



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Media Informasi

Menurut Turrow (2014) media merupakan suatu industri komunikasi pesan yang menggunakan perangkat teknologi, seperti internet, radio, televisi dan koran (hlm. 9). Selain itu, Turow menambahkan penggunaan media memiliki arti bahwa terdapat tujuan, antara lain (hlm. 14):

1. Hiburan

Suatu fenomena hiburan pada sekelompok orang dapat terjadi apabila kelompok tersebut mengalami pembicaraan dan pemahaman konten atau kegiatan yang sama. Seperti pada saat menelusuri *Facebook*, mengisi teka teki silang dalam koran harian, dan menyaksikan acara televisi. Kegiatan tersebut adalah hiburan yang dibutuhkan manusia dan sebagai bentuk manfaat dari media sebagai salah satu pemenuhan kebutuhan manusia.

2. Persahabatan

Media dapat dijadikan sahabat untuk orang yang kesepian karena media memberikan manfaat psikologi berupa koneksi antara manusia bagi mereka yang membutuhkan. Sebagai contoh, seorang selebriti yang memanfaatkan media untuk menceritakan berita atau informasi terbaru.

3. Pengawasan

Media digunakan masyarakat untuk mengawasi kondisi terbaru dari situasi lingkungan sekitar. Biasanya digunakan dengan cara menyaksikan berita di televisi untuk mengawasi perkembangan politik dan ekonomi suatu negara. Selain itu, mencari lowongan pekerjaan atau promo dari berbagai toko yang dilakukan dengan membaca koran.

4. Interpretasi

Media digunakan untuk mencari tahu bagaimana dan mengapa suatu kejadian dapat terjadi, bukan hanya digunakan untuk sekedar mencari informasi terbaru. Selain itu media juga digunakan oleh beberapa orang untuk mencari tahu jawaban dari sesuatu yang membingungkan atau menimbulkan pertanyaan.

5. Beragam Kegunaan

Program acara televisi dapat memenuhi kebutuhan hiburan, persahabatan, dan pengawasan sekaligus. Dengan hal ini, media dapat memenuhi kebutuhan manusia sekaligus.

Turow melanjutkan bahwa literasi media tidak kalah penting untuk dipahami. Literasi media merupakan kemampuan yang dimiliki seseorang untuk mengakses, memahami, menilai dan mengkomunikasikan informasi yang disampaikan pada suatu media (hlm. 21). Literasi media memiliki beberapa prinsip yang harus diperhatikan, yaitu kemampuan dalam membangun sebuah

realita, industri mempengaruhi media, politik mempengaruhi media, media memiliki pengaruh yang berbeda-beda pada setiap bentuknya, responden yang aktif adalah audiens, dan masyarakat dapat membentuk perilaku masyarakat.

Turow juga menjelaskan bahwa target audiens memiliki peranan penting dalam suatu perkembangan bisnis media (hlm. 58). Hal tersebut sangat penting dan harus diperhatikan karena media memiliki tujuan untuk menarik audiens sebanyak mungkin. Target audiens ini dibagi berdasarkan tiga cara:

1. Demografi

Demografi adalah cara yang paling sederhana dalam menggolongkan target audiens berdasarkan indikator sosial. Umur, jenis kelamin, pendapatan, pekerjaan, suku dan ras merupakan indikator tersebut.

2. Psikografi

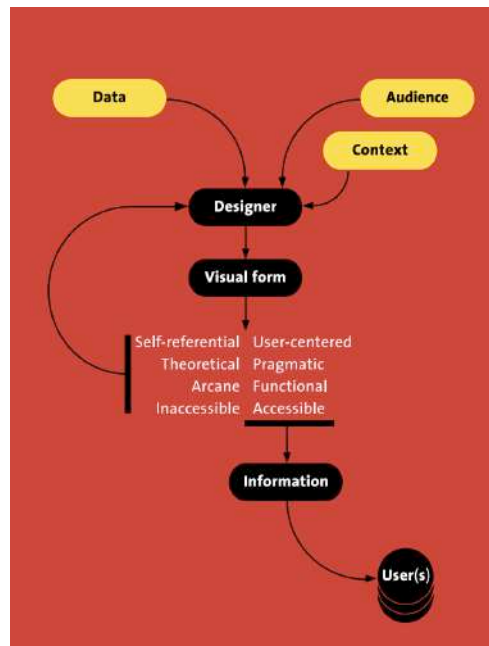
Perilaku, tipe kepribadian, dan motivasi merupakan golongan audiens. Indikator psikografi dapat membantu kita dalam memahami preferensi audiens.

3. Gaya Hidup

Gaya hidup juga merupakan golongan audiens. Indikatornya adalah setiap manusia memiliki kecenderungan dalam kegiatan sehari-hari. Sebagai contoh, audiens yang membaca majalah wanita "A" lebih cenderung senang ke restoran, berlibur ke luar negeri, dan mengoleksi pakaian *branded*.

