



### **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. Perancangan**

##### **2.1.1. Elemen Desain**

Terdapat 3 jenis elemen desain (Landa, 2013, hlm. 19-26), yaitu:

###### **2.1.1.1. *Line/ Garis***

Garis merupakan tanda yang dibuat diatas sebuah media. Terkadang garis disebut juga sebagai titik bergerak atau *point* yang berarti ujung pensil yang bergerak membentuk suatu garis. Garis juga dapat diartikan sebagai kumpulan dari titik yang disatukan. Selain itu, sebuah garis dapat memandu mata audiens untuk mengikuti suatu arah. Beberapa jenis garis adalah sebagai berikut (Landa, 2013, hlm. 19):

###### **a. *Solid Line***

Sebuah garis tegas.

###### **b. *Implied Line***

Garis yang sebenarnya tidak berkesinambungan namun meninggalkan kesan berkesinambungan di mata audiens.

###### **c. *Edges***

Pertemuan atau perbatasan antar garis. Dapat disebut juga sebagai ujung dari sebuah garis.

###### **d. *Line of Visions/ Line of Movement/ Directional Line***

Garis yang meninggalkan kesan pergerakan di mata audiens.

### 2.1.1.2. *Shape/ Bentuk*

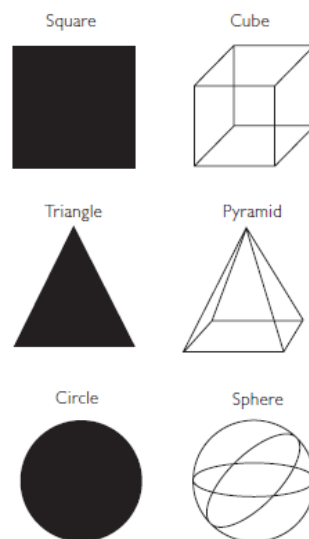
Inti luar dari suatu objek adalah bentuk. Bentuk dapat terdiri dari garis (*outline, contour*) atau warna, *tone* dan tekstur. Semua bentuk berasal dari 3 penggambaran dasar yaitu persegi, segitiga dan lingkaran (Landa, 2013, hlm. 20). Jenis bentuk adalah sebagai berikut:

a. *Figure/ Ground*

Merupakan hubungan dari bentuk figur dan latar diatas permukaan 2 dimensi. Secara visual, pikiran seseorang akan membagi suatu bentuk menjadi 2 yaitu figur (*positive shape*) dan latar/ *background (negative space)*.

b. *Typographic Shapes*

Huruf, angka, dan tanda baca tetap dikategorikan sebagai sebuah bentuk. Bentuk ini dapat berupa buatan digital maupun tradisional.



Gambar 2.1. *Basic Shape and Form*  
(Landa, 2013)

### 2.1.1.3. Color/ Warna

#### A. Jenis

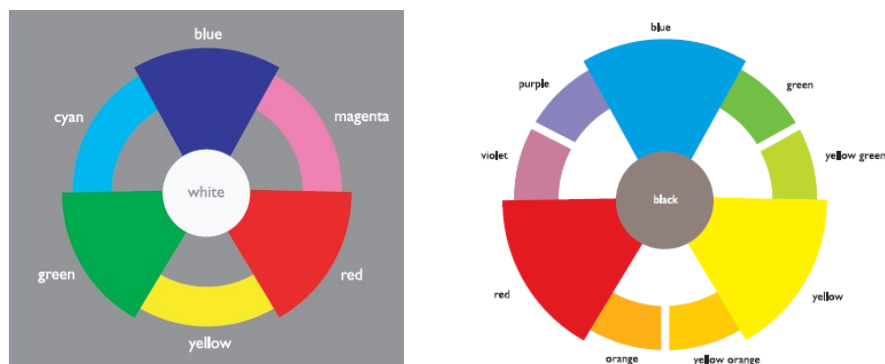
Warna, atau disebut dengan *primary colors* secara mendasar dibagi menjadi 2 (Landa, 2013, hlm. 23-24).

##### 1. *Additive Color System*

Merupakan warna cahaya yang terdiri dari *red*, *green*, dan *blue* (RGB).

##### 2. *Subtractive Color System*

Merupakan warna percetakan yang terdiri dari *cyan*, *magenta*, *yellow*, dan *black* (CMYK).



Gambar 2.2. *Additive and Subtractive Color System*

(Landa, 2013)

#### B. Elemen

Elemen warna dibagi menjadi 3 kategori (Landa, 2013, hlm. 23-26).

##### 1. *Hue*

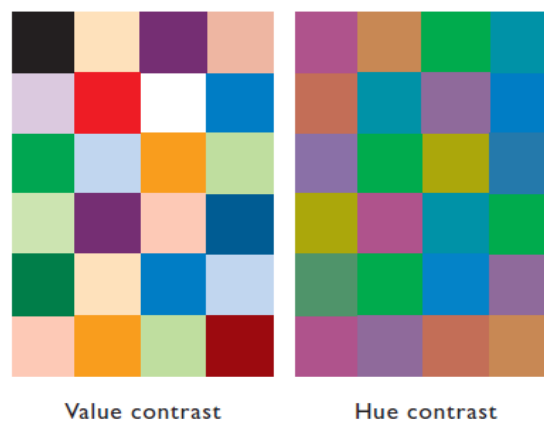
Merupakan nama dari warna, misalnya merah, hijau, dan lain-lain.

##### 2. *Value*

Merupakan tingkatan gelap atau terangnya suatu warna. Value terbagi lagi menjadi *shade*, *tone*, dan *tint*.

### 3. *Saturation*

Merupakan tingkat intensitas warna dari terang ke kusam.



Gambar 2.3. *Value and Hue*  
(Landa, 2013)

### C. Kombinasi Warna

Pemilihan warna harus disesuaikan dengan jenis *hue* apa yang cocok untuk menyampaikan pesan (Sherin, 2012, hlm. 96-103). Berikut merupakan beberapa kombinasi warna:

#### 1. *Light Colors*

Warna ini didasari oleh *shade* pucat (bahkan transparan) dan dapat memberikan keseimbangan pada warna cerah. *Light colors* baik digunakan sebagai warna latar maupun aksen.

#### 2. *Dark Colors*

*Dark colors* merupakan warna yang digunakan untuk menetralkan dan menyeimbangkan suatu komposisi dominan warna cerah,

sehingga terdapat warna hitam dalam komponen warna ini. Warna ini dapat memberikan *mood* dan *drama* bagi audiens.

### 3. *Bright Colors*

*Bright colors* merupakan warna yang berasal dari pigmentasi asli, tanpa ada campuran hitam maupun abu-abu. Warna ini cocok untuk menarik perhatian audiens namun terlalu banyak komponen dengan warna ini tanpa warna lain untuk menetralkan, akan mengurangi kemampuan audiens untuk membaca informasi yang ada.

### 4. *Pale Colors*

Disebut juga dengan *pastels*, warna ini merupakan perpaduan dari hue dengan lebih dari 65% warna putih. Warna ini biasanya dianggap kekanakan dan *feminine*.

### 5. *Hot Colors*

Warna ini didasari oleh *tones* yang memiliki unsur warna merah dan sering diasosiasikan sebagai hangat dan cerah.

### 6. *Cold Colors*

Warna ini didasari oleh *tones* dengan unsur biru dan cocok digunakan untuk transisi kepada latar, sebagai *highlight*, serta memberikan kesan kepercayaan.

### 7. *Neutrals*

Warna jenis ini terdiri dari *hue* dengan dominasi warna coklat atau abu-abu. Warna ini, jika digunakan secara tepat dan efektif, dapat membantu mengarahkan audiens dalam memahami suatu informasi

karena dapat menekankan informasi. Selain itu, warna ini cocok untuk memberikan kesan ketenangan dan *peaceful* kepada audiens.



Gambar 2.4. Kombinasi Warna (Kiri-Kanan: *Light, Dark, Bright, Pale, Hot, Cold, Neutral*)  
(Sherin, 2012)

#### D. *Color Meanings*

Warna memiliki artinya masing-masing karena mata dan otak manusia menerjemahkan warna secara mental, fisik dan emosional. Sebuah warna dapat memiliki asosiasi, *cultural reference*, makna positif dan negatif oleh sebab itu, sebelum memulai desain, hendaknya seorang desainer mencari arti dari warna yang bersangkutan (Morioka dan Stone, 2008, hlm. 24-31).

Tabel 2.1. Arti Warna

| No. | Warna  | Asosiasi                                  | Positif   | Negatif   |
|-----|--------|---|---|---|
| 1   | Merah  | Api<br>Darah                              | Energi<br>Antusiasme<br>Kekuatan<br><i>Exitement</i><br>Semangat                            | Marah<br><i>Agression</i><br>Revolusi<br>Pertengkaran<br><i>Cruelty</i>             |
| 2   | Kuning | <i>Sunshine</i>                           | Kepintaran<br>Kebijaksanaan<br>Optimisme<br>Cahaya<br>Kegembiraan                           | <i>Cowardice</i><br><i>Caution</i><br><i>Jealousy</i>                               |
| 3   | Biru   | Langit<br>Laut                            | Ilmu<br>pengetahuan<br>Kecerdasan<br>Kedamaian<br><i>Masculinity</i><br><i>Loyalty</i>      | Depresi<br><i>Coldness</i><br><i>Apathy</i>   |
| 4   | Hijau  | Tumbuhan<br>Natural<br><i>Environment</i> | Uang<br><i>Fertility</i><br>Pertumbuhan<br><i>Healing</i><br>Sukses<br>Alam<br><i>Youth</i> | Keserakahan<br><i>Envy</i><br><i>Poison</i><br><i>Nausea</i><br><i>Inexperience</i> |
| 5   | Ungu   | <i>Royalty</i><br><i>Spiritually</i>      | Kemewahan<br>Kebijaksanaan<br>Imajinasi<br>Inspirasi<br>Kekayaan<br><i>Nobility</i>         | <i>Madness</i><br><i>Cruely</i>   |



|   |        |                                |  |  |
|---|--------|--------------------------------|--|--|
| 6 | Oranye | <i>Autumn</i><br><i>Citrus</i> | Kreativitas<br>Kesegaran<br>Keunikan<br>Energi<br><i>Vibrancy</i><br>Stimulasi<br>Aktivitas                                  | <i>Trendiness</i><br><i>Loudness</i>   |
| 7 | Hitam  | <i>Night</i><br><i>Death</i>   | Kekuatan<br>Wewenang<br>Elegan<br>Formalitas<br>Misteri<br>Keseriusan<br><i>Dignity</i><br><i>Solitude</i>                   | <i>Fear</i><br>Negativitas<br>Kejahatan<br><i>Mourning</i><br>Kekosongan<br><i>Heaviness</i> |
| 8 | Putih  | <i>Light</i><br><i>Purity</i>  | Pernikahan<br>Kesempurnaan<br><i>Cleanliness</i><br><i>Innocence</i><br><i>Softness</i><br><i>Simplicity</i><br><i>truth</i> | Isolasi<br>Kerapuhan   |
| 9 | Abu    | Netral                         | Keseimbangan<br><i>Security</i><br><i>Classisim</i><br>Kedewasaan  | Ketidakpastian<br>Usia tua<br><i>Moodiness</i><br><i>Sadness</i><br>Kebosanan                |

## E. Warna Pada *Make-up*

Saat menciptakan konsep *make-up* yang ekspresif, khususnya dalam menciptakan karakter, perlu mempertimbangkan efek psikologis dari warna. Perlu diperhatikan bahwa warna pada *make-up* harus disesuaikan dengan usia, fitur wajah dan keperluan.

