *Participation*
4. Buku interaktif *Hidden Objects / Seek and Find*
5. Buku interaktif *Games*

6. Buku interaktif *Play A Song* atau *Play A Sound*
7. Buku interaktif *Touch and Feel*
8. Buku interaktif campuran



Gambar 2.3. Contoh Buku Interaktif
(Erica, <https://www.whatdowedoallday.com/interactive-picture-books-for-kids/>, 2016)

Buku yang digunakan dalam perancangan tugas akhir ini adalah buku interaktif campuran, dengan menggabungkan konsep buku interaktif *hidden objects*, *participation* dan *games*. Pada dasarnya perancangan buku untuk topik berpikir kritis dapat menggunakan semua jenis buku yang ada. Namun, keputusan pemilihan jenis buku interaktif ini dipengaruhi fungsi serta biaya produksi buku dan daya beli konsumen. Buku interaktif yang membutuhkan mekanisme rumit atau dengan berbagai jenis bahan yang berbeda tidak dapat dibuat mesin cetak dengan mudah, hal ini yang dapat menyebabkan biaya produksi jadi lebih mahal.

2.2. Ilustrasi

Ilustrasi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2020) adalah gambar yang dapat berupa foto ataupun lukisan yang berfungsi untuk memperjelas isi buku, karangan dan lain sebagainya. Male (2007) dalam bukunya *Illustration A Theoretical & Contextual Perspectiv* juga memperjelas bahwa ilustrasi adalah tentang bagaimana cara mengomunikasikan sebuah pesan kepada pembacanya, tentunya dengan menggunakan gambar.

2.2.1. Peran Ilustrasi

Male (2007) membagi peran ilustrasi berdasarkan kegunaannya dalam menyampaikan konteks menjadi 5 jenis, yaitu :

1. Dokumentasi, referensi dan informasi

Sesuai dengan namanya, ilustrasi ini diciptakan untuk membantu pembaca dalam memahami keadaan nyata, informasi ilmiah, instruksi dan lain sebagainya. Umumnya bisa ditemukan di buku sains dan panduan.

2. Komentar

Ilustrasi ini umumnya ditemukan dalam media-media massa seperti ilustrasi pada artikel, koran, maupun majalah.

3. Pembawa cerita

Ilustrasi ini bertujuan untuk memberikan gambaran tentang sebuah keadaan, menyajikan alur cerita yang bertujuan memberikan gambaran lebih jelas daripada sebuah teks. Umumnya ini adalah jenis ilustrasi yang ditemukan di buku cerita anak, novel, dan sebagainya.

4. Persuasi

Ilustrasi ini memiliki kekuatan untuk memengaruhi pembaca secara persuasif untuk melakukan suatu aksi tertentu. Ilustrasi ini umumnya digunakan pada iklan.

5. Identitas

Ilustrasi identitas umumnya dapat ditemukan pada kemasan, merchandise atau media promosi lainnya yang berhubungan dengan tujuan untuk mengenalkan suatu produk atau badan usaha pada konsumen.

2.2.2. Gaya Ilustrasi

Male (2007) menyatakan bahwa secara garis besar gaya ilustrasi terbagi atas 2 cakupan luas, yaitu :

1. Literal

Gaya ilustrasi ini merupakan representasi dari dunia nyata. Umumnya gaya ilustrasi ini dibuat berdasarkan keadaan yang sesungguhnya dengan

kenyataan walaupun hanya penggambaran dari tulisan. Gaya ilustrasi literal memiliki rangkaian variasi mulai dari hiperrealisme hingga impresionisme. Gaya ilustrasi seperti ini juga umum ditemukan dalam buku cerita, baik fiksi maupun non fiksi. Salah satu varian gaya ilustrasi literal adalah *stylised realism*, yang merupakan penggambaran ilustrasi berdasarkan dunia nyata yang dilebih-lebihkan. *Stylised realism* berguna untuk membuat sebuah karakter terkesan berlebihan sehingga ekspresi dan kepribadian dari karakter itu dapat muncul dan dikenali dengan jelas. Penggambaran seperti ini dapat dijumpai di buku komik, karakter pada *video game*, hingga karakter film animasi sekalipun. Gaya ilustrasi buku anak juga tidak jauh dari karakter hewan, adapun sebutan gaya antropomorfisme untuk mengadaptasi sifat dari hewan dari dunia nyata yang kemudian digambarkan sebagai manusia.

