

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Desain

Menurut Lauer dan Pentak, untuk mendesain adalah untuk "merencanakan dan mengorganisir". Oleh karena itu, Lauer dan Pentak percaya bahwa desain adalah sesuatu yang fundamental untuk semua tipe seni, karena hampir semua seni menerapkan prinsip sampai elemen desain yang direncanakan sebelumnya (2016, hlm. 4).

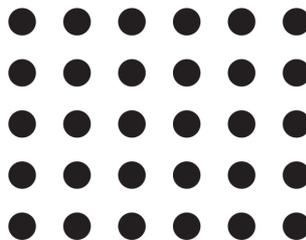
2.1.1. Prinsip Desain

Lauer dan Pentak menjelaskan bahwa prinsip utama dan tujuan sebuah desain adalah untuk mengkomunikasikan pesan dengan bentuk visual secara efektif (2016, hlm. 6).

2.1.1.1. *Unity*

Lauer dan Pentak menjelaskan *unity* sebagai "elemen desain yang saling melengkapi dan yang terlihat seharusnya disitu." (2016, hlm. 29).

Unity dapat dicapai dengan menerapkan komposisi dan pewarnaan yang cocok sehingga tidak terasa terpisah sendiri.



Gambar 2.1. Unity dengan Kedekatan
(<https://www.pluralsight.com/content/dam/pluralsight/blog>, 2014)

a. Gestalt

Gestalt adalah salah satu teori *unity* yang menjelaskan tentang persepsi seseorang saat melihat sebuah karya. Lauer dan Pentak melanjutkan bahwa orang cenderung menggabungkan obyek dengan bentuk yang sama, atau menciptakan sebuah pola jika ada kesamaan. *Negative space* juga dapat menciptakan sebuah efek *gestalt* (2016, hlm. 33).

b. Kedekatan

Menurut Lauer dan Pentak, salah satu cara termudah untuk mencapai *unity* adalah mengurangi jarak antara elemen yang berbeda, karena mendekatkan elemen akan membuat pembaca merasa ada hubungan antara obyek yang berbeda (2016, hlm. 34).

c. Repetisi

Lauer dan Pentak melanjutkan bahwa repetisi juga membantu mencapai *unity* dan sangat sering diterapkan. Repetisi tidak harus terbatas oleh bentuk, melainkan warna, tekstur, arah, dll. (2016, hlm. 36-37)

d. Kelanjutan

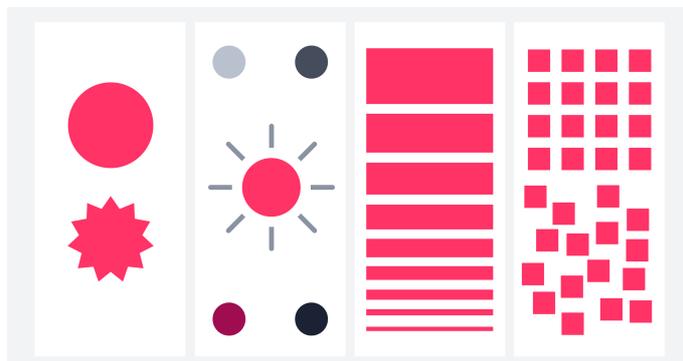
Salah satu cara populer untuk mencapai *unity* adalah menggunakan kelanjutan. Dengan kelanjutan, pembaca dapat bertransisi dari satu elemen ke yang lain secara halus. Hasil baik dari kelanjutan adalah jika elemen yang berbeda memiliki pola alur jalan yang dapat dimengerti langsung oleh pembaca (Lauer & Pentak, 2016, hlm. 38-39).

2.1.1.2. Penekanan dan titik fokus

Menurut Lauer dan Pentak, penekanan dan titik fokus merupakan sebuah faktor penting untuk mengambil perhatian orang, terutama dengan maraknya fotografi dan karya seni yang ada dimana-mana (2016, hlm. 56).

a. Kontras

Lauer dan Pentak menjelaskan bahwa kontras tercapai saat sebuah elemen berbeda dengan yang lain. Perbedaan ini menciptakan gangguan dari sebuah suasana yang menarik perhatian pembaca menuju fokus itu. Kontras bisa diciptakan dengan warna, gaya, simbol, dll. (2016, hlm. 58-59)



Gambar 2.2. Kontras

(<https://s3.amazonaws.com/www-assets.invisionapp.com/uploads/2018/10/Contrast.png>, 2018)

b. Isolasi

Lauer dan Pentak percaya bahwa isolasi juga termasuk kontras, tetapi lebih berfokus kepada jarak dibandingkan dengan elemen. Dengan menciptakan sebuah jarak diantara elemen yang berbeda atau bahkan yang sama, sebuah obyek dapat membedakan dirinya yang berujung menjadi titik fokus (2016, hlm. 60-61).

c. Penempatan

Lauer dan Pentak menambahkan bahwa penempatan elemen dapat memberi kesan sebuah arah tersirat untuk menunjuk kepada titik fokus tersebut. Cara termudah untuk penempatan adalah dengan menggunakan desain *radial*, atau melingkar (2016, hlm. 62-63).

2.1.1.3. Fungsi persepsi

Menurut Lauer dan Pentak, sebuah mekanisme dari persepsi visual memiliki peran yang sangat penting dalam seni dan desain, yaitu efek psikologi visual. Efek psikologis dapat mempengaruhi tidak hanya apa yang seseorang lihat, tetapi juga bagaimana dia melihatnya (2016, hlm. 68-69).

2.1.1.4. Mnemonic device

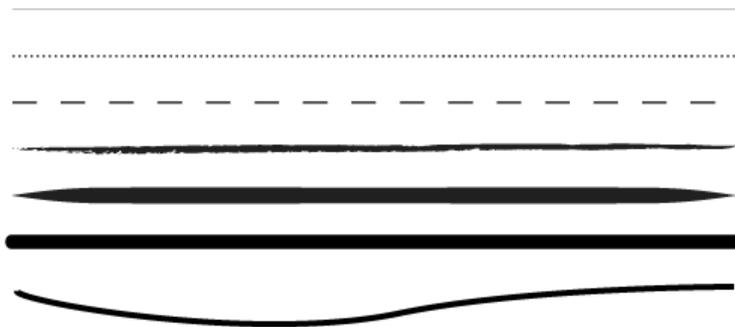
Menurut Lidwell, Holden, dan Butler (2003), *mnemonic device* merupakan sebuah metode desain yang dapat digunakan untuk menyampaikan informasi dan memudahkan pembaca untuk mengingatnya. *Mnemonic device* biasa menggunakan objek atau bentuk lain, biasanya jelas atau dibesar-besarkan, untuk mengasosiasikannya dengan sebuah konsep. *Mnemonic device* sangat berguna untuk membantu pembaca untuk mengingat informasi yang padat dan baru. *Mnemonic device* dapat berupa ilustrasi, inisial kata, *keyword*, *tagline*, dan lainnya (hlm. 134).

2.1.2. Elemen Desain

Lauer dan Pentak (2016) mendefinisikan elemen desain sebagai konten dan bentuk yang ada di dalam sebuah karya seni, yang menceritakan atau menyokong sebuah deskripsi. Elemen desain dapat dimanipulasi dan dirancang untuk menciptakan sebuah pola yang terorganisir agar dapat menceritakan konten itu (hlm. 4-5).

2.1.2.1. Garis

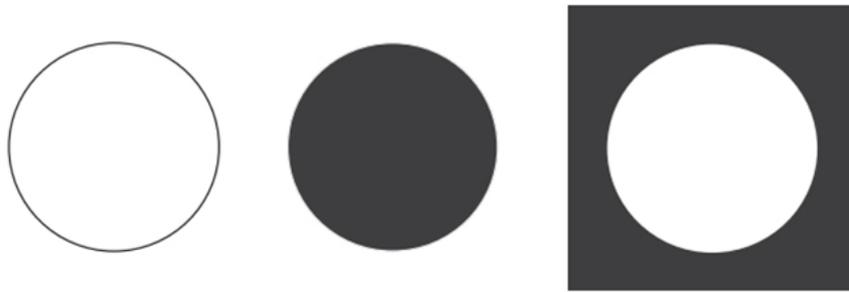
Garis adalah hasil dari ciptaan dimensi pertama, dimana sebuah elemen tanpa dimensi adalah sebuah titik. Garis memiliki berbagai ketebalan dan dapat bervariasi dengan pola dan bentuk. Garis yang terhubung tapi tidak tersambung adalah garis implikasi, dan sebuah obyek yang menunjuk kepada sesuatu menciptakan sebuah garis psikis (Lauer & Pentak, hlm. 128-129).