Warna dapat memancing emosi seseorang. Sebagai contoh, *cool colors* diasosiasikan dengan rileks dan ketenangan serta dikaitkan dengan air dan langit. *Warm colors* di sisi lain diasosiasikan dengan energi dan intensitas serta dikaitkan dengan api dan matahari.

Perasaan yang muncul ini sangat efektif dalam menyampaikan pesan yang dimaksud (Middleton, 2018, hlm. 130).

**RED** - energy, passion, love, strength, power, intensity, aggression, violence  
**PINK** - sensitivity, delicateness, love, sweetness  
**ORANGE** - energy, creativity, friendliness, happiness, excitement, courage  
**YELLOW** - cheerfulness, positivity, uplifting, happiness, optimism, joy  
**GREEN** - hope, nature, harmony, tranquility, growth, freshness, life, envy  
**TURQUOISE** - peace, balance, creativity, calmness, healing, uplifting  
**BLUE** - calmness, trust, comfort, relaxation, loyalty, wisdom, tranquility, coldness  
**PURPLE** - spirituality, serenity, fantasy, royalty, mystery, luxury, calmness, peace  
**BROWN** - conservativeness, earthiness, reliability  
**GREY** - balance, practicality, neutrality, dullness  
**WHITE** - cleanliness, purity, peacefulness, innocence, virtuousness  
**BLACK** - drama, tradition, formality, intelligence, power

Gambar 2.5. Asosiasi Warna pada *Make-up*  
(Middleton, 2018)

### 2.1.2. Prinsip Desain

Terdapat 5 prinsip dari desain (Landa, 2013, hlm. 29-36).

### 2.1.2.1. *Balance/ Keseimbangan*

Desain yang seimbang akan terlihat harmonis. Keseimbangan dibagi menjadi 3 kategori (Landa, 2013, hlm. 30).

#### a. *Symmetry*

Merupakan keseimbangan yang dihasilkan antar elemen visual yang direfleksikan satu sama lain.

#### b. *Asymmetry*

Asimetris dihasilkan dari menyeimbangkan satu elmen dengan elemen lainnya tanpa merefleksikan elemen tersebut.

#### c. *Radial Balance*

Dihasilkan dengan menggabungkan simetris horizontal dan vertikal.



Gambar 2.6. Jenis Simetris

(Landa, 2013)

### 2.1.2.2. *Visual Hierarchy*

Merupakan prinsip untuk mengorganisasikan informasi yang ingin disampaikan. Prinsip ini mengarahkan audiens dengan cara meletakkan semua elemen grafis sesuai dengan *emphasis/* penekanan yang dituju sehingga audiens dapat menangkap informasi secara runtut sesuai dengan keinginan desainer (Landa, 2013, hlm. 33).

### **2.1.2.3. *Rhythm/ Irama***

Merupakan pola peletakkan suatu elemen visual yang dapat mengarahkan mata audiens. Irama dapat dicapai melalui repetisi dan variasi. Repetisi terjadi ketika satu atau lebih elemen visual diulang berkali-kali secara konsisten sedangkan variasi muncul ketika suatu elemen visual digantikan (sebagai contoh mengganti warna, jarak, dan lain-lain) sehingga terdapat modifikasi atau pemecahan pola (Landa, 2013, 35).

### **2.1.2.4. *Unity/ Kesatuan***

*Unity* muncul ketika semua elemen desain saling berhubungan membentuk suatu bentuk keseluruhan yang lebih besar. Dalam hal ini setiap elemen seakan-akan saling berkaitan (Landa, 2013, 36).

### **2.1.2.5. *Laws of Perceptual Organization***

*Laws of perceptual organization* dapat dikategorikan sebagai berikut (Landa, 2013, hlm. 36):

1. *Similarity*

Elemen yang sama akan dilihat sebagai berkelompok.

2. *Proximity*

Elemen yang berdekatan akan dikelompokkan.

3. *Continuity*

Elemen dapat mengarahkan atau menciptakan kesan pergerakan.

4. *Closure*

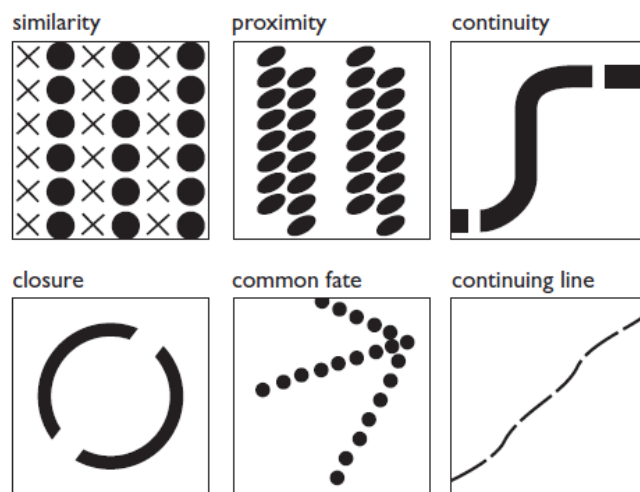
Elemen yang terputus akan dilihat sebagai elemen yang utuh.

5. *Common Fate*

Elemen yang bergerak ke arah yang sama akan terlihat sebagai satu kesatuan.

## 6. *Continuing Line*

Sebuah garis yang terputus akan terlihat sebagai pergerakan, bukan garis putus-putus.



Gambar 2.7. *Laws of Perceptual Organization*  
(Landa, 2013)

## 2.2. *Grid*

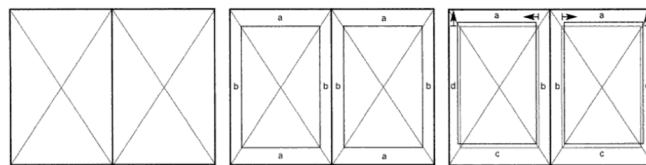
Penggunaan *grid* dalam sebuah buku membantu dalam menciptakan relasi diantara teks, gambar, maupun elemen lain dalam sebuah halaman sehingga pembaca dapat memusatkan perhatian kepada konten dibandingkan bentuk (Haslam, 2006: 42).

### 2.2.1. Menentukan *Grid*

Penentuan besar *grid* dapat dilakukan dengan beberapa metode (Haslam, 2006, hlm. 41-44).

### 2.2.1.1. *Common Proportions*

Proporsi ini didapatkan dari ukuran buku yang digambarkan dua garis diagonal yang membentuk x pada buku. Kemudian, tariklah sebuah persegi sampai bertemu dengan garis x tersebut. Halaman ini akan memiliki keempat *margin* dengan ukuran yang sama, sehingga desainer dapat melakukan perubahan pada posisi *text box* sesuai dengan kebutuhan (Haslam, 2006, hlm. 42).

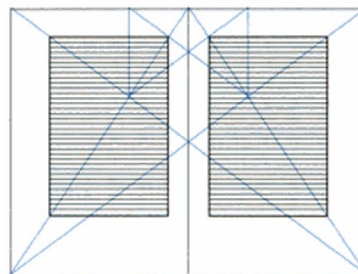


Gambar 2.8. *Grid Common Proportions*

(Haslam, 2006)

### 2.2.1.2. *Villard de Honnecourt*

Villard de Honnecourt membagi besar buku menjadi bentuk geometris yang sama besar. Bentuk ini dapat dibagi menjadi 9x9 maupun 12x12, bergantung dari materi atau kompleksnya isi buku. Dalam hal ini, *margin* pada buku ditentukan dari tinggi dan lebar dari unit. Pembagian ini dapat juga dilakukan pada format *landscape* (Haslam, 2006, hlm. 44).



Gambar 2.9. *Grid Villard de Honnecourt*

(Haslam, 2006)

## **2.2.2. Elemen**

*Grid* memiliki beberapa elemen yaitu (Graver dan Jura, 2012, hlm. 20-21):

### **2.2.2.1. Margins**

Merupakan area kosong diantara pangkal kertas dengan bagian konten.

### **2.2.2.2. Flowlines**

*Flowlines* merupakan garis yang berfungsi untuk mengarahkan pembaca dalam sebuah halaman. Garis ini membagi konten secara horisontal.

### **2.2.2.3. Columns**

Kolom merupakan bidang vertikal yang membagi halaman menjadi beberapa area untuk meletakkan konten. Besar kolom bergantung kepada banyaknya informasi yang ingin disampaikan.