2. Konseptual

Gaya ilustrasi konseptual adalah ilustrasi yang dibuat dengan elemen dari dunia nyata namun menghasilkan bentuk lain yang tidak sesuai dengan dunia nyata. Umumnya ilustrasi ini dibuat berdasarkan metafora dari suatu benda atau penggambaran sebuah ide atau teori. Bentuk gaya ilustrasi konseptual umumnya sudah di distorsi, gaya ilustrasi ini dapat ditemukan dalam gambar surealis dan abstrak.

2.3. Berpikir Kritis

Browne dan Keeley (2007) menyatakan bahwa manusia membutuhkan keahlian untuk bisa mendengarkan, membaca secara kritis kemudian bereaksi dan melakukan evaluasi terhadap informasi yang didapat. Keahlian yang dimaksud bisa didapatkan dengan belajar secara menerus hingga akhirnya keahlian ini dapat digunakan untuk menentukan pilihan yang dianggap terbaik. Browne dan Keeley (2007) menyatakan bahwa berpikir kritis itu merujuk pada kepekaan akan pertanyaan kritis yang terkait, kemampuan untuk bertanya dan menjawab pertanyaan kritis pada waktu yang tepat, dan keinginan untuk secara aktif menggunakan pertanyaan kritis.

2.3.1. Dasar Berpikir Kritis

Moore dan Parker (2009) menyatakan bahwa ada tiga dasar yang membangun berpikir kritis, yaitu :

1. Klaim, klaim adalah suatu pernyataan yang mengekspresikan opini atau kepercayaan seseorang terhadap suatu hal. Sebagian besar klaim tidak membutuhkan pemeriksaan atau evaluasi karena hal tersebut dapat berupa hal yang jelas-jelas benar ataupun salah. Contoh klaim misalnya adalah saat seseorang mempercayai bahwa sebuah jenis makanan memiliki khasiat tertentu, hal ini belum tentu benar karena pengalaman yang dialami oleh setiap orang akan makanan tersebut berbeda-beda.
2. Isu, isu merupakan hal yang muncul ketika klaim seseorang mulai dipertanyakan. Isu sendiri sebenarnya adalah pertanyaan itu sendiri. Ketika

seseorang mempertanyakan kebenaran akan suatu klaim, langkah selanjutnya adalah mencari fakta dari klaim tersebut dan dengan memperhatikan bahasa yang digunakan.

3. Argumen, argumen adalah dua klaim yang saling berbenturan, hal ini disebabkan karena kedua klaim disebut sebagai kebenaran sebelumnya. Argumen merupakan unsur penting dalam berpikir kritis, karena mengajak orang untuk kembali mempertanyakan argumen masing-masing.

2.3.2. Berpikir Kritis dalam Pendidikan

Berpikir kritis merupakan komponen utama dalam kemampuan berpikir tingkat tinggi, dalam dunia pendidikan sebutan ini dikenal sebagai HOTS atau *Higher Order Thinking Skills*. Menurut Brookhart dalam buku yang berjudul “Higher Order Thinking Skills” oleh Nugroho (2018), jenis HOTS yang ditujukan untuk pembelajaran di kelas terdiri atas 3 kategori yaitu :

1. HOTS sebagai transfer, adalah keterampilan untuk mengaplikasikan pengetahuan dan keterampilan yang sudah dikembangkan menjadi suatu konteks baru. Keterampilan ini mencakup membuat analisa, memberikan evaluasi dan mencipta.
2. HOTS sebagai berpikir kritis, adalah keterampilan memberikan penilaian yang bijak dan membuat kritik secara logis dengan tujuan agar siswa mampu berargumentasi, melakukan refleksi serta membuat keputusan secara mandiri.