Gambar 2.3. Tipe Garis
(<https://dab1nmslvvntp.cloudfront.net/wp-content/uploads/2009/10/LineTypes.png>, 2009)

2.1.2.2. Bentuk

Menurut Lauer dan Pentak (2016), sebuah bentuk merupakan "area yang dipersepsikan secara visual dan diciptakan oleh sebuah garis atau perubahan warna dan *value* yang mendefinisikan bentuk luarnya." (hlm. 152-153). Secara dasarnya, desain dan komposisi tercipta oleh susunan bentuk tersebut.

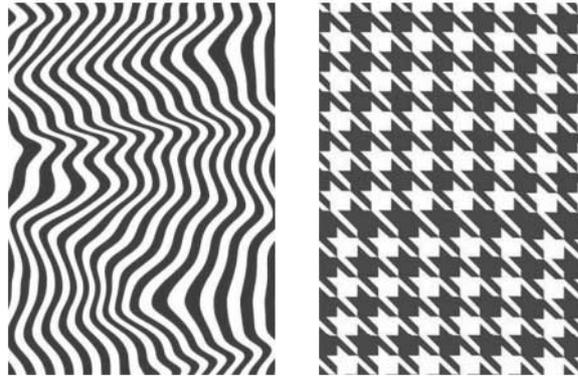


Gambar 2.4. Jenis Bentuk

(<https://254-online.com/wp-content/uploads/Shape-as-an-element-of-graphic-design.jpg>, 2018)

2.1.2.3. Pola dan tekstur

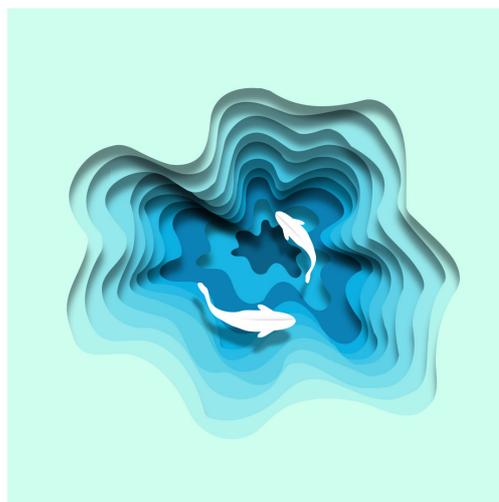
Pola didefinisikan oleh Lauer dan Pentak (2016) sebagai "sebuah motif yang repetitif" dan tekstur adalah sebuah pola yang tidak harus sempurna dan merangsang indera sentuh seseorang. Tekstur bisa diciptakan oleh bahan yang digunakan, seperti kain atau kanvas, atau diciptakan dengan mereproduksi warna dan pola *value* dari sebuah bahan untuk menciptakan ilusi tekstur (hlm. 178-179, 184-185, 188).



Gambar 2.5. Contoh Tekstur
(<https://www.dafideff.com/2018/05/visual-element-of-graphic-design-texture.html>, 2018)

2.1.2.4. Ruang dan kedalaman

Menurut Lauer dan Pentak (2016), ruang dan kedalaman hanya sebuah ilusi jika ingin diterapkan di media dua-dimensi seperti kanvas dan kertas. Ruang dapat menyampaikan sebuah pesan atau suasana dalam sebuah karya. Bentuk dan perspektif dalam sebuah karya dapat mempengaruhi penekanan dan juga bagaimana pembaca persepsikan sebuah obyek (hlm. 194-196).



Gambar 2.6. Contoh Ruang dan Kedalaman
(https://mir-s3-cdn-cf.behance.net/project_modules/, 2018)

2.1.2.5. *Value*

Lauer dan Pentak (2016) mendefinisikan *value* sebagai "sebuah istilah artistik untuk gelap dan terang". *Value* membantu menciptakan ruang dan efek tiga-dimensi dalam sebuah elemen desain, atau disebut dengan *shading*. Selain itu, *value* juga dapat membantu menciptakan sebuah titik fokus dan menambah kontras (hlm. 240-241, 244-248).



Gambar 2.7. Contoh *Value*

(<https://www.dafideff.com/2018/05/visual-element-of-graphic-design-texture.html>, 2018)

2.1.2.6. **Warna**

Lauer dan Pentak (2016) menekankan sebuah fakta bahwa warna adalah "sebuah properti cahaya dan bukan sebuah obyek" (hlm. 252). Secara dasarnya, sistem pencampuran warna terbagi menjadi dua:

1. Aditif, atau campuran warna yang diproyeksi oleh cahaya; dan
2. Subtraktif, atau campuran pigmen warna.

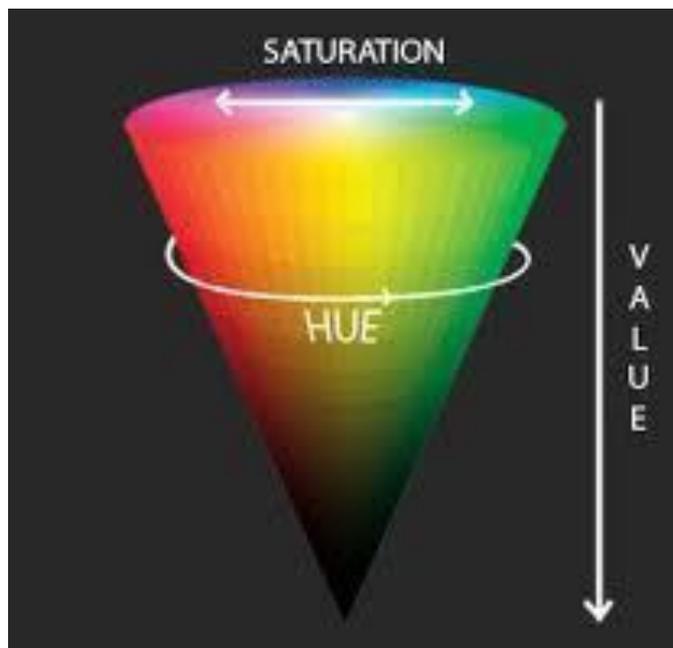
Warna tercipta oleh pantulan cahaya yang terserap kecuali sinar warna itu, yang akhirnya memantul ke mata.

a. Persepsi warna dan cahaya

Lauer dan Pentak (2016) mengingatkan bahwa semua warna adalah sebuah produk dari cahaya, dan oleh karena itu warna semua obyek terpengaruhi oleh cahaya. Perubahan warna yang sesuai dengan cahaya tersebut memicu efek psikologis yang disebut konstansi warna. Contoh perubahan warna oleh cahaya dapat diamati oleh perubahan musim, waktu, iklim, dll. (hlm. 254-255)

b. Properti warna

Properti warna terbagi menjadi tiga bagian: *hue*, *value*, dan *intensity*. Properti warna akan mempengaruhi hasil akhir dari warna tersebut.



Gambar 2.8. HSV (Hue, Saturation, Value) Cone
(<http://www.tech-faq.com/wp-content/uploads/2009/02/hsv.jpeg>)

1.) Hue

Hue merupakan nama dari sebuah warna, seperti merah, hijau, dan biru. Perbedaan *hue* dan warna adalah *hue* "menjelaskan sensasi visual dari berbagai bagian dari spektrum warna" (Lauer & Pentak, hlm. 258).

2.) Value

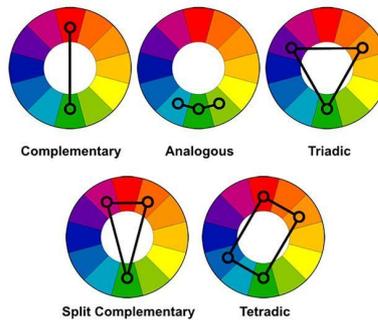
Value adalah properti warna kedua yang menjelaskan tentang terangnya dan gelapnya sebuah warna. Dalam konteks pigmen, *value* merupakan penambahan warna putih dan hitam kepada suatu warna. Penambahan warna putih menciptakan sebuah *tint*, atau *high-value*, dan penambahan warna hitam menciptakan sebuah *shade*, atau *low-value* (Lauer & Pentak, hlm. 260).

3.) Intensity

Intensity, atau juga disebut sebagai *saturation*, adalah properti warna terakhir, dan dijelaskan sebagai intensitas sebuah warna. Sebuah warna dengan *value* yang sama akan menciptakan hasil yang berbeda dengan *intensity* yang berbeda, meski *intensity* dan *value* keduanya disebut "terang" (Lauer & Pentak, hlm. 262).

c. Harmoni warna

Menurut Lauer dan Pentak, beberapa skema warna dapat disebut harmoni warna, dan diorganisir oleh hubungan warna yang polos (hlm. 274).



Gambar 2.9. Tipe Harmoni Warna
 (<https://i1.wp.com/anneroselt.com/wp-content/uploads/2018/03/>, 2018)

1.) Monokromatik

Skema monokromatik menandakan penggunaan hanya satu *hue*, dan dapat bervariasi dalam *value* dan penggunaan hitam dan putih. Monokromatik biasanya digunakan untuk menyatukan elemen desain dan juga untuk beri penekanan kepada tekstur (Lauer & Pentak, hlm. 274).