### **2.2.2.4. Modules**

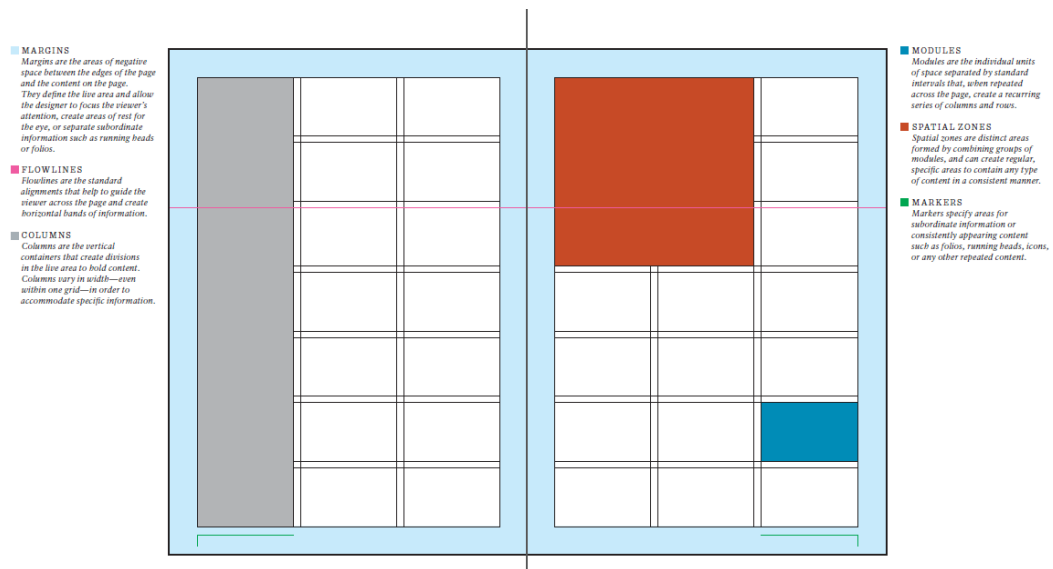
*Modules* adalah area yang dihasilkan oleh pertemuan *column* dan *rows*.

### **2.2.2.5. Spatial Zones**

*Spatial zones* merupakan gabungan dari *modules* yang digunakan untuk menyajikan konten.

### **2.2.2.6. Markers**

*Markers* merupakan area untuk meletakkan informasi tambahan seperti *folios*, *running heads*, *icon* dan informasi lain yang diulang-ulang.



Gambar 2.10. Elemen *Grid*

(Graver & Jura, 2012)

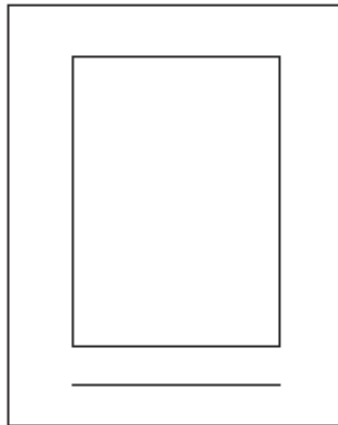
### 2.2.3. Struktur

Graver dan Jura (Graver dan Jura, 2012, hlm. 26-46) membagi *grid* menjadi 6 jenis yaitu:

#### 2.2.3.1. *Single-column or Manuscript Grids*

Merupakan jenis *grid* yang cocok untuk konten dengan banyak teks seperti buku atau *essay*. *Grid* ini merupakan bentuk paling sederhana karena bagian konten yang tidak terbagi, dengan kata lain menggunakan satu kolom. Dalam *grid* ini, teks menjadi perhatian utama dalam sebuah halaman atau *spread*. Ketika mengaplikasikan *grid* jenis *single-column* ini, penggunaan kombinasi gambar besar serta tipografi yang berbeda dapat membantu dalam membuat setiap halaman *fresh*, tidak terkesan sama (Graver dan Jura, 2012, hlm. 26).

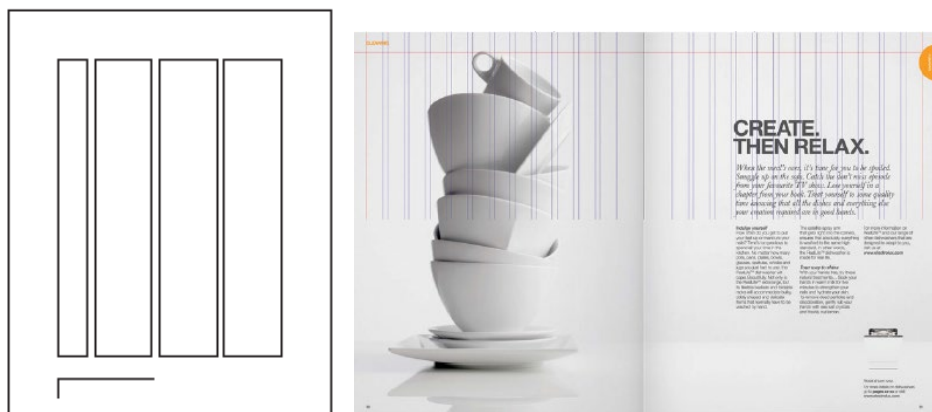




Gambar 2.11. *Single-column or Manuscript Grids*  
(Graver & Jura, 2012)

### 2.2.3.2. *Multicolumn Grids*

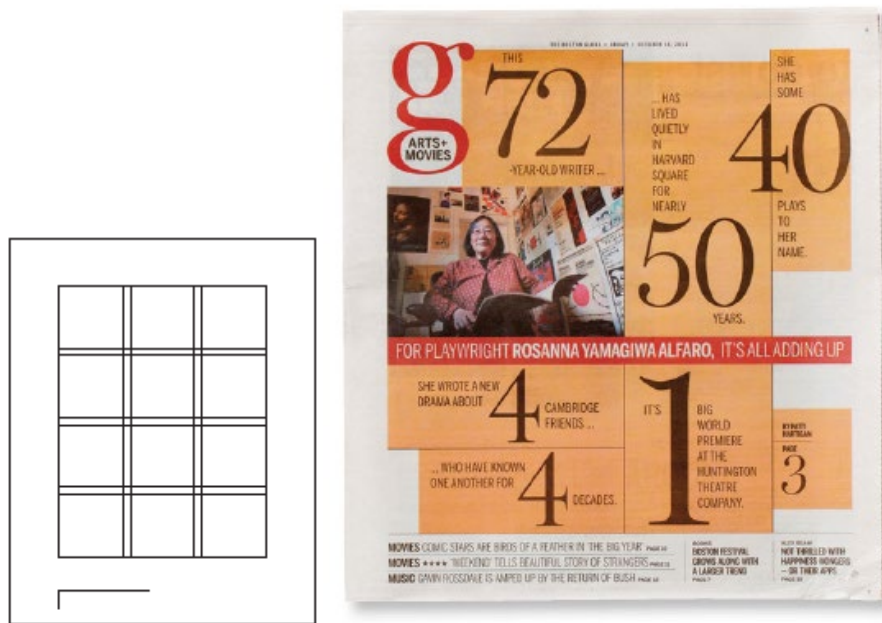
Merupakan jenis *grid* yang sangat fleksibel sehingga harus mempertimbangkan segala jenis susunan yang dapat dibuat. Kolom dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan. *Grid* ini cocok untuk buku dengan konten yang memiliki banyak material karena dapat mengorganisasi serta memudahkan proses komunikasi (Graver dan Jura, 2012, hlm. 28).



Gambar 2.12. *Multicolumn Grids*  
(Graver & Jura, 2012)

### 2.2.3.3. *Modular Grids*

*Modular grids* merupakan *grid* yang terdiri dari gabungan kolom dan baris. Kombinasi dari kolom dan baris ini menciptakan *modules*, yang merupakan area kecil untuk konten. *Modules* ini dapat digunakan secara vertikal maupun horizontal, sehingga memungkinkan untuk terciptanya berbagai macam kombinasi bentuk yang dibutuhkan atau diinginkan. *Grid* ini cocok untuk konten yang berisi material kompleks dengan berbagai macam ukuran seperti koran (Graver dan Jura, 2012, hlm. 32).



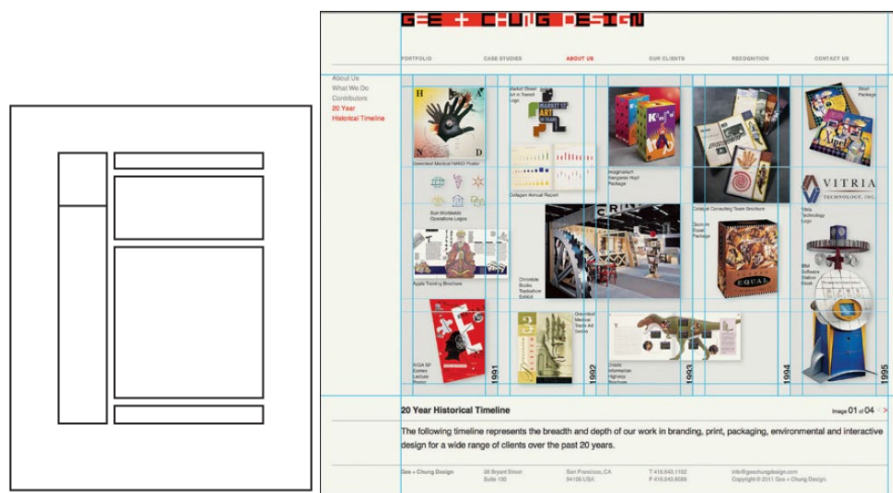
Gambar 2.13. *Modular Grids*  
(Graver & Jura, 2012)

### 2.2.3.4. *Hierarchical Grids*

*Grid* jenis ini menciptakan deretan atau area konten secara spesifik sehingga dapat menampilkan informasi sesuai hirarki atau struktur. Karena

itu, *grid* ini dapat mengarahkan audiens mengenai informasi yang ditampilkan secara organis dan lebih teratur.

*Hierarchical grid* menjadi jawaban ketika struktur regular dengan jarak yang sama dianggap tidak efisien. *Grid* ini cocok untuk menampilkan desain kemasan, poster dan *websites* (Graver dan Jura, 2012, hlm. 40).