3. HOTS sebagai pemecahan masalah, menyangkut mengidentifikasi masalah dan menyelesaikan masalah secara mandiri.

Berdasarkan informasi yang ada, berpikir kritis pada dasarnya adalah kemampuan yang dapat dipelajari oleh semua orang melalui tahapan yang sederhana. Buku ini mengadaptasi konsep pembelajaran HOTS khususnya HOTS sebagai berpikir kritis yang sederhana juga efektif untuk pembelajaran di kelas maupun diluar kelas.

2.4. *Bullying*

Berdasarkan website StopBullying.gov, bullying sendiri merupakan perilaku agresif dan tidak diinginkan yang terjadi pada anak dalam masa sekolah (*“What is Bullying,”* n.d.). Dalam website UNICEF tertulis bahwa ada 3 karakteristik utama dalam mengidentifikasi tindak bullying, yang pertama adalah adanya ketimpangan dalam kekuasaan, kesengajaan dan sifatnya repetitif atau berulang (*“Bullying,”* n.d.). Kekuasaan yang dimaksud disini bisa merupakan kekuatan fisik, popularitas ataupun akses pada rahasia milik orang lain. Perilaku bullying dapat menimbulkan masalah jangka panjang baik bagi yang menindas atau yang ditindas.

2.4.1. Peran Anak dalam Tindak *Bullying*

Sebagaimana yang tertulis dalam website StopBullying.gov, dalam satu tindak bullying terdapat beberapa peran yang dimainkan oleh anak dalam situasi tersebut.

Berikut adalah macam-macam peran anak dalam situasi *bullying* :

1. *Bully* atau Anak yang Menindas

Anak dalam peran ini adalah yang mengintimidasi teman sebaya mereka, ada banyak faktor yang menumbuhkan sifat agresif pada anak dengan peran ini. Umumnya anak dalam peran ini sangat membutuhkan dukungan orang lain untuk bisa berubah.



Gambar 2.4. Peran Anak dalam Situasi *Bullying*
(Goodstein & Verdick, 2014)

2. *Target* Anak yang Ditindas

Anak dalam peran ini umumnya memiliki faktor yang menyebabkan mereka lebih mudah jadi sasaran penindasan. Anak yang berperan sebagai yang ditindas mungkin membutuhkan bantuan untuk belajar cara merespons sebuah tindakan *bullying*.

3. *Reinforcer* atau Anak yang Mendukung

Anak dengan peran ini tidak secara langsung terlibat dalam tindak bullying namun kadang anak dengan peran ini akan tertawa atau memberi dukungan kepada anak yang menindas. Hal ini secara tidak langsung semakin membuka peluang bagi penindasan untuk terjadi lagi di masa mendatang.

4. *Outsider* atau Anak yang Melihat

Anak dalam peran ini sebenarnya terpisah dalam situasi bullying. Anak dalam peran ini tidak mendukung penindas maupun membela yang ditindas, beberapa anak bahkan menyaksikan saja tanpa memberi kilas balik. Walaupun demikian banyaknya orang yang melihat juga mungkin memberi dukungan secara tidak langsung terhadap tindak bullying. Anak dengan peran ini punya potensi untuk menjadi sosok yang lebih dari sekedar pengamat.

5. *Defender* atau Anak yang Membela

Anak dalam peran ini adalah yang secara aktif memberikan dukungan pada anak yang ditindas dan bahkan maju untuk melindungi anak yang sedang ditindas. Harapannya anak-anak yang tadinya hanya melihat dapat mengambil peran sebagai pembela.