2.) Analogous

Skema *analogous* menandakan penggunaan *hue* yang berada di sebelahnya di dalam roda warna, dan juga dapat bervariasi di *value* (Lauer & Pentak, hlm. 274).

3.) Complementary

Skema *complementary* menandakan penggunaan *hue* yang berada di seberangnya di dalam roda warna, dan biasanya digunakan sebagai kontras (Lauer & Pentak, hlm. 275).

4.) *Split complementary*

Skema *split complementary* menandakan penggunaan warna yang berada di samping *hue* yang di seberangnya di dalam roda warna (Lauer & Pentak, hlm. 275).

5.) *Triadic*

Skema triadic menandakan penggunaan tiga *hue* yang berjarak sama dalam roda warna. *Hue* tersebut akan menciptakan sebuah segitiga dan memberi kesan keseimbangan dalam sebuah karya (Lauer & Pentak, hlm. 275)

d. Emosi warna

Menurut Lauer & Pentak, warna dapat memicu, mengekspresikan dan menjelaskan sebuah emosi, dan merupakan sebuah cara efektif untuk mempersiapkan sebuah suasana bahkan sebelum pembaca dapat menganalisa sebuah karya. Seorang seniman dapat mempengaruhi reaksi pembaca dengan penggunaan warna dan skematika yang sesuai. Menurut Fraser & Banks (2004), warna secara tradisional diasosiasikan dengan kata sifat karena warna itu dapat memicu kata sifat atau psikologi yang positif maupun negatif.

2.1.3. Proses Desain

Landa (2014) membagikan proses desain menjadi lima bagian: orientasi, analisis, konsep, desain, dan implementasi.

1. Orientasi merupakan pengenalan lanjut mengenai tugas, masalah desain, perusahaan, produk, servis, atau kelompok. Bagian orientasi merupakan

pengumpulan data, pencarian informasi, dan memastikan tujuan dari desain yang dirancang. (Landa, hlm. 77)

2. Analisis merupakan pengecekan untuk setiap masalah, memisahkan dan menjelaskan elemen yang bersangkutan, mengorganisir informasi menjadi potongan yang lebih mudah dimengerti, dan menciptakan sebuah konklusi berdasarkan dari analisa tersebut. (Landa, hlm. 81)
3. Konsep merupakan sebuah alasan kreatif dibelakang aplikasi desain, sebuah kasaran dan arahan ide yang menentukan bagaimana seseorang mendesain. Secara keseluruhan, konsep yang menciptakan metode dan alasan dalam sebuah pilihan desain. (Landa, hlm. 89)
4. Desain merupakan sketsa kasar yang dapat memvisualisasikan konsep desain. Visualisasi dari tahap desain tersebut dapat diulang berkali-kali dengan metode yang berbeda untuk menciptakan dan membentuk konsepnya. Pembuatan kolase, sketsa kasar, dan kata-kata juga merupakan tahap desain. (Landa, hlm. 94)
5. Implementasi merupakan eksekusi dari desain tersebut untuk ditunjukkan, baik kepada dosen atau klien, dan dapat berupa sebuah *mockup* atau cetakan. Secara profesional, implementasi dapat menciptakan berbagai bentuk dan akan berkomunikasi dekat bersama percetakan agar solusinya tercapai secara maksimal. (Landa, hlm. 95)

2.2. Psikologi Warna

Samara (2014) menjelaskan psikologi warna sebagai sebuah pesan yang dapat disampaikan dari warna yang dapat mempengaruhi konten, baik untuk gambar

maupun sebuah arti verbal dari tipografi. Bagian emosional ini terikat dalam manusia dalam aspek yang biologis. (hlm. 110)

Warna yang berbeda dapat memicu berbagai arti secara psikologis dan biologis:

1. Merah menunjukkan perasaan *passion* yang kuat, karena memicu respons "*fight or flight*" dalam seseorang. Merah juga mengartikan panas, cinta, dan insting.
2. Biru menunjukkan perasaan tenang dan menciptakan sebuah kesan keamanan dan proteksi. Selain itu, biru juga menunjukkan arti mudah dipercaya dan solidaritas.
3. Kuning menunjukkan rasa hangat dan kesenangan karena asosiasinya dengan matahari. Kuning juga mengartikan pemikiran jernih dan ingatan kuat.
4. Coklat menunjukkan rasa kenyamanan dan keamanan karena asosiasinya dengan tanah dan kayu. Coklat juga mengartikan kepercayaan dan ketabahan.
5. Violet secara sendirinya menunjukkan misteri, namun perbedaan dalam *hue* dan *value* dapat mengubah artinya secara drastis. Warna dingin seperti *lavender* mengartikan nostalgia dan mimpi, warna yang lebih gelap mengartikan kematian, dan warna hangat seperti *fuchsia* mengartikan energetik.
6. Hijau menunjukkan rasa paling tenang dari semua spektrum warna, dan asosiasinya dengan dedaunan memiliki arti keamanan.

7. Oranye menunjukkan arti *outgoing* dan berpetualang, namun juga mengartikan sedikit tidak bertanggung jawab. Oranye yang lebih terang mengartikan kesehatan, kesegaran, dan kekuatan.
8. Abu-abu menunjukkan arti formal, otoritatif, dan kontrol, karena warnanya yang sangat netral. Namun, abu-abu juga mengartikan kehilangan emosinya karena tidak memiliki *hue*.
9. Hitam memiliki banyak arti di berbagai tempat, dimana hitam dapat mengartikan ketidakadaan dari luar angkasa, atau formal dan eksklusifitas dan superioritas dari arti lainnya.
10. Putih memiliki arti ketenangan, kemurnian, dan ketenangan, karena asosiasinya dengan cahaya. Disekeliling hitam, putih dapat menunjukkan kejernihan pikiran dan kerapian, karena kontrasnya yang paling tinggi dari spektrum.

2.2.1. Psikologi Warna Umum

Fraser & Banks (2004) mengatakan bahwa perbedaan dalam *hue*, *value*, dan *saturation* dalam sebuah desain akan memberikan kesan yang berbeda, dan secara alami juga memberikan pesan yang berbeda. Sebagai contohnya, warna yang pucat akan memberikan sebuah kesan yang ketenangan, warna cerah akan memberikan kesan yang menyenangkan, dan warna gelap akan memberikan kesan yang lebih suram. (hlm. 156)

2.3. Ilustrasi

Houston (2016) mendefinisikan ilustrasi sebagai gambar yang dapat visualisasikan sebuah konsep. Houston lalu melanjutkan bahwa sebuah ilustrasi

biasanya mengkomplemen sebuah artikel, dimana ilustrasi itu akan memiliki 3 fungsi:

1. Untuk memperkuat konsep artikel;
2. Untuk meringkas informasi; dan
3. Untuk menangkap perhatian sang pembaca ke artikel itu.

2.3.1. Genre Ilustrasi

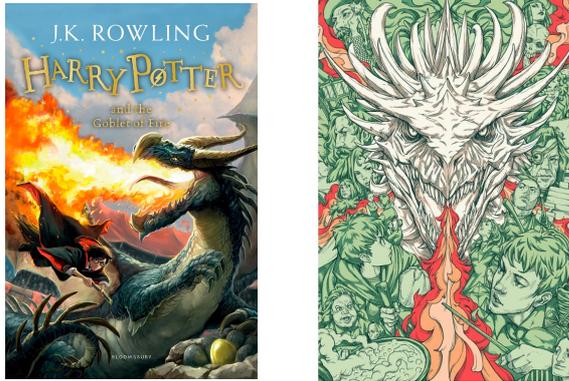
Menurut Houston (2016), ilustrasi dapat dibagi menjadi empat *genre* utama: *editorial*, periklanan, *fashion*, dan teknis. Ada juga *sub-genre* kecil yang di luar klasifikasi tersebut seperti komik dan novel grafis (hlm. 20).

2.3.1.1. Ilustrasi Editorial

Menurut Houston, sebuah ilustrasi *editorial* cenderung memiliki pandangan terhadap sesuatu, tetapi bukan sebuah hal yang mendefinisikannya. Sebuah ilustrasi *editorial* cenderung berdasarkan oleh konsep utamanya. Oleh karena itu, koran, majalah, buku, cover CD dan poster dapat dimasukkan ke kategori ilustrasi *editorial* (hlm. 20).

2.3.2. Ilustrasi Naratif versus Konseptual

Houston (2016) menjelaskan bahwa sebuah ilustrasi bisa menjadi naratif atau konseptual, dimana sebuah ilustrasi naratif dapat menggambarkan suatu adegan dalam sebuah cerita, dan ilustrasi konseptual menggambarkan kualitas dari buku itu sendiri dan tidak menunjukkan sebuah momen didalamnya (hlm. 24).