Gambar 2.14. *Hierarchical Grids*

(Graver & Jura, 2012)

### 2.2.3.5. *Baseline Grids*

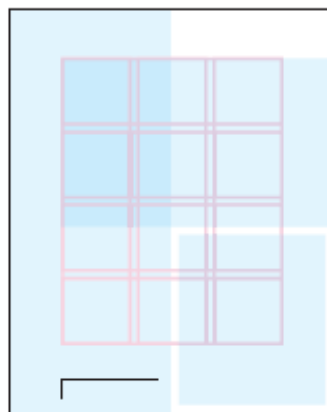
*Grid* ini menggunakan beberapa deret baris yang dibuat berdasarkan besar (ketinggian) jenis huruf yang ingin digunakan sehingga akan menciptakan deret elemen tipografi yang konsisten. *Baseline grid* memastikan bahwa segala jenis dan besar huruf yang digunakan sejajar dengan semua *gutters* (Graver dan Jura, 2012, hlm. 45).



Gambar 2.15. *Baseline Grids*  
(Graver & Jura, 2012)

#### 2.2.3.6. *Compound Grids*

Merupakan gabungan dari beberapa *grid system* menjadi satu kesatuan yang sistematis. Dalam *grid* ini, penggunaan struktur yang tumpang tindih dalam satu area dapat dilakukan untuk menciptakan variasi yang berbeda (Graver dan Jura, 2012, hlm. 46).



Gambar 2.16. *Compound Grids*  
(Graver & Jura, 2012)

## **2.3. Tipografi**

Tipografi merupakan penyusunan dan desain huruf dalam sebuah media. Dalam hal ini, sebuah *type* dapat berfungsi sebagai teks maupun pameran saja (*display*). Sebagai sebuah *display*, tipografi yang digunakan biasanya besar atau *bold*, sehingga menarik perhatian serta dominan, sedangkan sebagai sebuah teks, tipografi dapat berupa judul, *headlines*, dan lain-lain (Landa, 2013, hlm. 44).

### **2.3.1. Klasifikasi**

Klasifikasi dari huruf berdasarkan gaya dan sejarahnya adalah sebagai berikut (Landa, 2013, hlm. 47):

#### **2.3.1.1. Old Style/ Humanist**

*Old style* merupakan *roman style typefaces*. Karakteristiknya merupakan *strokes* dengan kontras yang rendah. Contoh: Caslon, Garamond, Times New Roman.

#### **2.3.1.2. Transitional**

*Transitional* merupakan huruf jenis *serif*, yang muncul sebagai transisi antara gaya lama dan *modern*, dengan memperlihatkan karakteristik kedua masa. Contoh: Baskerville dan Century.

#### **2.3.1.3. Modern**

*Modern* merupakan huruf jenis *serif* yang memperlihatkan perubahan kontras dari gaya lama. Karakteristiknya merupakan kontras dari *stroke* yang berbeda ekstrim. Contoh: Didot, Bodoni dan Walbaum.

#### **2.3.1.4. *Slab Serif***

Disebut juga sebagai *Egyptian, slab serif* merupakan jenis *serif typeface* yang memiliki karakter *stroke* dengan kontras rendah serta *slablike serif*. Contoh: Clarendon, Memphis, dan Typewriter.

#### **2.3.1.5. *Sans Serif***

*Sans serif* merupakan huruf dengan karakteristik tanpa *serif*. Jenis dari *sans serif* ini banyak, seperti *strokes* tipis, tebal, dan lain-lain. Contoh: Futura, Helvetica, Franklin Gothic.

#### **2.3.1.6. *Blackletter***

Disebut juga dengan *gothic*. Karakteristiknya yaitu *stroke* yang berat dilengkapi dengan huruf yang tinggi dengan lengkungan. Contoh: Textura typeface.

#### **2.3.1.7. *Script***

*Script* merupakan jenis *typeface* yang merepresentasikan tulisan tangan. Huruf biasanya menyambung, layaknya sebuah tulisan tangan. Contoh: Brush Script.

#### **2.3.1.8. *Display***

Jenis *typeface* ini biasanya dapat masuk dalam kategori lain karena merupakan *typeface* dalam ukuran besar untuk judul. Jenis ini memiliki kategori sendiri karena biasanya, huruf ini jika digunakan sebagai teks biasa (isi) akan lebih sulit untuk dibaca. Huruf jenis ini biasanya lebih fleksibel dan dekoratif dalam hal bentuk desain.



Gambar 2.17. Klasifikasi Huruf  
(Landa, 2013)

### 2.3.2. Menentukan *Type*

Terdapat beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan saat memilih dan mengombinasikan *typeface* (Strivzer, 2014, hlm. 74-81).

#### 2.3.2.1. *Design Goals*

Tujuan dari sebuah desain adalah sebagai *problem-solver*/ pemecah masalah, sehingga dalam perancangannya, tidak dapat disesuaikan dengan kemauan pribadi. Setiap proyek memiliki pendekatannya masing-masing, oleh sebab itu perlu memahami tujuan dari desain yang diciptakan. Setiap desain dengan beragam tujuan memiliki pendekatan huruf yang berbeda-beda (Strivzer, 2014, hlm. 74).

#### 2.3.2.2. *Identify the Audience*

Mengenali target dapat memudahkan dalam memilih dan mengombinasikan *typeface*. Faktor seperti usia, minat, dan demografi lainnya penting untuk diketahui. Perlu diingat bahwa *typeface* yang berbeda akan memikat target yang berbeda juga. Sebagai contoh, anak-anak akan tertarik pada *typeface* yang mudah dibaca dan kekanak-kanakan, sedangkan remaja akan tertarik pada *typeface* yang ekspresif.

Setelah mengetahui latar dari target, seorang desainer juga perlu memperhatikan seberapa banyak informasi yang akan diberikan dan informasi apa yang akan disampaikan kepada target (Strivzer, 2014, hlm. 75).

#### **2.3.2.3. *Type Color***

Warna dari *typeface* dapat ditentukan dari mengombinasikan warna *background* dengan teks yang diinginkan. Sebagai contoh, teks berwarna putih dengan *stroke* tipis tidak akan terlihat pada latar belakang hitam/gelap (Strivzer, 2014, hlm. 79).

#### **2.3.2.4. *Paper and Surface Consideration***

Jenis kertas dan *finishing* akan mempengaruhi dalam hasil dari cetakan *typeface*. Kertas yang bertekstur akan menghasilkan cetakan tulisan yang terlihat lebih tipis daripada permukaan yang berlapis. Hal tersebut dikarenakan permukaan yang berlapis seperti kaca dan plastik tidak menyerap tinta, sehingga cetakan akan terlihat lebih tebal.

Hal diatas perlu dipertimbangkan sesuai dengan keperluan masing-masing agar sesuai dengan hasil yang diinginkan (Strivzer, 2014, hlm. 81).

#### **2.3.2.5. *Printing Method***

Penggunaan teknik cetak *offset* atau *digital printing* dengan tinta biasa tanpa efek apapun akan menghasilkan cetakan yang mirip dengan *typeface* asli. Di sisi lain, seorang desainer perlu berhati-hati dalam menggunakan metode lain seperti *letterpress*, *embossing*, *metallic inks*, dan *screen*



*printing* karena hasil dari cetakan *typeface* dapat berbeda (Strivzer, 2014, hlm. 81).

#### **2.3.2.6. *Low-Resolution Environments***

Jika sebuah *type* akan digunakan pada media *low-resolution* seperti website, maka terdapat beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan yaitu ketebalan *stroke*, besar *counter*, dan bentuk. Sebagai contoh, *typeface* dengan *stroke* tipis, *counter* yang kecil dan bentuk yang tajam tidak akan terlihat optimal dalam resolusi rendah (Strivzer, 2014, hlm. 81).

#### **2.3.2.7. *Legibility & Readability***

*Legibility* dan *readability* merujuk pada kemudahan terbacanya sebuah teks dan *typeface*. *Legibility* mengacu pada desain dari desain *typeface* itu sendiri, sedangkan *readability* mengacu pada bagaimana *type* tersebut disusun.

*Legibility* ditentukan dari karakteristik desain sebuah *typeface*, yaitu *xheight*, bentuk, lebar, ketebalan, ukuran *counter*, dan *weight*. Hal inilah yang membedakan satu *typeface* dengan lainnya namun perlu diperhatikan bahwa tidak semua *typeface* di desain sebagai *legible* (Strivzer, 2014, hlm. 79).

*Readability* ditentukan dari beberapa faktor yaitu:

##### **A. *Type Size***

Sebelum menentukan ukuran huruf, eksplorasilah terlebih dahulu jenis huruf yang akan digunakan. Tentukanlah apakah huruf tersebut akan dijadikan sebagai *headline*, *sub-headline*, atau *body text*, atau bahkan

ketiga hal tersebut. Dalam hal ini, jarak baca dari teks yang akan disajikan penting untuk dipertimbangkan.

Beberapa *typeface* biasanya memiliki pedoman dalam ukuran yang optimal untuk disajikan, namun akan lebih baik jika seorang desainer melakukan eksperimen ukuran dari *typeface* tersendiri. Pengaturan ukuran dari *typeface* tidak bisa ditentukan secara mutlak karena setiap *typeface* memiliki karakteristik yang berbeda. Suatu pengaturan dapat memberi hasil yang optimal pada suatu *typeface* namun dapat saja tidak berlaku pada *typeface* lain (Strivzer, 2014, hlm. 136).

This typeface should not be  
set too small or the thins might  
break up when printed.

This typeface should not be set too small or  
the thins might break up when printed.

Gambar 2.18. Eksperimen dalam Besar Huruf  
(Strivzer, 2014)

#### B. *Line Spacing (Leading)*

*Leading* merupakan jarak vertikal antar baris dari *type*. Jarak ini dihitung dari ruang antar *baseline*. *Leading* yang terlalu dekat akan membuat teks sulit untuk dibaca sedangkan terlalu jauh juga tidak akan memudahkan untuk dibaca. Hampir semua perangkat lunak desain memiliki *automatic leading* dengan pengaturan 120% dari ukuran *point* suatu *type*. Hal ini

membantu dalam memberi gambaran besar *leading* yang diperlukan sehingga dapat disesuaikan dengan keperluan. *Leading* biasanya memiliki besar antara 2 *point* sampai dengan 5 *point* (Strivzer, 2014, hlm. 139).

But, though the bank was almost always with him,  
and though the coach (in a confused way, like  
the presence of pain under an opiate) was always  
with him, there was another current of impression  
that never ceased to run, all through the night.  
He was on his way to dig someone out of a grave.