2.4.2. *Verbal Bullying*

Ada beragam jenis bullying salah satunya adalah *verbal bullying*. Sebagaimana yang tertulis dalam website StopBullying.gov, *verbal bullying* adalah jenis penindasan melalui perkataan maupun tulisan yang bersifat mengintimidasi dan merendahkan. Yang termasuk dalam verbal bullying antara lain :

1. Ledekan terhadap fisik atau non-fisik
2. Memanggil dengan sebutan yang bukan nama
3. Ujaran Rasisme
4. Ancaman

2.4.3. Social Bullying

Berdasarkan informasi yang diambil dari StopBullying.gov, social bullying adalah suatu bentuk bullying yang memiliki dampak negatif terhadap reputasi atau hubungan seseorang. Yang meliputi social bullying antara lain adalah :

1. Meninggalkan atau mengasingkan seseorang secara sengaja
2. Mengajak teman lain untuk tidak berteman dengan seseorang
3. Menyebarkan rumor tentang seseorang
4. Mempermalukan seseorang di muka publik

2.5. Desain

Melalui buku *Design Basics*, Lauer dan Pentak (2008) menyatakan bahwa kegiatan mendesain adalah suatu kegiatan untuk merancang dan menyusun dalam konteks ini sebuah karya seni. Sebagai tambahan, menurut Landa dalam bukunya *Graphic Design Solutions* (2014), desain grafis pada dasarnya adalah sebuah representasi visual dari sebuah ide atau gagasan yang digunakan untuk menyampaikan pesan. Desain merupakan perantara yang menjembatani informasi dengan tingkat pemahaman seseorang.

2.5.1. Desain untuk

Anak
Gelman dalam bukunya yang berjudul *Design for Kids* (2014) menyatakan bahwa

Ciri Anak	Artinya	Implementasi Desain
Suka berperan menjadi ahli	Mereka cenderung tidak membaca instruksi dan langsung memulai	Gunakan pesan instruksi terjadi kegagalan daripada instruksi yang ada di awal
Mulai menyadari bahwa orang dewasa tidak bisa menjawab segala hal	Mereka mulai berkeinginan untuk mempertanyakan peraturan, perintah ataupun gagasan	Berilah ruang bagi anak untuk berekspresi dengan memberikan kemungkinan peluang daripada sekedar instruksi

dalam membuat desain, desain harus disesuaikan secara bertahap karena anak adalah pribadi yang mudah berubah. Dengan berbekal teori perkembangan anak oleh Piaget, Gelman (2014) membagi pertimbangan desain untuk anak kedalam 5 kategori. Berikut merupakan tabel panduan desain oleh Gelman (2014) yang sesuai dengan rentang usia anak.

Tabel 2.1. Anak Usia 6-8 Tahun

Ciri Anak	Artinya	Implementasi Desain
Sangat fokus	Mereka memilih untuk menyelesaikan suatu masalah hingga selesai sebelum lanjut ke permasalahan yang selanjutnya	Libatkan konsep berprogres dan sistem pencapaian yang berkelanjutan

Tabel 2.2. Anak Usia 8-10 Tahun

Lebih suka diberi informasi daripada investigasi	Mereka tidak menyukai teka-teki, lebih menyukai perintah yang jelas	Berilah instruksi yang jelas mengenai apa yang harus dilakukan sang anak.
--	---	---

Tabel 2.3. Anak Usia 10-12 Tahun

Merasa sedikit diluar kendali atas dunia sekelilingnya	Mereka masih cenderung fokus dalam mengikuti peraturan dan cenderung menciptakan panduan baginya dan perilakunya	Buatlah serangkaian peraturan yang jelas dan mudah diikuti, namun berikanlah ruang bagi interpretasi dari anak itu sendiri
Lebih suka kuantitas daripada kualitas	Mereka suka pengalaman yang melibatkan kegiatan mengumpulkan dan mengoleksi	Dalam sebuah desain, bisa coba untuk melibatkan strategi gamifikasi seperti skor dan hadiah
Mulai merasa takut, curiga, dan ketidakpercayaan dari apa yang tidak diketahui	Mereka mulai ragu untuk bertemu orang baru dan mencoba sesuatu yang baru	Utamakan hal yang memicu mereka untuk berpendapat daripada hal yang berbau sosial