Gambar 2.10. Ilustrasi Naratif *versus* Konseptual Cover Buku *Harry Potter and the Goblet of Fire* (berbagai sumber, 2018)

2.3.3. Ilustrasi *Stand-alone versus* Sekuensial

Sebuah ilustrasi bisa secara individu, atau dapat menjadi sebuah seri dari beberapa set gambar, seperti sebuah *cover* majalah dan beberapa set ilustrasi di dalam artikelnnya (Houston, hlm. 26).

2.3.4. Utilitarian dan Dekoratif

Menurut Houston (2016), sebuah ilustrasi secara dasar memiliki berbagai fungsi, atau utilitarian, tetapi ilustrasi juga memiliki unsur dekoratif yang dapat menyokong multifungsi dengan menarik perhatian dan menonjolkan konsep dari ilustrasi itu (hlm. 29).

2.3.5. Komposisi

Houston (2016) menjelaskan bahwa komposisi dapat memperbagus atau merusak sebuah karya ilustrasi, karena dampak dan suasana yang diproyeksikan akan berubah sesuai dengan penempatan dan pemilihan elemen-elemen (hlm. 99).

2.3.5.1. *Border*

Houston (2016) melanjutkan dimana sebuah *border* berfungsi sebagai pembatas gambarnya dan untuk menonjolkan *negative space* di dalam sebuah ilustrasi, karena *border* menyatukan *negative space* dengan ilustrasi tersebut. Pemilihan baik dalam penggunaan *border* dan mengisi *negative space* di dalamnya dapat membantu mendorong konsep ilustrasi itu (hlm. 101).

2.3.5.2. *Cropping*

Cropping, menurut Houston, harus diperhatikan agar tidak membuat orang yang melihatnya kurang nyaman dengan ilustrasi itu, dengan pengecualian bahwa itu tujuan utamanya yang dapat menonjolkan konsepnya. Contoh *cropping* yang kurang baik merupakan *cropping* kepala atau kaki sebuah karakter di tempat yang aneh, dengan alasan *cropping* itu mendorong pembaca untuk melihat ujung dari gambarnya dan mengeluarkan karakter dari dunianya (hlm. 102-103).

2.3.5.3. *Diagraming*

Houston menjelaskan bahwa *diagraming* merupakan gambaran dasar untuk sebuah komposisi ilustrasi. *Diagraming* memberi kontrol kepada ilustrator dengan mengatur suasana, tona, tensi, dan pengarahannya mata pembaca saat melihat ilustrasi tersebut (hlm. 104-109).

2.3.5.4. Ilustrasi dengan teks

Menurut Houston, jika ilustrasi tersebut akan di imbuh teks, maka ilustrasi tersebut harus dipertimbangkan pewarnaan, komposisi *diagraming*, serta posisi *negative space* agar memberi ruang untuk teksnya secara nyaman (hlm. 110-112).

2.4. Karakter

Ekström (2013) mengatakan bahwa desain karakter tidak hanya harus berfokus kepada desain luar karakter itu, namun juga harus menggabungkan kepribadiannya dalam karakter itu. Ekström melanjutkan bahwa karakter yang baik merupakan penjelasan emosi dan karakteristik dari karakter tersebut meskipun karakter itu tidak memiliki muka sama sekali. (hlm. 6)

2.4.1. Bentuk Karakter

Sebuah pesan visual harus ditonjolkan oleh karakter tersebut secara efektif, dimana dalam tahap awal dapat memvalidasi *readability* dari karakter, dan seiring proses juga membentuk kepribadian dari karakter tersebut. (Ekström, 2013, hlm. 6-7)

1. Bentuk yang melengkung dan melingkar merupakan karakter yang paling ramah dan akrab karena tidak memiliki siku yang berbahaya atau tajam. Secara alami, bentuk bulat juga memiliki karakteristik yang halus dan tidak berbahaya, sehingga dapat menciptakan karakter yang mudah disukai. Oleh karena itu, banyak karakter utama memiliki desain yang dikelilingi oleh bentuk bulat.

2. Bentuk yang kotak dihubungkan dengan kekuatan dan stabilitas, dan kepercayaan diri. Kotak juga dapat menjadi besar dan tangguh, atau menenangkan dan ceroboh. Banyak bentuk kotak digunakan oleh karakter yang dapat diandalkan.
3. Bentuk segitiga merupakan bentuk yang paling dinamis dari ketiga bentuk dasar tersebut, dan memiliki karakteristik yang tajam dan diagonal. Banyak karakter antagonis didasarkan oleh bentuk segitiga, karena terlihat lebih jahat atau berkomunikasi dengan agresi.



Gambar 2.11. Bentuk dalam Berbagai Karakter
(Ekström, 2013)

2.5. *Layout*

Rustan (2009) menjelaskan bahwa untuk setiap elemen layout memiliki perannya masing-masing sehingga dapat saling melengkapi dalam membangun desainnya secara keseluruhan. Rustan membagi elemen layout menjadi 3 bagian besar: elemen teks, elemen visual, dan *invisible element*. (hlm. 23-26)

2.5.1. Elemen Teks

Rustan (2009) menjelaskan bahwa elemen teks merupakan bagian dari sebuah layout yang menggunakan teks atau tipografi. Elemen teks melingkup semua bagian yang dijabarkan di bawah:

1. Judul, yaitu teks singkat berukuran besar untuk menarik perhatian pembaca dengan bagian estetika dan pesan yang menarik.
2. *Deck*, yaitu sebuah ringkasan mengenai sebuah topik yang akan dijelaskan lebih lanjut di *bodytext*, dan biasanya terletak diantara judul dan *bodytext*.
3. *Byline*, yaitu nama penulis, dan kadang disertai dengan jabatan atau deskripsi singkat.
4. *Body text*, yaitu konten besar berisi informasi mengenai topik tersebut. *Body text* bergantung dengan elemen *layout* lainnya yang membuatnya lebih menarik untuk dibaca.
5. Sub-judul, yaitu sebuah pemisah untuk mengorganisir segmen *body text* dalam bentuk sebagai judul segmen kecil tersebut.
6. *Pull quotes*, yaitu sebuah cuplikan, baik dari kutipan seseorang atau bagian dari *bodytext*, yang berfungsi sebagai penekanan atau *emphasis* dalam penyampaian informasi.
7. *Caption*, yaitu sebuah penjelasan singkat berukuran kecil yang disertai dengan elemen visual yang perlu dijelaskan.
8. *Callouts*, yaitu sebuah penjelasan yang mirip dengan *caption*, tetapi lebih mudah dijelaskan lewat arahan atau garis dan menjelaskannya, seperti menggunakan balon teks atau garis.
9. *Kickers*, yaitu sebuah kata, teks singkat, warna atau bentuk yang memudahkan navigasi seorang pembaca saat ingin mencari sebuah topik

tertentu. Berbeda dengan *running head*, kickers tidak harus ada dalam setiap halaman.

10. *Initial caps*, yaitu sebuah huruf pertama yang berukuran besar yang berfungsi sebagai pemanis atau gaya estetika, dan juga dapat berfungsi sebagai penyeimbang komposisi pada sebuah layout.

11. *Indent*, yaitu baris pertama dari sebuah paragraf yang masuk kedalam, dan baris lainnya tetap di posisi yang sama.

12. *Lead line*, yaitu sebuah atau beberapa kata pertama yang diberikan gaya teks yang berbeda untuk memudahkan perbedaan antar paragraf.

13. Spasi antar paragraf, yang berfungsi untuk memisahkan paragraf agar dapat lebih memudahkan pembaca saat bertransisi dari paragraf ke paragraf lainnya.

14. *Header* dan *footer*, yaitu sebuah bagian atas dan bawah kertas, yang biasanya dilampirkan nomor halaman, catatan kaki, dan lain, lainnya.

15. *Running head*, yaitu judul, topik, atau informasi yang berada pada sebuah bagian *layout* kertas dan tidak akan berubah tempat sampai akhir. Biasanya *running head* dapat terlihat pada bagian *footer* dari sebuah layout.

16. Catatan kaki, yaitu informasi yang terletak di *footer* yang berisi tentang referensi, sumber, rekomendasi, dan lain lain.

17. Nomor halaman, yaitu penomoran untuk memudahkan navigasi untuk pembaca dan memudahkan organisasi daftar isi dan indeks.

18. *Signature*, yaitu sejumpat informasi yang berisi nomor telepon, alamat, atau juga dalam bentuk logo sponsor. *Signature* dapat ditemukan di brosur, poster, dan lain lain.