Selain itu, Turow juga menambahkan bahwa konten dari sebuah media harus dipilih secara cermat agar tepat dengan target audiens. Terdapat beberapa jenis genre dalam konten, antara lain media hiburan, media berita, media informasi, media edukasi dan media iklan. Media informasi hampir memiliki kesamaan dengan media berita karena kedua media ini memberikan cerita berdasarkan data yang faktual. Perbedaan antara media informasi dan berita adalah bahwa informasi adalah materi mentah dari berita. Untuk mendapatkan sebuah berita kita harus mengumpulkan beberapa informasi tentang profil seseorang, tempat, insiden, dan sebagainya, kemudian dirangkum dan mengambil kesimpulan. Informasi sering sekali digunakan dalam media massa; dengan cara pengumpulan dan pengemasan untuk masyarakat luas. (hlm. 71).

Menurut Katz (2012), desain informasi memiliki tujuan untuk menyampaikan informasi kepada audiens apapun bentuk informasi dan medianya. Desainer dapat disebut gagal apabila pesan tidak dipahami oleh pengguna (hlm. 17). Selain itu, Katz menambahkan bahwa terdapat tiga hal dasar dalam mendesain informasi, yaitu data, audiens, dan konteks. Setelah memperoleh tiga hal tersebut, akan dilanjutkan ke proses selanjutnya untuk dirancang visualnya oleh desainer. Terdapat dua bagian dalam perancangan ini dimana bagian pertama merupakan prinsip desainer dan bagian kedua merupakan prinsip audiens. Informasi dapat diterima dengan baik oleh audiens apabila kedua prinsip tersebut saling berkesinambungan. (hlm. 16-17).



Gambar 2.1. Proses Desain Informasi
(Katz, 2012)

Suatu desain informasi dapat dinyatakan berhasil dipengaruhi oleh tiga komponen seperti pemahaman informasi, keterampilan desainer, serta kebutuhan audiens dan ketiga komponen ini harus seimbang (hlm. 18). Seringkali ketidakseimbangan terjadi pada komponen tersebut dan menyebabkan suatu desain menjadi gagal. Kegagalan tersebut terdiri dari 3 faktor utama, yaitu:

1. Data

Kurangnya data yang diterima dan disajikan oleh desainer. Selain itu, data yang disajikan memiliki makna yang multitafsir sehingga menimbulkan kebingungan pada audiens.

2. Desainer

Data tidak dipahami dengan baik oleh desainer mengakibatkan salah memvisualisasi, target audiens yang tidak diperhatikan oleh desainer, dan desainer yang terlalu fokus pada desain.

3. Audiens

Audiens yang kurang memiliki ilmu tentang informasi ataupun kurangnya daya tarik audiens pada suatu bidang tertentu.

Ketiga faktor ini harus diperhatikan dengan baik oleh penulis agar dapat membuat media informasi dengan tepat dan dapat menghindari salah informasi.

2.1.1. Jenis Media Informasi

Menurut Turow (2014) terdapat sembilan jenis industri media saat ini, antara lain:

2.1.1.1. Internet

Internet adalah jaringan sistem global yang dapat menghubungkan milyaran pengguna di seluruh dunia. Pada awalnya internet memiliki tujuan untuk menciptakan jaringan yang dapat digunakan pada universitas bahkan instalasi militer. Sistem internet memiliki kekuatan untuk mengirim data dengan jumlah banyak sekaligus. Pengguna dapat mengakses internet dengan sistem *world wide web* atau biasa dikenal dengan “www”, yang saat ini telah di modifikasi hingga menjadi *safari*, *google chrome*, dan lain-lain. Sebagian besar aktivitas dunia maya melibatkan komunikasi terhadap individu dengan individu atau

kelompok lainnya melalui kata tertulis, suara, dan video. Sistem www telah berkembang menjadi sebuah aplikasi yang merupakan perangkat lunak pada *smartphone* untuk menggunakan internet.

2.2. Desain Komunikasi Visual

Desain Komunikasi visual merupakan ilmu media untuk mengkomunikasikan suatu ide dan pesan melalui karya visual. Hal ini diperkuat oleh Kusrianto (2007) yang mengatakan bahwa sebuah ide dapat diterima audiens dengan menggunakan prinsip dan elemen dalam Desain Komunikasi Visual (hlm. 2). Tujuan utama dalam Desain Komunikasi Visual adalah komunikasi. Manusia dapat menghasilkan suatu karya yang berperan sebagai media untuk menyampaikan pesan melalui Desain Komunikasi Visual (hlm.12).

Supriyono (2017) menambahkan bahwa Desain Komunikasi Visual menggunakan kemampuan teknologi visual seperti tipografi, ilustrasi, fotografi, warna, dan sebagainya untuk menyampaikan pesan kepada audiens. Desain Komunikasi Visual juga dapat digolongkan sebagai *commercial art* karena menyabungkan seni dan tulisan untuk tujuan bisnis. Manusia pasti selalu melihat Desain Komunikasi Visual pada saat melakukan aktivitas setiap hari melalui *billboard*, internet, *signboard*, iklan majalah, dan sebagainya. Media akan berkompetisi untuk mendapatkan perhatian audiens dengan menggunakan elemen visual. Karena peningkatan jumlah media Desain Komunikasi Visual, maka desainer dituntut untuk lebih kreatif dan menghasilkan karya dengan gagasan besar agar tidak kalah dalam persaingan dan tujuan untuk menarik perhatian audiens tercapai (hlm. 9).