2.5.2. Elemen

Desain

Elemen desain adalah hal mendasar yang perlu diketahui oleh orang yang melakukan kegiatan mendesain. Elemen desain memiliki potensi untuk menjadi sebuah

Ciri Anak	Artinya	Implementasi Desain
Mampu membayangkan hasil akhir dari suatu keputusan	Mereka berpikir dan menimbang sebelum bertindak	Berikan peluang bagi keputusan kompleks tapi dengan desain yang sederhana
Mampu berpikir kreatif	Mereka senang membuat scenario dan apa hasil akhir yang diperoleh	Pikirkan tentang alur cerita apakah bersambung? Atau memiliki alur alternative?
Mulai menyadari akan hal yang dapat membuat mereka berbeda	Mereka mulai merasa tidak nyaman seakan tidak ada satu orangpun yang mengerti apa yang mereka pikirkan atau rasakan	Ciptakanlah jawaban yang kontekstual dan sesuai dengan situasi yang ada daripada memberi jawaban yang umum
Lebih menyukai hal-hal yang spesifik sesuai dengan minat	Mereka sedang dalam pencarian jati diri melalui minat dan bakat mereka.	Keluar dari konten-konten yang umum dan fokus pada satu bidang tertentu seperti sains, musik, binatang, ds

karya seni apabila dipahami dan dieksplorasi. Lauer dan Pentak (2008)

menyebutkan 7 elemen desain yaitu garis, bentuk atau volume, pola dan tekstur,

ilusi ruang, ilusi pergerakan, gelap terang, dan warna

<h1 style="text-align: center;">The Elements of Design</h1> <p style="text-align: center;">(the tools to make art)</p>		
Line		Horizontal, vertical, diagonal, straight, curved, dotted, broken thick, thin.
Shape		2D (two dimensional)/ flat Geometric (square, circle, oval, triangle) Organic (all other shapes)
Form		3D (three dimensional), Geometric (cube, sphere, cone), Organic (all other forms such as: people, animals, tables, chairs, etc).
Colour		Refers to the wavelengths of light. Refers to hue (name), value (lightness/darkness), intensity (saturation, or amount of pigment), and temperature (warm and cool). Relates to tint, tone and shade.
Value		The lightness or darkness of an image (or part of an image).
Texture		The feel, appearance, thickness, or stickiness of a surface (for example: smooth, rough, silky, furry).
Space		The area around, within, or between images or parts of an image (relates to perspective). Positive and negative space.

Gambar 2.5. Elemen Desain
(<http://dowlingart.weebly.com/elements-of-art--principles-of-design.html>,)

2.5.3. Prinsip Desain

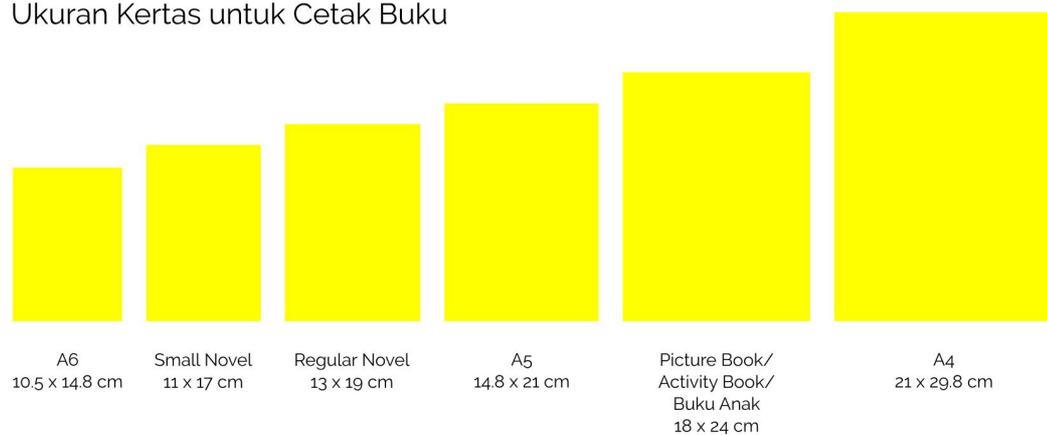
Setiap desainer hendaknya memahami prinsip desain sebelum membuat sebuah karya agar dapat menghasilkan desain yang baik dan seimbang. Prinsip desain sifatnya tidak terpisahkan karena berhubungan satu sama lain. Dalam bukunya