2.5.2. Tipografi

Lupton (2010) mengatakan bahwa tipografi dan pemilihannya akan menentukan tonalitas dan pendekatan sebuah konten dalam sebuah buku. Sebagai contoh, sebuah *typeface serif* terkesan lebih formal dan kaku dibanding dengan *typeface sans-serif*. Desainer akan menggunakan *typeface* dan tipografi yang berbeda untuk menjalani fungsi yang berbeda. (hlm. 46)

2.5.2.1. Klasifikasi tipe

1. *Humanist serif*, yaitu *typeface* Romawi di abad ke-15 dan ke-16 yang mengemulasi kaligrafi klasik.
2. *Transitional serif*, yang memiliki ciri khas *serif* yang lebih tajam dan *axis* vertikal yang lebih besar dibanding dengan *humanist serif*.
3. *Modern serif*, yang memiliki kontras yang sangat besar antar garis, dan dapat dikategorikan sebagai sesuatu yang abstrak.
4. *Egyptian*, atau *slab serif*, yang memiliki ciri khas *serif* yang tebal dan rata seperti sebuah lempeng, dan diperkenalkan di abad ke-19.
5. *Humanist sans-serif*, yaitu *sans-serif* yang memiliki karakteristik sebuah *humanist*, yaitu perbedaan ketebalan seperti kaligrafi.
6. *Transitional sans-serif*, yaitu versi *sans-serif* dari *transitional serif*, dan memiliki ciri khas garis yang merata dan konstan.

7. *Geometric sans-serif*, yaitu *typeface* yang terinspirasi dengan bentuk geometris dasar, seperti bulat, kotak, dan segitiga.

Klasifikasi dari *typeface* tersebut dilakukan dengan mencari karakteristik yang diciptakan oleh *typeface* tersebut. Contohnya, bentuk huruf *humanist* memiliki ketebalan yang berbeda, sehingga terasa lebih organik dan dibuat dari tangan. Bentuk *transitional* dan *modern* terasa lebih abstrak dan tidak organik, sehingga terlihat lebih terorganisir dan bersih. Dengan mencari karakteristik *typeface* dimana desainer dapat membedakan *typeface* untuk fungsinya masing-masing.

2.5.2.2. *Legibility vs readability*

Menurut Ellison (2006), *legibility* dihubungkan dengan bentuk teksnya, dimana seseorang dapat membedakan satuan karakter atau alfabet dalam sebuah *font*, dan *readability* merupakan seberapa jelasnya dan mudahnya sebuah bait teks untuk dibaca dalam penempatannya. Banyak faktor yang dapat mengubah *legibility* dan *readability* sebuah teks, seperti pilihan *font*, ukuran, warna, penggunaan ruang, dan penempatan teks tersebut dalam ruang itu. (hlm. 42)

2.5.2.3. Penggunaan tipografi berdasarkan volume

Landa (2014) mengatakan bahwa tipografi dan pemilihan *font* harus disesuaikan dengan konsep dan berapa banyak konten teks yang ada dengan rasio gambar. (hlm. 53)

1. Jika konten berat dalam teks, maka teks secara alami harus diprioritaskan keterbacaannya, atau *legibility* dan *readability*, dengan

family font yang berbagai macam, untuk membantu dalam penciptaan *unity*.

2. Jika konten teks dan gambar sama, maka *typeface* yang digunakan harus tinggi dalam *readability*, dan juga cocok dengan konten dan gambar, agar pembaca dapat mudah membaca konten teks tersebut sambil menikmati gambar dalam halaman.

3. Jika konten berat dalam gambar, maka *typeface* yang digunakan harus tinggi dalam *legibility*, karena kecenderungan konten yang berat dalam gambar berupa media *display* yang memerlukan pembaca untuk membaca dengan cepat.

2.5.3. Media dan Spesifikasi

Rustan menjelaskan bahwa setelah melakukan proses konsep desain, seorang desainer akan menentukan media dan spesifikasi yang akan digunakan, sesuai dengan konsep desain.

2.5.4. *White Space*

Soegaard (2019) mengatakan bahwa *white space* merupakan sebuah area kosong diantara berbagai elemen desain, yang juga melingkupi area kosong antar teks. *White space* tidak harus menggunakan warna putih, dan bisa berupa pola, warna lain, tekstur, atau gambar *background*.

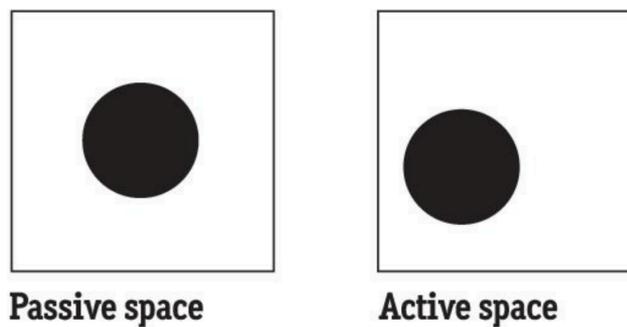
2.5.4.1. Fungsi *white space*

Menurut Soegaard, fungsi *white space* ditujukan untuk menyeimbangkan desain dan mengorganisir konten agar meningkatkan pengalaman

komunikasi visual. Selain itu, *white space* juga dapat memberikan fokus dan perhatian kepada elemen desain atau teks.

2.5.4.2. *Active dan passive white space*

Menurut Coates (2014), *active white space* didefinisikan sebagai "sebuah ruang yang dikosongkan secara sengaja untuk struktur visual dan *layout* yang lebih baik.", dan *passive white space* adalah "sebuah ruang yang mengelilingi sebuah halaman sebagai sebuah hasil sisa dari proses *layouting* (hlm. 3-4).



Gambar 2.12. *Passive White Space dan Active White Space.*
(<https://pbs.twimg.com/media/DIsTUIk4AA1vox?format=jpg&name=medium>, 2018)

2.5.4.3. *Jenis active white space*

Soegaard (2019) memisahkan *active white space* menjadi dua: *macro white space* dan *micro white space*.

1. *Macro white space* adalah ruang yang besar diantara elemen desain besar yang lainnya, serta dengan ruang yang mengelilingi *layout* desain. Secara keseluruhan, *macro white space* sangat mudah untuk diketahui, dan berfungsi sebagai wadah untuk desainnya.

2. *Micro white space* merupakan ruang yang kecil diantara elemen desain, yang termasuk jarak antar garis teks, atau sela diantara dua gambar yang berdekatan. *Micro white space* ini berkorelasi besar dengan *legibility* dan *readability* dalam konten, karena akan pengaruh besar kepada kecepatan dan kemampuan komprehensif pembaca.

2.5.4.4. Psikologi *white space*

Secara psikologis, Soegaard (2019) mengatakan bahwa *white space* dapat memberikan "ruang nafas" untuk pembaca agar tidak terasa kewalahan dengan elemen desain dan teks yang padat dan penuh. Selain itu, *white space* juga membantu memberi efek ketenangan bagi pembaca sebagai efek dari kebersihan *layout* yang dihasilkan oleh *white space* tersebut.

2.6. *Grid Layout*

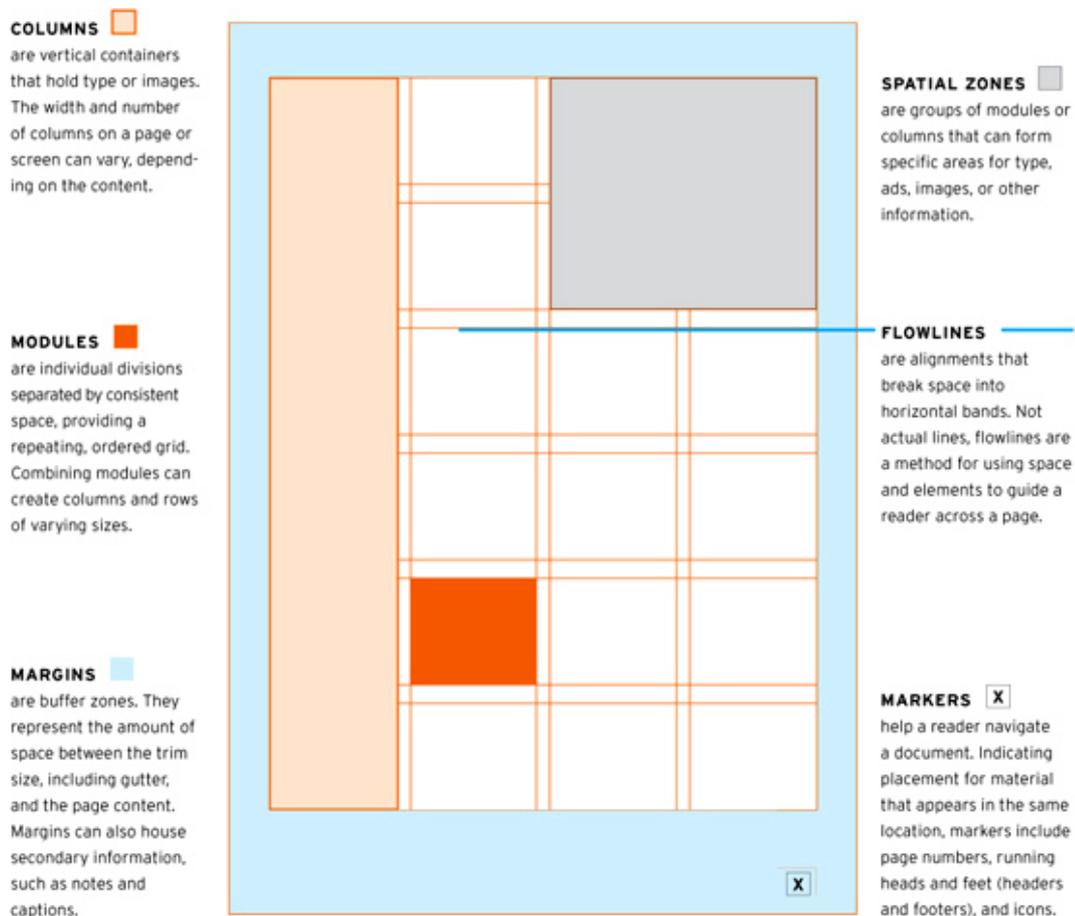
Menurut Tondreau (2008, hlm. 8), sebuah *grid* berfungsi untuk "mengorganisir ruang dan informasi untuk pembaca dan memetakan sebuah rencana untuk keseluruhan projeknya."