But, though the bank was almost always with him,  
and though the coach (in a confused way, like  
the presence of pain under an opiate) was always  
with him, there was another current of impression  
that never ceased to run, all through the night.  
He was on his way to dig someone out of a grave.

But, though the bank was almost always with him,  
and though the coach (in a confused way, like  
the presence of pain under an opiate) was always  
with him, there was another current of impression  
that never ceased to run, all through the night.  
He was on his way to dig someone out of a grave.

Gambar 2.19. Pengaturan *Leading*  
(Strivzer, 2014)

### C. *Line Length*

*Line length* dan ukuran *type* saling berkaitan untuk menciptakan keterbacaan yang optimal. Semakin besar ukuran *type*, semakin lebar *line length*/ panjang baris yang dibutuhkan. Secara umum, seseorang akan membaca suatu kalimat sebagai kelompok dari huruf, bukan huruf per huruf. Oleh sebab itu, panjang baris yang pendek akan memecah banyak kalimat dan memaksa pembaca untuk berpindah ke satu baris ke baris lainnya secara cepat. Hal ini akan mengurangi pemahaman pembaca akan suatu bacaan.

Panduan dasar dalam menentukan panjang baris merupakan 45-75 karakter per baris. Namun, panduan ini dapat diubah sesuai dengan keperluan desain dan konsep (Strivzer, 2014, hlm. 137)..

A throng of bearded men, in sad-coloured garments  
and grey steeple-crowned hats, inter-mixed with  
women, some wearing hoods, and others bareheaded,  
was assembled in front of a wooden edifice, the door  
of which was heavily timbered with oak, and studded  
with iron spikes.

Gambar 2.20. Contoh Panjang Baris yang Mudah Dibaca  
(Strivzer, 2014)

#### D. *Alignment*

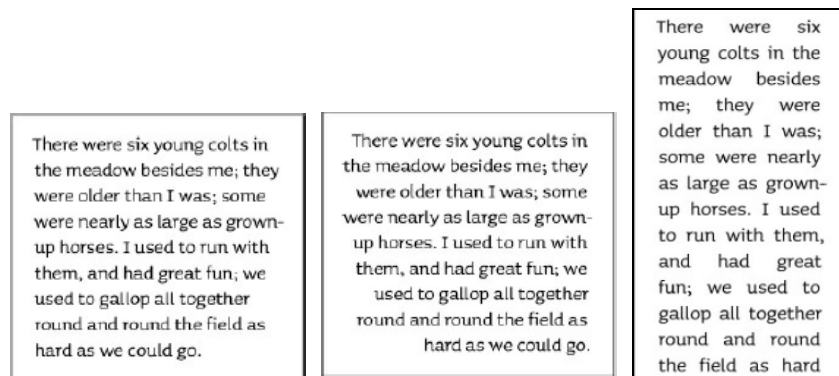
Merupakan posisi paragraf pada suatu halaman. *Alignment* digunakan sesuai dengan kebutuhan desain. Terdapat 3 *alignment* dasar yaitu *flush left*, *flush right* dan *justified*.

*Flush left* merupakan pengaturan dengan menempatkan paragraf menempel pada *margin* kiri. Pengaturan ini juga bersifat otomatis pada hampir semua perangkat lunak desain. Selain itu, pengaturan ini memiliki keterbacaan yang paling tinggi dan mudah karena mata manusia yang terbiasa membaca dari kiri ke kanan.

*Flush right* adalah pengaturan yang mensejajarkan paragraf pada *margin* kanan. Pengaturan ini lebih sulit untuk dibaca namun dapat digunakan untuk mencapai suatu objektif desain tertentu.

*Justified* merupakan pengaturan yang menempatkan paragraf sejajar pada *margin* kiri dan kanan. Biasanya banyak ditemukan dalam

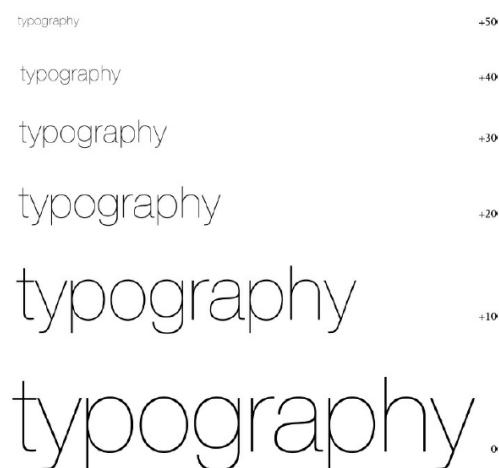
koran maupun majalah. Namun, dalam menggunakan *alignment* ini, seorang desainer harus berhati-hati karena dapat mengurangi keterbacaan jika tidak diolah dengan baik (Strivzer, 2014, hlm. 143).



Gambar 2.21. *Flush Left, Flush Right, dan Justified*  
(Strivzer, 2014)

#### E. *Letter Spacing/ Tracking*

Merupakan pengaturan jarak antar huruf. Jarak antar huruf menyesuaikan dengan besar huruf. Semakin besar suatu huruf, jarak antar huruf akan terlihat semakin lebar (Strivzer, 2014, hlm. 221).



Gambar 2.22. *Tracking*  
(Strivzer, 2014)

## F. *Word Spacing*

Jarak antara kata disebut dengan *word spacing*. Umumnya, *word spacing* ini harus diatur agar jarak tidak terlalu kecil yang menyebabkan kata saling bertabrakan atau menempel, atau terlalu besar yang menyebabkan kata sulit terbaca karena dipisahkan dengan *white space* yang besar.

*Word spacing* ini telah ditentukan secara dasar dari *typeface* yang digunakan, namun dapat disesuaikan dengan mengganti pengaturan (Strivzer, 2014, hlm. 234).

|   |   |
|---|---|
| Alas! It was too late to wish that! She went on growing and growing and very soon she had to kneel down on the floor. Still she went on growing, and, as a last resource, she put one arm out of the window and one foot up the chimney, and said to herself, "Now I can do no more, whatever happens. What will become of me?" | Alas! It was too late to wish that! She went on growing and growing and very soon she had to kneel down on the floor. Still she went on growing, and, as a last resource, she put one arm out of the window and one foot up the chimney, and said to herself, "Now I can do no more, whatever happens. What will become of me?" |
|---|---|

Gambar 2.23. *Word Spacing*

(Strivzer, 2014)

## 2.4. Buku

Sebuah wadah yang terdiri dari halaman yang dicetak dan diikat bersama, berisi ide-ide yang dikemas secara lisan. Buku memiliki tujuan untuk melestarikan dan menyampaikan ilmu pengetahuan (Haslam, 2006, hlm. 9).

### 2.4.1. Fungsi Buku

Buku memiliki 3 fungsi (Pudiastuti, 2014, hlm. 8-9):

#### 2.4.1.1. Sebagai Informasi

Buku merupakan ringkasan dari pemikiran dan fakta penulis yang dikemas dalam bentuk tulisan sehingga mudah dipahami oleh orang lain. Oleh

sebab itu, buku menjadi alat penyampai informasi (Pudiastuti, 2014, hlm. 8).

#### **2.4.1.2. Sebagai Karya**

Buku adalah hasil ciptaan/karya seseorang maupun lembaga sebagai wujud fisik dari penyampaian ide (Pudiastuti, 2014, hlm. 9).

#### **2.4.1.3. Sebagai Pengetahuan**

Buku didasari pada intelektual penulis yang didasari dengan fakta (Pudiastuti, 2014, hlm. 9).

### **2.4.2. Jenis Buku**

Buku yang beredar memiliki beberapa jenis (Campbell, Martin, dan Fabos, 2016, hlm. 348-355).

#### **2.4.2.1. Trade Books**

Buku jenis ini merupakan buku yang memiliki target pembaca awam dan dijual di toko-toko komersial seperti toko buku. *Trade books* menyediakan buku berbentuk *hardbound* (sampul tebal) dan *paperbacks* (sampul tipis) dan membagi jenis buku menjadi *adult trade books*, *juvenile trade* (remaja), komik dan novel.

Contoh dari *adult trade books* adalah biografi, buku *hobby*, seni, *travel*, teknologi, *self-help books* dan buku masak. *Juvenile trade books* memiliki buku dengan kategori *preschool* sampai dengan remaja awal/ *young adult* (Campbell, Martin, dan Fabos, 2016, hlm. 348).

#### **2.4.2.2. Professional Books**

Merupakan jenis buku dengan target konsumen yang difokuskan terhadap suatu kelompok pekerjaan. Buku ini mengikuti perkembangan spesialisasi dan profesionalitas lapangan pekerjaan. Contoh dari *professional books* adalah buku mengenai hukum, bisnis, pengobatan/kedokteran, *accounting* dan *science* (Campbell, Martin, dan Fabos, 2016, hlm. 350).

#### **2.4.2.3. Textbooks**

Merupakan buku dengan tujuan untuk meningkatkan pendidikan dan literasi umum. Buku jenis ini digunakan oleh pelajar, baik dari tingkat sekolah dasar maupun universitas (Campbell, Martin, dan Fabos, 2016, hlm. 350).

#### **2.4.2.4. Mass Market Paperbacks**

Merupakan buku yang ditulis oleh penulis besar atau terkenal dan dijual dengan harga relatif lebih murah. Buku ini tidak hanya ditemukan dalam toko buku, namun juga dalam *drugstores*, supermarket, dan bandara. Salah satu contoh *mass market paperbacks* yang terkenal adalah *instant book*. *Instant book* merupakan buku dengan topik yang bersangkutan dengan peristiwa besar maupun terkenal yang sedang/baru berlangsung (Campbell, Martin, dan Fabos, 2016, hlm. 351).

#### **2.4.2.5. Religious Books**

Merupakan buku dengan topik agama. Alkitab merupakan salah satu contoh *religious books* yang selalu terjual di pasaran. Seiring dengan



berjalannya waktu, untuk tetap bersaing dengan buku lain, penerbit buku religius juga menerbitkan buku bertopik perang dan kedamaian, ras, kemiskinan, serta *gender* (Campbell, Martin, dan Fabos, 2016, hlm. 354).