Graphic Design Solutions, Landa (2014) membagi prinsip desain tersebut menjadi 6 bagian yang meliputi :

2.5.3.1. Format

Landa (2014) menyatakan bahwa format mengacu pada perimeter atau suatu batasan pada sebuah desain. Selain itu format juga mengacu pada material yang digunakan untuk membuat desain seperti ukuran kertas, layar gawai dan lain sebagainya. Format juga bisa mengacu pada standar sebuah desain komersial seperti satuan ukuran untuk poster, brosur, buku, hingga CD (Compact Disc).

Ukuran Kertas untuk Cetak Buku



Gambar 2.6. Contoh Format Buku Anak
(Cerivitas, <https://10jelajahsampul.files.wordpress.com/2019/07/ukuranbuku.png>, 2019)

2.5.3.2. Keseimbangan



Gambar 2.7. Simetris, Asimetris, Simetri Radial
(Landa, 2014)

Menurut Landa (2014) keseimbangan dapat dicapai melalui pembagian beban visual yang merata pada sebuah komposisi. Sebuah desain akan terlihat harmonis jika sudah seimbang. Adapun faktor-faktor yang memengaruhi beban visual antara lain adalah orientasi, ukuran, warna, tekstur, kepadatan dan lain sebagainya. Landa (2014) juga menyebutkan ada 3 macam strategi dalam mencapai suatu keseimbangan, yaitu :

1. Simetris

Simetri membagi beban visual secara merata seperti sedang membuat refleksi yang sama bentuknya.

2. Asimetris

Asimetri membagi beban visual dengan menciptakan keseimbangan dengan mempertimbangkan berbagai elemen dalam komposisinya tanpa membuat refleksi pada bentuknya.

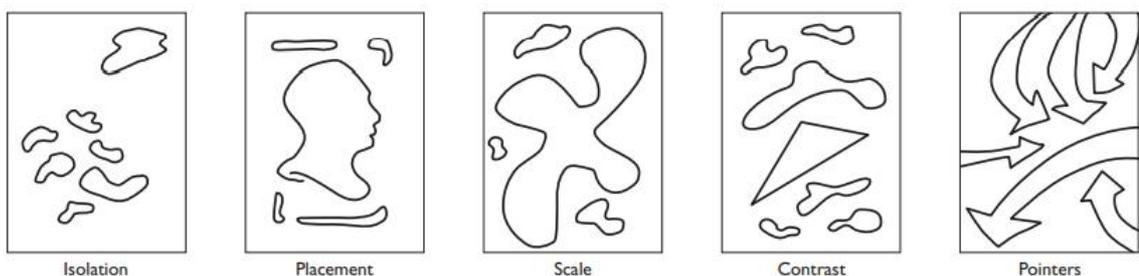
3. Simetri Radial

Simetri ini dapat dicapai dengan menggabungkan elemen dengan orientasi horizontal dan vertikal yang memancar keluar.

2.5.3.3. Hierarki Visual

Menurut Landa (2014) tujuan utama hierarki visual adalah untuk menuntun mata dalam melihat susunan elemen desain sesuai dengan titik fokusnya. *Emphasis* atau titik fokus adalah penyusunan elemen visual menurut tingkat kepentingan sebuah informasi. Berikut adalah beberapa cara untuk bisa memperoleh *emphasis* :

1. *Emphasis by Isolation*, yaitu dengan cara mengisolasi sebuah bentuk untuk menciptakan titik fokus.
2. *Emphasis by Placement*, yaitu dengan meletakkan elemen grafis di suatu tempat atau sudut tertentu dalam sebuah komposisi.
3. *Emphasis through Scale*, yaitu dengan mengandalkan besar-kecil sebuah elemen grafis.