2.6.1. Komponen *grid*

Tondreau (2008, hlm. 10) memisahkan komponen *grid* menjadi enam bagian, dimana ada:

1. *Column*, yaitu bagian area vertikal yang menampung teks dan gambar. Ukuran lebar dan jumlah *column* bisa berbeda sesuai dengan konten.
2. *Modules*, yaitu area tersendiri yang dipisahkan oleh ruang yang konsisten, yang menyediakan sebuah *grid* yang rapi dan berulang. Menggabungkan *module* dapat menciptakan berbagai macam ukuran *column* dan baris.

3. *Margins*, yang merupakan ruang *buffer* dimana *margin* merepresentasikan ruang yang diantara *trim size*, termasuk *gutter*, dan konten halaman. *Margin* juga dapat menyediakan tempat untuk informasi sekunder, seperti nota dan *caption*.
4. *Spatial zones*, yaitu sekelompok *module* atau *column* yang dapat menciptakan area spesifik untuk teks, iklan, gambar, atau informasi lain.
5. *Flowlines*, yaitu garis tak terlihat yang merupai sebuah metode untuk mengguakan ruang dan elemen untuk menggiring pembaca mengenai alur baca dalam halaman.
6. *Markers*, yaitu sebuah elemen yang membantu pembaca bernavigasi dalam sebuah dokumen. *Markers* juga merupai sebuah peletakan untuk material yang muncul dalam lokasi yang sama, seperti nomor halaman, *header* dan *footer*, dan lain lain.



Gambar 2.13. Komponen *Grid*.

(<https://www.oreilly.com/library/view/layout-essentials/9781592534722/images/>, 2009)

Samara (2014) menambahkan bahwa komponen dari sebuah grid dapat diubah, ditambah, atau dihapus sesuai dengan kebijaksanaan dan keperluan desainer tersebut. (hlm. 247)

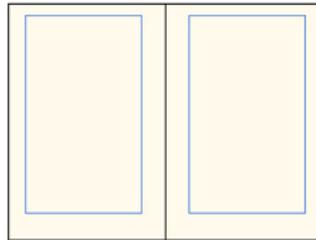
2.6.2. Penggunaan *Grid Layout*

Tondreau melanjutkan bahwa elemen yang ingin dimasukkan dan konten akan mempengaruhi struktur dari *grid*. Untuk teks yang banyak, *single-column grid* biasanya digunakan untuk *artbook* dan katalog, dimana *multi-column grid* menekankan ke fleksibilitas kepada konten yang rumit, sehingga sering digunakan untuk *website*. *Modular grid* digunakan untuk informasi yang banyak, seperti

koran, agar dapat membagi informasi menjadi sesuatu yang mudah untuk diproses pembaca (hlm. 12).

2.6.2.1. *Single-column grid*

Lupton (2010, hlm. 178) mengatakan bahwa *single-column grid* adalah *layout grid* yang paling sederhana, karena hanya berupa kolom teks yang ditutup oleh margin. Biasa *single-column grid* hanya digunakan untuk buku yang hanya berisi teks.

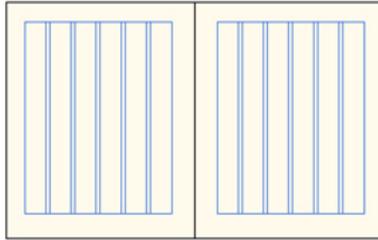


Gambar 2.14. *Single-column Grid*.

(<https://www.bookdesignmadesimple.com/wp-content/uploads/2018/10/>, 2018)

2.6.2.2. *Multi-column grid*

Lupton (2010, hlm. 180) menjelaskan bahwa *multi-column grid* memiliki fleksibilitas yang lebih tinggi dibanding dengan *single-column grid* sambil mempertahankan organisasi *layout* dalam halaman. *Multi-column grid* juga dapat digunakan untuk memperkuat hierarki baca dengan memisahkan tempat untuk konten yang berbeda. Dengan alasan fleksibilitas yang tinggi, *multi-column grid* bisa mengintegrasikan gambar sambil mempertahankan integritas *grid*-nya. *Column* yang dapat dipisah menjadi dua akan menciptakan lebih banyak fleksibilitas.

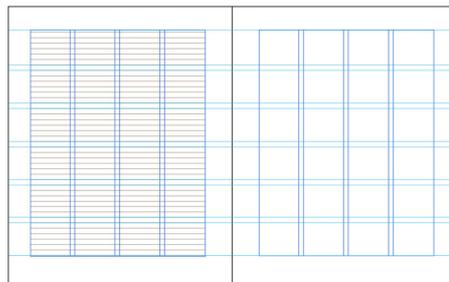


Gambar 2.15. *Multi-column Grid*.

(<https://www.bookdesignmadesimple.com/wp-content/uploads/2018/10/>, 2018)

2.6.2.3. *Modular grid*

Menurut Lupton (2010, hlm. 194), *modular grid* memiliki perpisahan vertikal dan juga horizontal. Area kotak tersebut yang akan menjadi dasar utama dari *layout* halaman. Dengan berbagai macam kombinasi dari vertikal dan horizontal, kemungkinannya tidak terbatas. *Modular grid* memiliki fleksibilitas tertinggi dari ketiga *grid*, namun juga memiliki resiko *grid*-nya menjadi terlalu kacau sehingga terlihat berantakan.



Gambar 2.16. *Modular Grid*.

(<https://www.bookdesignmadesimple.com/wp-content/uploads/2018/10/>, 2018)

2.6.3. Prinsip *Layouting* dengan *Grid*

2.6.3.1. Kalkulasi ukuran dalam *layout*

Tondreau mengatakan bahwa untuk menemukan ukuran dalam *layout*, harus dipertimbangkan konten teks atau gambar yang akan didalam

halaman tersebut. Setelah menemukan ukuran halaman yang digunakan, maka diberikan sebuah estimasi untuk memasukkan gambar, teks, kotak, atau *chart*, dan bagaimana elemen itu dapat muat ke dalam halaman tersebut. (hlm. 13)

2.6.3.2. Mudahkan kenyamanan membaca untuk pembaca

Tondreau menambahkan bahwa meskipun ukuran penting, ruang yang diberikan untuk kenyamanan membaca untuk pembaca juga sama pentingnya. *Heading* dan juga *sub-heading* juga diperbolehkan untuk diubah sedikit gayanya untuk memisahkan materi, tetapi hindari yang terlalu ekstrim agar tidak membingungkan. Sebagai tambahan, pisahkan konten menjadi beberapa segmen agar lebih mudah untuk di *skim* saat membaca. (hlm. 14)

2.6.3.3. Komunikasi dengan ruang

Tondreau percaya bahwa ruang menciptakan fokus kepada sebuah elemen karena ruang kosong menandakan kepentingan dan drama. Selain itu, ketiadaan elemen lain juga menambah estetika kepada halaman itu. (hlm. 18)

2.6.3.4. Pemilihan palet warna

Dengan menggunakan warna palet yang terbatas, pesan di halaman tersebut akan terlihat lebih terfokus dan lebih terlihat rapi. Penggunaan warna akan berbeda tergantung dengan konten yang disajikan. (Tondreau, hlm. 84)