#### **2.4.2.6. Reference Books**

Merupakan buku yang membahas suatu bidang ilmu dan digunakan sebagai rujukan. Contoh dari *reference books* adalah kamus, ensiklopedia, dan lain-lain (Campbell, Martin, dan Fabos, 2016, hlm. 354).

#### **2.4.2.7. University Press Books**

Merupakan buku *nonprofit* (tidak mengambil keuntungan) dan dipublikasi untuk kepentingan kelompok pembaca sempit dengan minat pada bidang spesifik. Contoh jenis tulisan yang dipublikasi merupakan jurnal, teori dan kritik, serta filosofi. Penulis dari buku ini merupakan pihak universitas, namun seringkali juga ditulis oleh penulis profesional (Campbell, Martin, dan Fabos, 2016, hlm. 355).

### **2.4.3. Komponen Buku**

Komponen buku dibagi menjadi 3 (Haslam, 2006, hlm. 20-21).

#### **2.4.3.1. The Book Block**

*The book block* memiliki beberapa komponen di dalamnya (Haslam, 2006, hlm. 20).

##### **A. Spine**

Bagian dari sampul buku yang melapisi tepi buku.

- B. *Head Band*  
Penutup *binding* buku.
- C. *Head Square*  
Area pinggiran kecil diatas buku sisa dari sampul.
- D. *Front Pastedown*  
Kertas yang ditempelkan di bagian dalam *front board*.
- E. *Cover*  
Kertas tebal atau karton yang menempel pada buku, berfungsi untuk melindungi buku.
- F. *Foredge Square*  
Area pinggiran kecil yang antara sampul dan bagian belakang buku.
- G. *Front Board*  
Kertas pada bagian depan buku.
- H. *Tail Square*  
Area pinggian kecil pada bagian bawah buku diantara sampul dan *back boards*.
- I. *Endpaper*  
Kertas tebal yang ditempelkan pada bagian depan buku untuk mendukung bagian punggung buku.
- J. *Head*  
Bagian atas buku.
- K. *Leaves*  
Lembaran kertas dalam buku.

L. *Back Pastedown*

Bagian *endpaper* pada bagian dalam *back board*.

M. *Back Cover*

Bagian sampul belakang buku.

N. *Foredge*

Bagian ujung samping dari buku.

O. *Turn-in*

Kertas yang dilipat dari bagian luar ke dalam sampul buku.

P. *Tail*

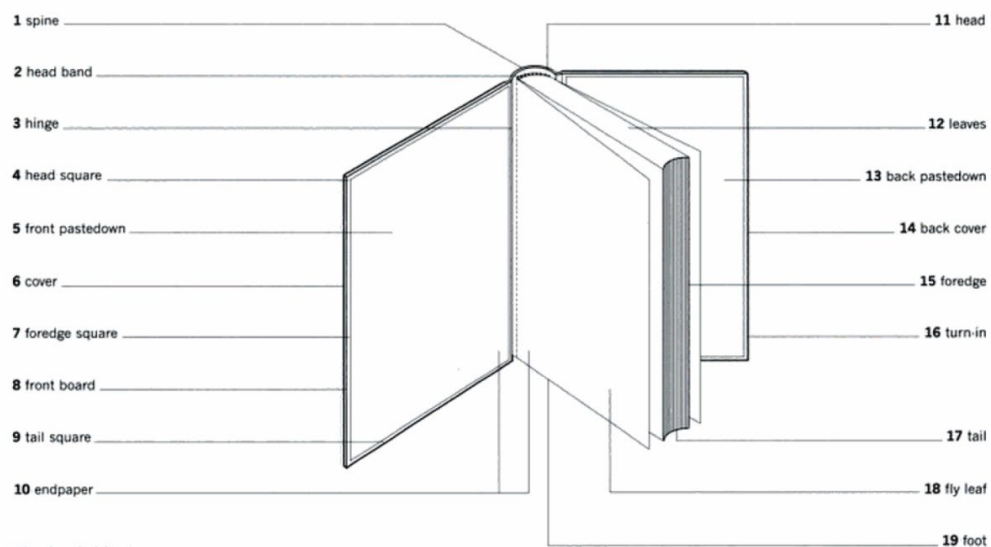
Bagian bawah buku.

Q. *Fly Leaf*

Halaman yang dapat dibolak-balik dalam buku.

R. *Foot*

Bagian bawah sebuah halaman.



Gambar 2.24. *The Book Block*

(Haslam, 2006)

#### 2.4.3.2. *The Page*

*The page* memiliki beberapa komponen di dalamnya (Haslam, 2006, hlm. 21).

A. *Portrait*

Format buku dengan sisi vertikal yang lebih panjang daripada sisi horisontalnya.

B. *Landscape*

Format buku dengan sisi horisontal yang lebih panjang daripada sisi vertikalnya.

C. *Page Height and Width*

D. *Verso*

Bagian kiri dari sebuah buku.

E. *Single Page*

Sebuah halaman buku (1 halaman).

F. *Double-page Spread*

G. *Head*

H. *Recto*

Bagian kanan dari sebuah buku.

I. *Foreedge*

J. *Foot*

K. *Gutter*

### 2.4.3.3. *The Grid*

*The grid* memiliki beberapa bagian (Haslam, 2006, hlm. 21).

A. *Folio Stand*

Garis untuk menentukan letak nomor halaman.

B. *Title Stand*

Garis untuk menentukan posisi *grid*.

C. *Head Margin*

Jarak konten dengan bagian atas sebuah halaman.

D. *Interval/Column Gutter*

Area vertikal yang membagi kolom satu dengan lainnya.

E. *Gutter Margin/Binding Margin*

Jarak antara konten dengan bagian dalam *binding* sebuah buku dalam suatu halaman.

F. *Running Head Stand*

G. *Picture Unit*

Area yang diisi oleh konten dan gambar.

H. *Dead Line*

Area diantara *picture units*.

I. *Column Width/Measure*

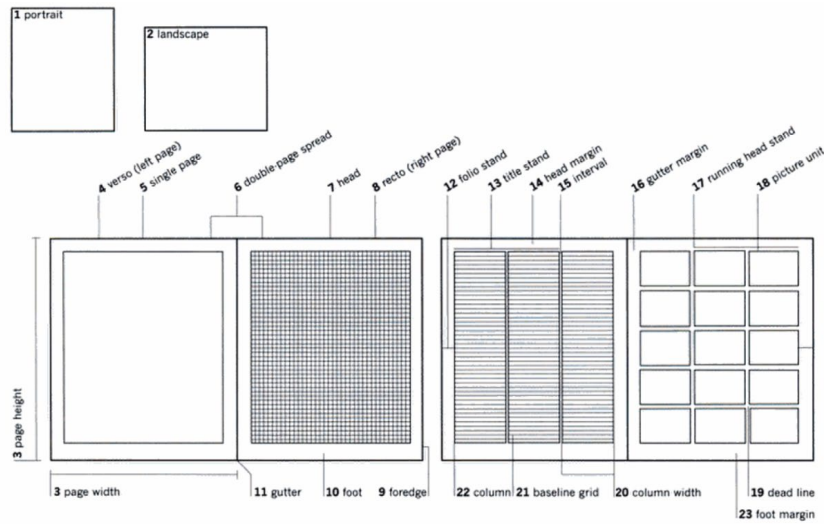
J. *Baseline*

Garis untuk meletakkan *type*.

K. *Column*

L. *Foot Margin*

Jarak konten dengan bagian bawah halaman.



Gambar 2.25. *The Page and Grid*

(Haslam, 2006)

## 2.5. Ilustrasi

Ilustrasi merupakan suatu ilmu yang berdiri diantara seni dan desain grafis. Ilustrasi digunakan untuk menyampaikan ide dan pesan yang kompleks sebagai media yang memudahkan dalam hal mencatat, mendeskripsikan dan berkomunikasi. Ilustrasi masa kini terus berkembang dan dapat diterapkan ke berbagai media yang berbeda (Zeegen, 2012, hlm. 16).

### 2.5.1. Teknik Ilustrasi

Dalam ilmu ilustrasi, menggambar penting dalam memvisualisasikan suatu ide (Zeegen, 2012, hlm. 62). Terdapat beberapa teknik ilustrasi.

#### 2.5.1.1. *Odd Media/ Manual*

Ilustrasi mendasar dilaksanakan dengan teknik manual. Dalam membuat karya, seorang *illustrator* tidak hanya harus mampu memvisualisasikan

suatu gagasan menjadi ilustrasi, namun juga memanfaatkan media yang ada. Dengan menggunakan media-media lain yang jarang digunakan atau yang menantang dalam menciptakan suatu ilustrasi, akan menjamin bahwa suatu karya orisinal memiliki *illustrator* (Zeegen, 2012, hlm. 63).

#### **2.5.1.2. *Photography***

Seorang *illustrator* banyak menggunakan media foto sebagai referensi maupun sebagai hasil karya ilustrasi itu sendiri. Referensi ini ditujukan untuk memudahkan *illustrator* dalam mengingat objek yang digambar. Penggunaan foto dalam ilustrasi yang paling sering terlihat merupakan kolase dan *photomontage* (Zeegen, 2012, hlm. 68).

#### **2.5.1.3. *Mixing Media***

*Illustrator* bebas untuk melakukan eksperimen terhadap media apa saja yang ingin digunakan. Pencampuran antara media tradisional, fotografi dan digital merupakan hal yang tidak asing lagi untuk dilihat. Sebagai contoh, menggabungkan sebuah gambar digital dengan foto latar belakang dapat menciptakan suatu kesan yang *edgy* dan realistis (Zeegen, 2012, hlm. 72).

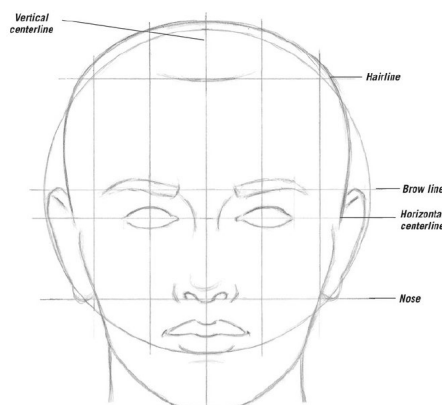
#### **2.5.1.4. *Digital***

Seorang *illustrator* akan terus mencari metode baru dalam menciptakan suatu ilustrasi, salah satunya menggunakan komputer. Membuat sebuah ilustrasi dalam komputer memanfaatkan kemampuan menggambar dan manipulasi foto secara digital (Zeegen, 2012, hlm. 76).