Gambar 2.8. *Isolation, Placement, Scale, Contrast, Pointers*
(Landa, 2014)

4. *Emphasis through Contrast*, yaitu dengan memainkan berbagai macam elemen desain yang saling bertolak belakang seperti gelap-terang.
5. *Emphasis through Direction and Pointers*, yaitu dengan mengandalkan elemen seperti garis dan panah.
6. *Emphasis through Diagrammatic Structures*, yaitu dengan menampilkan elemen berbentuk diagram.

2.5.3.4. Ritme

Dalam desain grafis, ritme merupakan sebuah pola yang konsisten atas elemen grafis (Landa, 2014). Ritme ini mirip seperti ritme pada musik karena dapat diatur sedemikian rupa sehingga mempengaruhi kecepatan mata audiens dalam melihat sebuah karya.



Gambar 2.9. Ritme, warna, dan variasi
(Singh, https://pbs.twimg.com/media/Bx58okVCUAAr_8S?format=jpg&name=small, 2014)

Sama seperti pada prinsip lainnya, ritme dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti warna, keseimbangan, dan lainnya. Kunci untuk menentukan ritme adalah pengetahuan desainer terhadap perbedaan repetisi dan variasi. Repetisi muncul ketika desainer mengulang sebuah elemen atau beberapa elemen dalam beberapa kali atau dengan konsisten. Sedangkan variasi merupakan suatu hal yang dapat menghentikan sebuah ritme, hasilnya dapat menciptakan variasi visual yang setara dengan ketukan pada musik.

2.5.3.5. Kesatuan

Sebuah desain yang ideal akan terlihat sebagai satu komposisi yang utuh dan tidak dapat didefinisikan hanya dari sebagian elemen saja. Kesatuan pada desain berkaitan erat dengan teori *pragnanz*, teori ini menyatakan bahwa pikiran dalam otak manusia cenderung berusaha menciptakan, menghubungkan dan melihat elemen desain secara keseluruhan dengan cara mengelompokkan elemen visual berdasarkan posisi, orientasi, kemiripan, bentuk, dan warna (Landa, 2014).

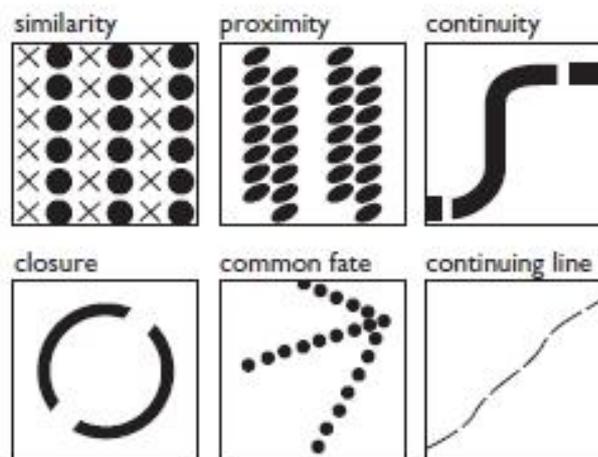


Gambar 2.10. Contoh bentuk kesatuan
(<https://artclasscurator.com/examples-of-unity-in-art/>, 2018)

2.5.3.6. Hukum Gestalt

Sebagaimana yang ditulis dalam buku *Graphic Design Solutions* (Landa, 2014) hukum gestalt terbagi atas :

1. *Similarity*, otak manusia cenderung mempersepsikan elemen yang memiliki kemiripan karakteristik sebagai suatu bentuk kesatuan. Termasuk didalamnya kemiripan bentuk, tekstur, warna dan arah.
2. *Proximity*, elemen yang berdekatan dalam suatu bidang cenderung dipandang sebagai suatu kesatuan.
3. *Continuity*, elemen yang dipersepsikan sebagai elemen yang terlihat berkelanjutan dengan elemen sebelumnya dapat memberikan kesan seperti pergerakan.
4. *Closure*, otak manusia cenderung untuk menghubungkan beberapa elemen visual untuk memproyeksikan sebuah bentuk atau pola.