2.6.3.5. Warna sebagai informasi

Tondreau menjelaskan bahwa warna dapat menjadi bagian utama dari sebuah layout sebagai bagian utama. Tujuan tersebut adalah untuk memberi waktu istirahat bagi pembaca. Warna dapat menjadi elemen dominan dengan mengurangi teks di dalam halaman. (hlm. 86)

2.6.3.6. Warna di tipografi

Warna yang cukup dapat memberi penekanan kepada teks sebagai simbol prioritas dalam hierarki layout. (Tondreau, hlm. 92)

2.6.3.7. Prioritas gambar

Menurut Tondreau, sebuah gambar di halaman beda akan menunjuk fokus penuh kepada ilustrasi dan gambar yang diutamakan, karena akan mengurangi distraksi yang dari elemen lain. (hlm. 138)



Gambar 2.17. Prioritas Gambar
(https://mir-s3-cdn-cf.behance.net/project_modules/disp/, 2013)

2.6.3.8. Fluiditas

Tondreau percaya bahwa sebuah desain yang terstruktur memiliki fondasi yang kuat, meskipun kerangka *layout* tidak terlihat secara langsung. (hlm. 146)

2.6.3.9. Penggunaan *silhouette*

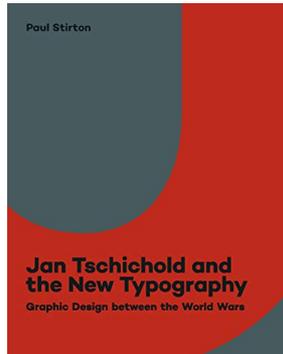
Penggunaan *silhouette* akan menghindari layout menjadi terlalu kaku. Tondreau mengatakan bahwa sebuah *silhouette*, atau disebut *silo*, adalah sebuah gambar tanpa *background*. Sebuah *silo* bisa menggunakan bentuk sederhana, atau organik. (hlm. 152)

2.6.3.10. Pesan dalam gambar

Menurut Tondreau, sebuah gambar dapat dimasukkan ke *grid* sebesar mungkin dan dibiarkan begitu saja sebagai sebuah solusi untuk menjelaskan suatu pesan. (hlm. 170)

2.6.3.11. *Supergraphics*

Tondreau mendefinisikan sebuah *supergraphic* sebagai sebuah gambar yang skala besar. Tondreau meyarankan untuk menggunakan *size*, *weight*, dan *value* yang berbeda untuk menciptakan *layout* yang lebih dinamis. (hlm. 190)



Gambar 2.18. *Supergraphic* dalam Cover Buku *Jan Tschichold and the New Typography* (<https://images-na.ssl-images-amazon.com/images/I/310V2ZEslUL.jpg>, 2019)

2.7. Psikologi

Feldman (2009) mendefinisikan psikologi sebagai sebuah pengertian dan pembelajaran mengenai sikap dan cara kerja proses mental. (hlm. 5)

2.7.1. Psikologi Sosial

Psikologi sosial adalah sebuah pengertian tentang bagaimana pemikiran, perasaan dan perlakuan seseorang berdampak dari orang lain dan lingkungannya. (Feldman, hlm. 7)

2.7.2. Hierarki *Maslow*

Menurut Feldman, Hierarki *Maslow* merupakan sebuah gambaran dan tahapan tentang kebutuhan seseorang. Untuk mencapai tahap yang diatas, seseorang harus memenuhi kebutuhan yang berada dibawahnya. Urutan tahapan dari paling bawah ke paling tinggi adalah: kebutuhan fisiologikal, kebutuhan keamanan, cinta dan rasa dibutuhkan, harga dan kepercayaan diri, dan aktualisasi diri. (hlm. 293)



Gambar 2.19. Piramida Hierarki *Maslow*
 (<https://uploads-ssl.webflow.com/597a19b9de2213000150aecc>, 2017)

2.7.3. Stres

Feldman mendefinisikan stres sebagai respons tubuh saat ada situasi, fenomena atau kondisi yang dapat mengancam, menantang, atau memberi tekanan ke seseorang, atau bernama *stressors*. (hlm. 417)

2.7.3.1. Kategori *Stressors*

Feldman mengategorikan *stressors* menjadi 3 kategori besar, yaitu kejadian bencana, *stressors* pribadi, dan *background stressors*. Berbeda tipe *stressors* akan menghasilkan berbeda tingkatan stres. (hlm. 418-419)

a. Kejadian bencana

Kejadian bencana adalah tipe *stressors* yang kuat yang cenderung berdampak kepada banyak orang pada waktu yang sama, contohnya seperti tsunami, serangan teroris, atau kecelakaan besar. Majoritas dampak dari *stressors* kejadian bencana tidak berjangka panjang. (Feldman, hlm. 418)

b. Stressors pribadi

Feldman mendefinisikan *stressors* pribadi sebagai kejadian dalam hidup yang memberi dampak besar pada kehidupannya, seperti meninggalnya keluarga dekat, atau kehilangan kerja, atau tidak lulus di perkuliahan. Kebanyakan dari dampak *stressors* pribadi akan berkurang seiring waktu. (hlm. 418)

1.) Posttraumatic Stress Disorder (PTSD)

Orang yang telah mengalami dampak *stressors* yang besar dapat mengalami *posttraumatic stress disorder*, dimana seseorang akan mengalami stres yang sangat berat dalam jangka waktu yang lama, yang termasuk kilas balik atau mimpi yang jelas mengenai kejadiannya. Sebuah episode PTSD dapat kambuh dengan adanya stimulus dari kehidupan sehari-hari, seperti klakson sebuah mobil. (Feldman, hlm. 418)

c. Background stressors

Background stressors adalah masalah kecil yang menyebarkan di kehidupan sehari-hari, seperti macet, dan mengantri panjang. Salah satu tipe *background stressors* adalah masalah yang berjangka lama, seperti ketidakpuasan dengan hubungan atau ketidaknyamanan saat kerja. (Feldman, hlm. 419)

2.7.4. Learned Helplessness

Menurut Feldman, *learned helplessness* adalah suatu konklusi dimana seseorang sadar dia tidak dapat mengendalikan faktor di lingkungannya dan pasrah. Dalam kondisi ini dia akan berhenti untuk menyelesaikan masalahnya, meskipun dia sebenarnya dapat memberi dampak pada situasi tersebut. Penderita *learned*

helplessness akan merasakan gejala fisik yang lebih sering dan rentan untuk jatuh depresi. (hlm. 425)

2.7.5. Luka Emosional

Bolger (1999) mendefinisikan luka emosional sebagai sebuah perasaan hancur yang menyangkut sebuah rasa luka, kehilangan diri, dan kesadaran berlebih terhadap sisi negatifnya.

2.7.6. *Id, Ego, dan Superego*

Freud (1960) mendefinisikan *id*, *ego*, dan *superego* sebagai 3 faktor utama dalam kondisi mental seseorang, yang berkembang pada tahap yang berbeda.

2.7.6.1. *Id*

Freud (1960) mendefinisikan *id* sebagai keinginan primitif dan insting seorang manusia, seperti makan, tidur, dan lain lain. *Id* merupakan sesuatu yang bawah sadar dan impulsif, dan biasanya bayi hanya memiliki *id* dalam neraca mentalnya. *Id* bertujuan untuk menyelesaikan semua masalahnya dengan instan tanpa peduli atas konsekuensinya.

2.7.6.2. *Ego*

Freud mendefinisikan *ego* sebagai *id* yang telah terpengaruhi oleh dunia luar, dan diciptakan sebagai penengah untuk *id* yang tidak realistis dan dunia luar. *Ego* juga merupakan bagian yang mengambil keputusan, dan beroperasi sesuai dengan realita atau logis. Contoh *ego* adalah moral dan etika yang berada di dalam pikiran seseorang saat mengambil keputusan.

2.7.6.3. *Superego*

Menurut Freud (1960), *superego* adalah bagian campuran dari peraturan masyarakat dan eksternal yang juga berfungsi sebagai sebuah batasan untuk *id*. *Superego* berfungsi untuk menjaga kemauan implusif *id* yang masyarakat tidak perbolehkan, seperti seks dan agresi, biasanya dengan perasaan bersalah. *Superego* mencoba untuk meyakinkan *ego* untuk mengincar tujuan yang lebih perfeksionis dan moralistik dibanding yang realistik.

2.7.7. *Identity versus Confusion*

Erikson (1994) mengatakan bahwa pada tahap *identity versus confusion* melingkupi usia remaja akhir hingga dewasa muda, dan merupakan salah satu tahap terpenting pada hidup seseorang. Pada tahap ini, seseorang akan mencari kemandirian dan mulai sadar atas citra diri sendiri. Remaja atau dewasa muda yang mendapatkan dukungan dan semangat serta kemandirian atas eksplorasi diri akan memiliki citra diri yang kuat.