### 2.5.2. Ilustrasi Anatomi Wajah

Dalam mengilustrasikan anatomi wajah, memahami proporsi yang sempurna dapat membantu dalam menempatkan fitur wajah dengan baik dan benar, sehingga memudahkan dalam melakukan modifikasi untuk menangkap keunikan wajah setiap pribadi. Secara mendasar, ilustrasi wajah dapat digambar melalui perhitungan. Dari perhitungan/ *guideline* tersebut, dapat dilakukan perubahan atau penyesuaian sesuai dengan keinginan penggambar.

Dalam bukunya, Yaun menjelaskan bahwa terdapat beberapa tahap dalam menggambar wajah seseorang. Tahap pertama merupakan menggambar *guideline* seperti pada gambar dibawah ini. Letakkan fitur wajah sesuai dengan posisinya masing-masing. Pada tahap ini, posisi dapat disesuaikan dengan keinginan. Setelah itu, gambarkan fitur secara mendetail. Untuk pemula disarankan dalam menggambar fitur wajah secara terpisah satu per satu. Gambar fitur wajah ini dapat disesuaikan dan dikombinasikan sesuai dengan keperluan (Yaun, 2011, hlm. 40).



Gambar 2.26. *Establishing Guidelines for Adult Proportion*  
(Yaun, 2011)



## 2.6. Fotografi

Komposisi foto dalam fotografi dapat dibagi menjadi beberapa bagian (Ang, 2012, hlm. 16-18).

### 2.6.1. Komposisi Foto

#### 2.6.1.1. *Symmetry*

Komposisi ini efektif untuk memisahkan antara *background* dengan objek. Hal ini dapat memberikan kesan kekuatan dan keseimbangan serta *simplicity* (Ang, 2012, hlm. 16).



Gambar 2.27. Komposisi *Symmetry*  
(Ang, 2012)

#### 2.6.1.2. *Radial*

*Key elements* menyebar dari tengah-tengah *frame*. Komposisi ini memberikan kesan *lively*, walaupun objek statis (Ang, 2012, hlm. 16).



Gambar 2.28. Komposisi *Radial*  
(Ang, 2012)

### 2.6.1.3. *Diagonal*

Garis diagonal dapat mengarahkan mata audiens untuk melihat sesuatu (Ang, 2012, hlm. 17).



Gambar 2.29. *Symmetry*  
(Ang, 2012)

### 2.6.1.4. *Rule of Thirds*

Menggunakan *golden ratio* agar gambar terlihat harmoni (Ang, 2012, hlm. 18).



Gambar 2.30. Komposisi *Rule of Thirds*  
(Ang, 2012)

## 2.6.2. *Jenis Lighting*

Terdapat 4 jenis *lighting* dasar pada *portrait photography* (Grey, 2014, hlm. 38-50).

### 2.6.2.1. *Loop Lighting*

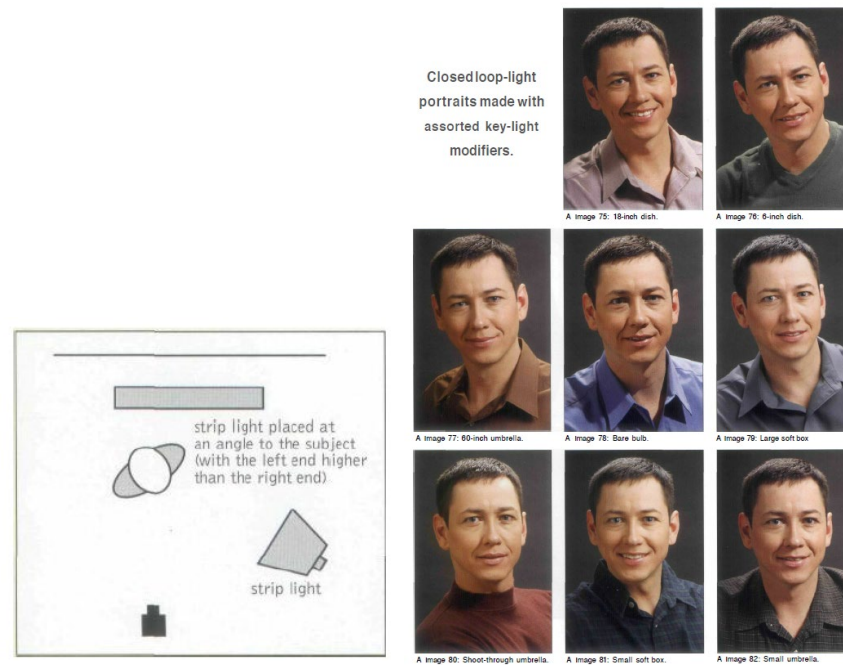
Jenis *lighting* ini umum dan termudah digunakan pada *formal portrait*. Posisi wajah model mempengaruhi posisi dari *lighting* sehingga ketika model menggeser posisi wajahnya, posisi *lighting* juga harus menyesuaikan untuk menghasilkan efek *loop* yang diinginkan.

*Lighting* ini menghasilkan efek bayangan dibawah hidung model berbentuk *small loop* pada bagian wajah yang terkena bayangan. Pada *setup* dibawah, digunakan *strip light* sebagai *hair light*. Model diposisikan hanya 6 kaki dari *background*, sehingga *hair light* tersebut menciptakan area terang pada *background* (Grey, 2014, hlm. 38).



Gambar 2.31. *Loop Lighting*  
(Grey, 2014)

*Closed loop lighting* merupakan variasi dari *loop lighting*. Hal yang membedakannya hanyalah bayangan hidung yang menyatu dengan bayangan dari samping area pipi, yang menutup *loop*. Jenis ini tidak cocok untuk semua jenis wajah (Grey, 2014, hlm. 39).



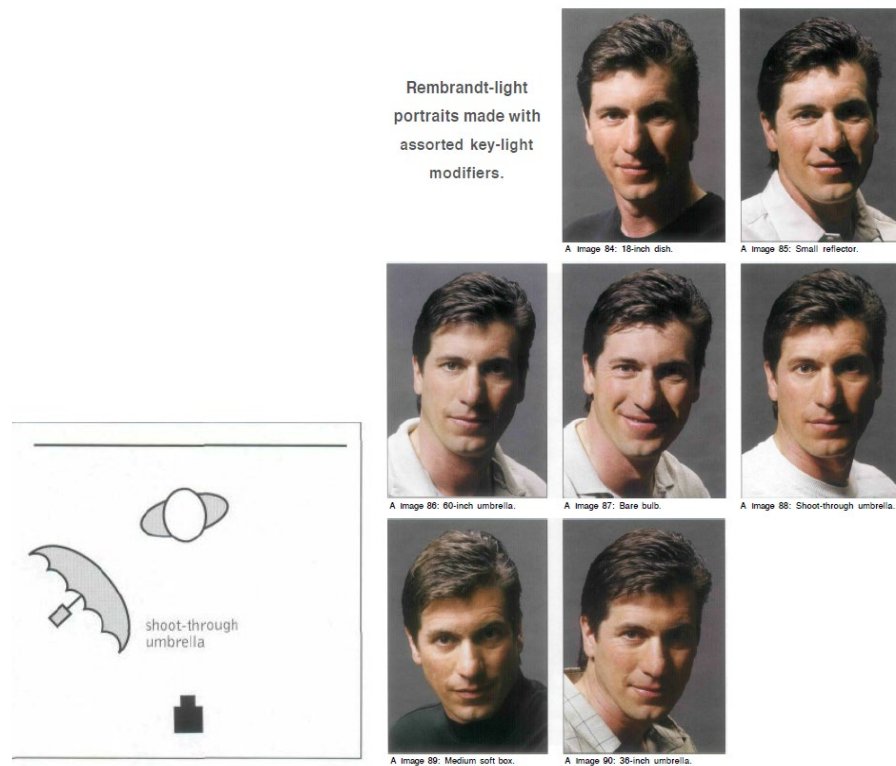
Gambar 2.32. *Closed Loop Lighting*  
(Grey, 2014)

### 2.6.2.2. *Rembrandt Lighting*

Nama *rembrandt lighting* didapatkan dari seorang pelukis dengan gaya melukis modelnya yang khas, dengan bayangan yang kuat pada modelnya.

*Lighting* ini merupakan jenis *lighting* yang menciptakan bayangan tegas dibawah mata, hidung, dan dagu model. Jenis *lighting* ini banyak digunakan pada pria daripada wanita karena hasil foto yang berkesan *moody*. Biasanya, pria lebih mengapresiasi hasil foto diri yang memberi kesan gelap.

*Rembrandt lighting* dapat diciptakan melalui berbagai *lighting equipment*. Pada contoh ini, digunakannya bantuan *umbrella* (Grey, 2014, hlm. 41-43).

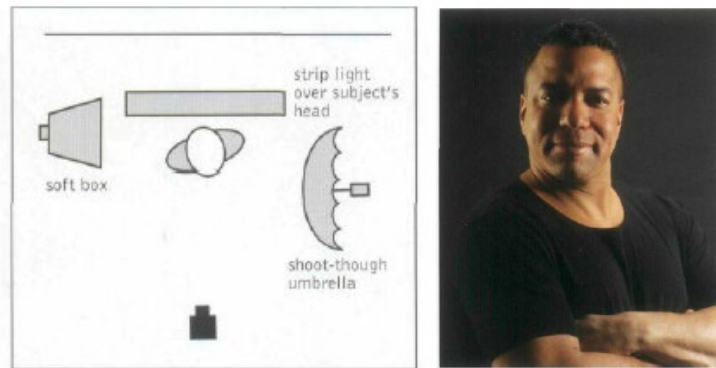


Gambar 2.33. *Rembrandt Lighting*  
(Grey, 2014)

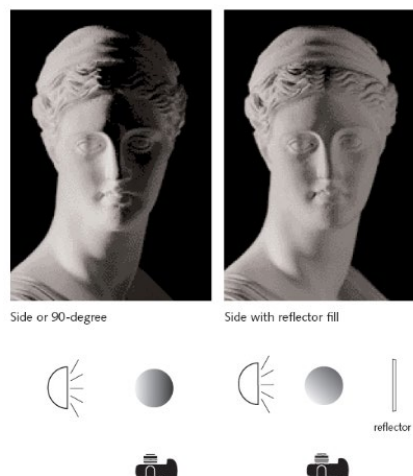
### 2.6.2.3. *Side Lighting*

Merupakan jenis *lighting* yang dramatis, ditunjukkan dari bayangan wajah yang keras serta *contour* yang berdimensi. Selain itu, *lighting* ini memberikan kedalaman, keunikan serta tekstur pada foto. *Side lighting* cocok untuk pemotretan dengan kesan foto *moody*.