Gambar 2.11. Hukum Gestalt
(Landa, 2014)

5. *Common fate*, elemen dipersepsikan sebagai suatu kesatuan apabila bergerak atau mengarah kearah yang sama.
6. *Continuing line*, menjelaskan bahwa garis selalu dipersepsikan mengikuti jalan yang paling sederhana.

Selain itu, Landa (2014) juga menambahkan korespondensi juga struktur dan kesatuan. Korespondensi itu prinsip *continuity*, contohnya dapat dilihat seperti desain yang disebut dengan *collateral design*. Sedangkan struktur dapat dijumpai dalam bentuk grid atau sistem modular.

2.5.4. Warna

Menurut Gonnella dalam Landa (2014), warna adalah alat komunikasi yang paling kuat karena kemampuannya dalam mengutarakan emosi, asosiasi, pikiran dan perasaan. Pengetahuan desainer dalam mengidentifikasi fungsi, makna dan kekuatan dalam warna haruslah menjadi pedoman utama bagi desainer untuk menyelesaikan sebuah masalah (Gonnella dalam Landa, 2014).

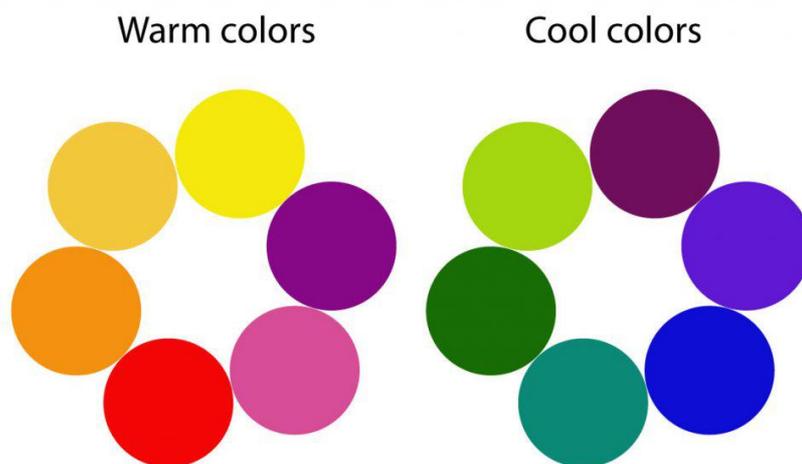
2.5.4.1. Psikologi Warna

Lupton dalam bukunya berjudul *Design is Storytelling* (2017) mengatakan bahwa walaupun warna mewakili simbolisme yang berbeda diberbagai budaya, secara saintifik manusia cenderung merespon warna secara universal. Cara manusia mempersepsikan warna berkaitan erat dengan sejarah manusia seperti siang dan malam. Berikut adalah tabel emosi yang disampaikan oleh warna secara universal (Lupton, 2017).

Tabel 2.4. Asosiasi Warna dan Emosi

No.	Warna	Emosi
1	Warna Terang	Kebahagiaan, kegembiraan
2	Warna Gelap	Kesedihan, muram,
3	Warna Panas	Energik, aktif, gembira
4	Warna Dingin	Ketenangan, fokus, istirahat

Namun dalam pembuatan desain, setiap penggunaan warna terang atau gelap panas maupun dingin selalu memiliki arti yang sama. Nuansa warna yang paling ditonjolkan adalah yang mewakili emosi keseluruhan dalam sebuah desain. Warna panas seperti merah dan kuning adalah warna-warna yang mengingatkan indra manusia akan rasa hangat matahari. Sedangkan warna dingin seperti hijau dan biru adalah warna yang mengingatkan indra manusia terhadap suatu perasaan yang menenangkan dan menyejukkan karena memiliki asosiasi dengan hutan dan air.



Gambar 2.12. Warna panas dan warna dingin
(David, <https://www.davidlagesse.art/the-beauty-of-color/>, 2019)