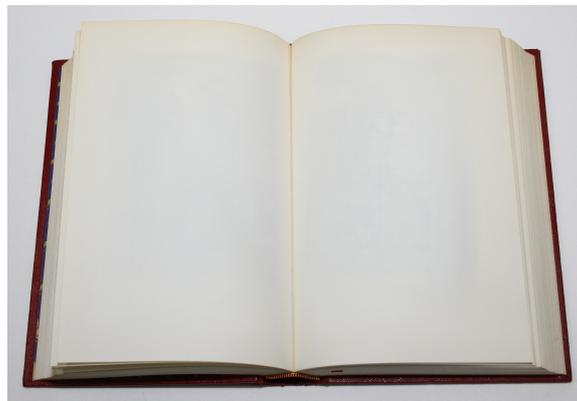
2.7.7.1. *Ego identity*

Ego identity diberikan tekanan oleh Erikson (1994) karena perkembangan *ego identity* dengan berinteraksi sosial adalah tengah fokus dari *identity vs confusion*. Menurut Erikson, *ego identity* akan terus berubah seiring bertambahnya pengalaman dan informasi, dan secara seluruhnya membentuk kepercayaan, moralitas, dan kepribadian seseorang hingga usia tua.

2.8. Buku

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, sekelompok kertas yang dijilid merupakan definisi sebuah buku. (<https://kbbi.web.id/buku>, diakses 16 Mei 2019.)

Menurut Turow (2017), industri buku dapat dibagi kasar menjadi 2, yaitu *educational and professional books*, dan *consumer books*. (hlm. 197)



Gambar 2.20. Buku

(https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/3/37/Empty_book.jpg, 2011)

2.8.1. *Educational and Professional Books*

Turow (2017) mengatakan bahwa buku edukasi dan profesional digunakan untuk *training*. Banyak buku edukasi dan profesional menggunakan fitur tambahan seperti merekap bab, latihan, dan diskusi sebagai cara pengajarannya. Contoh buku *educational* dan *professional* berupa *textbook*, buku latihan ujian, buku referensi, dan lain lain. (hlm. 197)

2.8.2. *Consumer Books*

Turow mendefinisikan buku konsumen sebagai buku yang ditujukan untuk umum, dan ditargetkan untuk pembaca diluar pekerjaannya atau edukasinya. Buku sains, sejarah, religi, resep, dan etika termasuk buku konsumen karena cara pengajarannya yang *non-formal*. Buku lainnya yang bersifat non-edukasi juga

termasuk didalam buku konsumen. Menurut Association of American Publishers (dikutip oleh Turow), buku konsumen dapat dibagi menjadi 6 kategori besar: *trade*, *mass market paperback*, *religious*, *book club*, *mail-order*, *scholarly*, dan *subscription reference*. (hlm. 197-198)

2.8.2.1. Trade books

Menurut Turow, *trade books* adalah buku umum, baik fiksi maupun non-fiksi, yang dijual kepada konsumen via toko buku *retail*, toko buku *online*, dan kepada perpustakaan. *Trade books* memiliki nomor penjualan tertinggi dibanding kategori yang lainnya. Pekerja toko buku biasanya memisahkan *trade book* lagi menjadi dua, yaitu *hardbound*, dan *paperbound*. (hlm. 198-199)

2.8.2.2. Mass market paperback

Turow menjelaskan bahwa *mass market paperback* merupakan buku *trade paperbound* yang berukuran lebih kecil. Buku *mass market paperback* ditujukan untuk dijual di *mass market outlets*, seperti *stand* koran, toko obat, *supermarket*, dan lain lain.

2.8.3. Keunggulan Buku

Keim (2014) mengatakan bahwa pembaca cenderung dapat mengingat dan mengerti buku kertas lebih baik dibanding dengan buku elektronik. Sebuah studi oleh Mangan, Brønnick, dan Walgermo (2013) membuktikan bahwa hasil komprehensif pembaca lebih efektif jika membaca buku kertas dibanding *e-book*. Keim melanjutkan bahwa membaca *online* atau *e-book* dapat menambah distraksi lain dan mengganggu pengalaman membaca.

2.9. Percetakan

Ambrose dan Harris (2016) membagikan tipe percetakan komersial menjadi empat: *offset lithography*, *web printing*, *letterpress*, dan *silk screen*, dimana semuanya berbeda dalam bentuk kualitas, harga, dan volume. (hlm. 152-155)

1. *Offset lithography* merupakan sebuah proses dimana bagian tinta dari plat percetakan dipindahkan, atau di *offset*, ke *roller* karet, yang akan ditempelkan kepada substrat. *Offset lithography* menghasilkan reproduksi fotografik yang sangat baik. Plat yang digunakan mudah untuk disiapkan, dan kecepatan percetakannya juga cukup baik, sehingga membuat *offset lithography* sebuah metode percetakan yang cukup murah.
2. *Web printing* menggunakan stok yang disediakan dengan bentuk *roll* dibandingkan dengan kertas individu. Meskipun *web printing* dapat digunakan bersamaan dengan *offset lithographic*, skala dan harga dari metode percetakan ini tidak disarankan untuk percetakan dengan volume yang kecil.
3. *Letterpress* merupakan sebuah metode percetakan relief dimana permukaan yang menonjol dan bertinta ditekan kepada sebuah substrat. *Letterpress* juga merupakan salah satu metode percetakan pertama dan menjadi sumber untuk berbagai metode percetakan lainnya. Alternatifnya berupa *rotogravure*, yang berupa versi yang lebih umum dan komersial dan digunakan untuk percetakan yang sangat besar.
4. *Screen printing*, atau sablon, merupakan metode percetakan dengan volume rendah dimana tinta yang kental melewati sebuah layar *silkscreen*

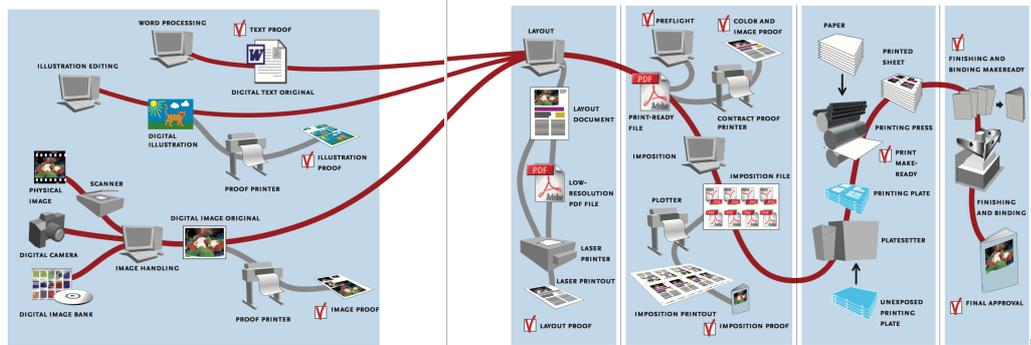
yang memegang sebuah desain kepada sebuah substrat. *Screen printing* merupakan metode percetakan yang mahal, pelan, dan volume rendah, namun *screen printing* dapat mencetak di berbagai macam permukaan, seperti kain, keramik, dan besi, sehingga menjadi sebuah metode yang fleksibel.

2.9.1. Tahap Percetakan Buku

Johansson, Lundberg, dan Ryberg (2011) membagi proses percetakan buku menjadi lima: teks dan gambar, *layout*, *pre-press*, *printing*, dan *finishing* dan *binding*. (hlm. 10-11)

1. Teks dan gambar merupakan bagian dimana gambar diproduksi, *scan*, digambar, atau didapatkan, dan dimana teks ditulis, diketik atau dicek.
2. *Layouting* merupakan proses dimana gambar dan teks disatukan, dan juga penciptaan PDF file dengan resolusi rendah sebagai *proofing* dan pengecekan dalam bagian *layouting* saja, bukan warna dan kualitas gambar.
3. *Pre-press* merupakan proses dimana sebuah file PDF resolusi tinggi diciptakan dan dicek dalam bagian. Selain itu, dalam tahap ini, plat untuk percetakan *offset* juga dibuat.
4. *Printing* merupakan proses dengan bantuan *printer* atau percetakan dimana kertas dipilih untuk percetakan bukunya. Buku dengan kertas yang berbeda juga akan menggunakan percetakan dan *printer* yang berbeda.
5. *Finishing* dan *binding* merupakan proses terakhir dimana kertas yang sudah dicetak akan dilakukan *treatment* pada permukaannya seperti

laminating, spot UV, dan lain lain. Pada tahap ini juga, kertas tersebut juga dijilid dan dilipat. Lalu buku yang selesai akan disiapkan untuk dikirim.



Gambar 2.21. *Flowchart* Percetakan Buku (Johansson, Lundberg & Ryberg, 2011)