Pada skema dibawah, *strip light* digunakan untuk memisahkan model dari latar. Untuk menerangkan latar, dapat menggunakan *strip light* kedua yang diletakkan di lantai (Grey, 2014, hlm. 44-48).



Gambar 2.34. *Side Lighting*  
(Grey, 2014)

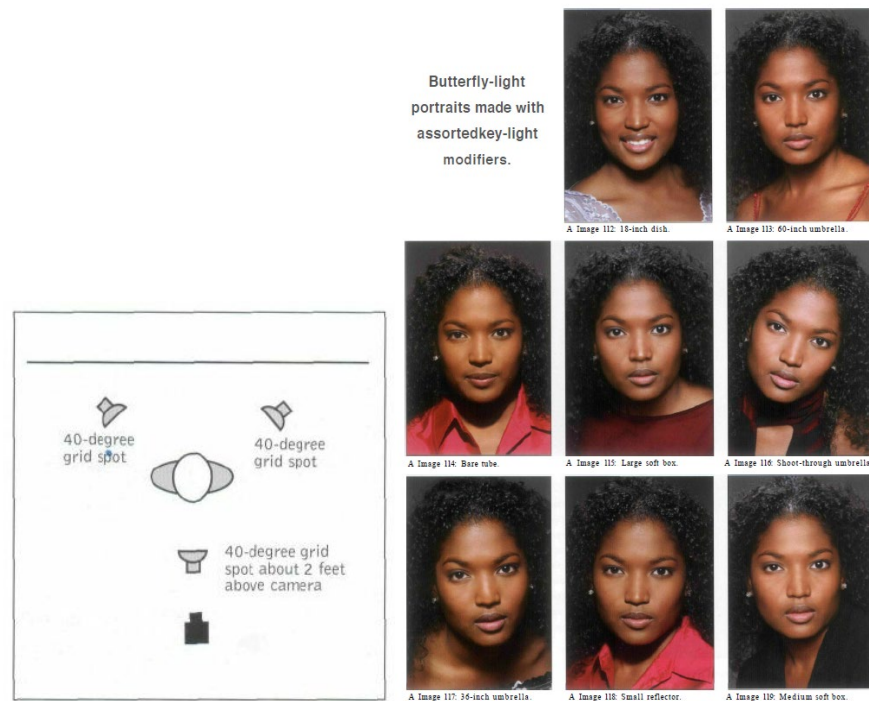


Gambar 2.35. *Side Lighting*  
([http://facweb.cs.depaul.edu/sgrais/lighting\\_styles.htm](http://facweb.cs.depaul.edu/sgrais/lighting_styles.htm))

#### 2.6.2.4. *Butterfly/ Dietrich/ Paramount Lighting*

*Butterfly lighting* umumnya digunakan untuk memotret model wanita. *Lighting* ini ditandai dengan adanya bayangan berbentuk *butterfly* pada bagian bawah hidung model. Jenis *lighting* ini banyak digunakan untuk keperluan foto *glamour* dan untuk menciptakan bayangan dibawah bagian pipi dan dagu yang menyanjung bentuk wajah.

*Lighting* jenis ini dapat diciptakan dengan bantuan 3 *lighting*, dengan 2 posisi *lighting* berada pada samping model, dan 1 berada pada depan model, di atas kamera (Grey, 2014, hlm. 48-50).



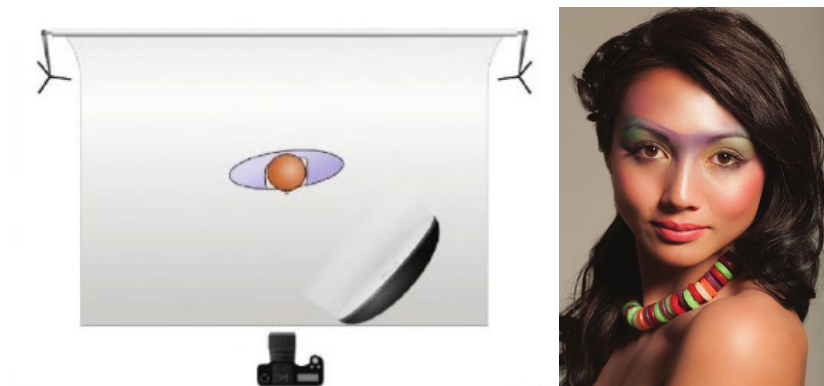
Gambar 2.36. *Butterfly Lighting*  
(Grey, 2014)

### 2.6.3. *Beauty Lighting*

*Beauty lighting* penting dalam menghasilkan foto untuk kepentingan kecantikan dan kosmetik. Terdapat beberapa jenis *beauty lighting* (Emery, 2015, hlm. 22-26).

#### 2.6.3.1. *Bare Beauty Dish*

Posisi *dish* 45 derajat dari kanan kamera dan di atas mata model menciptakan sebuah *shadow* yang menyanjung bagian bawah leher. *Lighting* ini akan menciptakan *catchlight* kecil pada bagian mata model (Emery, 2015, hlm. 22).



Gambar 2.37. *Bare Beauty Dish*  
(Emery, 2015)

#### 2.6.3.1. *Beauty Dish Plus Diffuser*

Untuk tampilan yang lebih halus, *beauty dish* dapat dilapisi dengan *diffuser*. Hampir semua *beauty dish* memiliki *diffuser* yang dapat dilepas pasang sesuai dengan kebutuhan. Dalam hal ini *highlight* pada wajah model lebih halus daripada tanpa menggunakan *diffuser*. *Lighting* ini digunakan sesuai kebutuhan namun dapat menjadi solusi ketika melakukan sesi pemotretan kepada model dengan kondisi kulit yang tidak terlalu sempurna (Emery, 2015, hlm. 23).

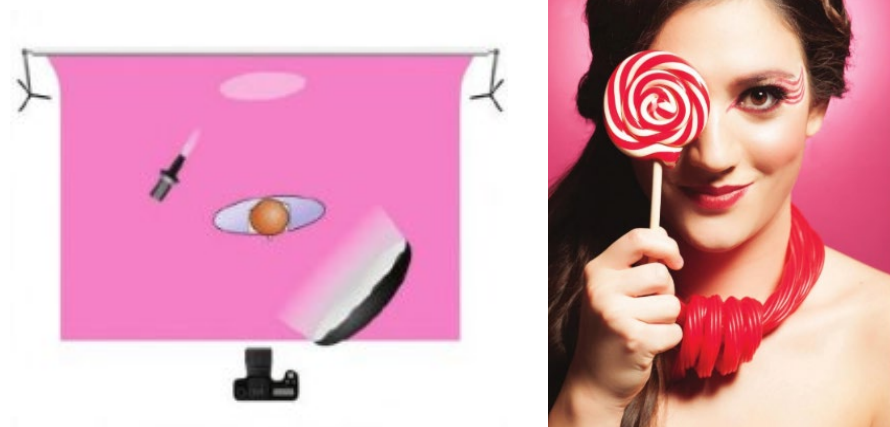


Gambar 2.38. *Beauty Dish Plus Diffuser*  
(Emery, 2015)



### 2.6.3.2. *Mola Plus a Background Light*

*Main light* pada foto ini ditukar dengan *mola*, *beauty dish* berukuran lebih besar dengan *diffuser*. Semakin besar *lighting* yang digunakan, semakin meluas cahaya yang disebarkan. Hal ini dapat terlihat dari *shadow* dibawah leher model yang tidak terlalu gelap dibandingkan dengan foto sebelumnya. *Lighting* lain yang digunakan merupakan *strobe snoots* yang diposisikan ke belakang latar/ kepala model untuk memberi efek *halo light* (Emery, 2015, hlm. 24).



Gambar 2.39. *Mola Plus a Background Light*

(Emery, 2015)

### 2.6.3.3. *Background Light*

Penggunaan *background light* bervariasi. *Lighting* ini dapat diletakkan pada posisi apapun sesuai dengan kepentingan atau keperluan. Pada contoh dibawah, *strobe snoot* yang diletakkan pada kanan model, tidak tepat pada belakang model, membantu dalam memberi *highlight* pada bunga yang dipegang model.

Semakin jauh *lighting* diposisikan kepada *backdrop*, semakin besar lingkaran cahaya yang dihasilkan (Emery, 2015, hlm.25).



Gambar 2.40. *Background Light*  
(Emery, 2015)

#### 2.6.3.4. *Sideways Clamshell Lighting*

Merupakan proses foto dengan meletakkan dua jenis *lighting* di samping kiri dan kanan model. Biasanya dapat menaruh *softbox* diatas wajah model dan *reflector* di bagian bawahnya. Kedua *lighting* ini memiliki ketegasan cahaya yang sama (Emery, 2015, hlm. 26).



Gambar 2.41. *Background Light*  
(Emery, 2015)

## **2.7. *Make-up* Teater**

Tata rias teater tradisional (tanpa prostetik) merupakan tata rias yang diaplikasikan untuk kepentingan dari kejauhan. Di zaman yang telah maju ini, kebanyakan teater menempatkan penontonnya sangat dekat dengan panggung, sehingga *make-up* harus terlihat realis dari sisi panggung manapun. Jika *make-up* tidak diaplikasikan secara baik, maka akan sangat terlihat dari barisan penonton paling depan. Oleh sebab itu, *make-up* untuk teater memiliki kesulitannya sendiri layaknya *make-up* untuk *screen* / TV (Debrececi, 2009, hlm. 7).