2.2.1. Prinsip Desain

Supriyono (2017) mengatakan bahwa prinsip desain merupakan hal yang sama dengan tata bahasa yang berguna dalam menyusun sebuah kalimat. Terdapat beberapa peraturan dalam desain dalam mencapai suatu aransemen *layout* yang selaras, antara lain:

1. Kesatuan

Suatu karya desain yang dirancang akan menjadi tidak nyaman dipandang tanpa kesatuan, sehingga kesatuan merupakan aspek yang sangat dibutuhkan dalam perancangan suatu karya desain. Untuk menghasilkan desain yang satu, pemilihan warna, tulisan, bentuk, dan garis sangat mempengaruhi (hlm. 176).

2. Keseimbangan

Keseimbangan merupakan pembagian visual dan optik yang sama rata. Desain yang memiliki jarak yang sama berat di kiri dan kanan adalah sebuah desain yang seimbang (hlm. 88-89).

3. Irama

Irama adalah suatu langkah yang dilakukan dalam menghasilkan elemen desain grafis pada suatu layout. Terdapat repetisi elemen desain yang digunakan secara teratur dan terdapat variasi elemen nilai, ukuran, bentuk, warna, dan jarak yang terkandung dalam desain yang berhasil. Desain tanpa sebuah variasi akan menghasilkan desain yang monoton dan

membosankan. Tetapi, pembatasan dalam penggunaan variatif juga harus ada, karena penggunaan secara berlebihan akan menimbulkan keresahan pada audiens (hlm. 175-176).

4. Kontras

Menurut Poulin (2011), penjajaran dari elemen-elemen yang tidak sama adalah kontras. Kontras menimbulkan perbedaan yang signifikan antara dua objek atau lebih (hlm. 190-191).

5. Proporsi

Poulin mengatakan bahwa prinsip proporsi merupakan hubungan sistematis antara besaran atau jumlah satu desain dengan yang lainnya. Proporsi didefinisikan sebagai relasi ukuran integral dalam suatu komposisi, maka tanpa sebuah aturan proporsi suatu hasil desain tidak dapat menjadi maksimal. Ukuran integral merupakan dasar dari perancangan desain komunikasi visual (hlm. 220-221).

2.2.2. Elemen Desain

Menurut Pentak dan Lauer (2016) elemen desain terdiri dari (hlm. 127):

1. Garis

Garis hanya memiliki satu dimensi yaitu panjang, namun dalam seni dan desain garis dapat menggambarkan sebuah kedalaman. Suatu bentuk dapat terwujud dengan adanya garis. Garis dapat mengekspresikan sebuah

perasaan seperti kegugupan, amarah, kegembiraan, dan ketenangan dalam sebuah karya.

2. Bentuk

Bentuk adalah sesuatu yang dihasilkan dari garis atau warna atau nilai. Suatu bentuk yang dihasilkan harus jelas dan spesifik karena mempengaruhi penafsiran arti atau makna dari bentuk tersebut. Kemampuan untuk menafsirkan suatu bentuk dalam sebuah desain didasarkan oleh kemampuan persepsi visual dalam membedakan suatu figur dan dasarnya. Bentuk biasanya memiliki dua sampai tiga elemen dimensi.

3. Pola dan Tekstur

Pola adalah suatu makna yang dapat dirancang dengan cara pengulangan motif desain. Pola dimulai dengan unit atau bentuk yang diulang. Suatu pola dapat diubah dengan cara mengubah kebiasaan. Pola dapat terbentuk dengan mempengaruhi psikologi dari seseorang. Pola dalam sebuah karya seni dapat menimbulkan suatu tekstur, sebagai contoh karya seorang seniman berupa lukisan yang menghasilkan tekstur dari cat yang digunakan. Tekstur adalah kualitas bidang pada suatu objek. Tekstur dapat dirasakan dengan kemampuan indra perasa yang dimiliki seseorang.

Dalam sebuah karya visual, tekstur hanya dapat dirasakan dengan penglihatan berdasarkan sugesti dari mata.

4. Ilusi Ruang

Ilusi ruang adalah visual yang memberikan perasaan kedalaman atau ruang tiga dimensi dalam bidang datar seperti kertas, kanvas, atau papan. Ukuran adalah cara yang paling mudah untuk menghasilkan ilusi ruang. Dalam sebuah karya desain, objek dengan ukuran yang paling kecil menggambarkan jarak yang paling jauh sedangkan objek dengan ukuran yang paling besar menggambarkan jarak yang paling dekat. (hlm. 179).

5. Ilusi Gerakan

Gerakan dalam sebuah karya visual mempengaruhi penafsiran makna. Sebagai contoh, susu yang sedang dituang akan memiliki makna berbeda dibandingkan dengan susu yang diletakan dan diam. Hal tersebut disebut dengan ilusi gerakan.

6. Nilai

Nilai adalah istilah untuk terang dan gelap dalam seni dan desain. Persepsi seseorang pada suatu figur dan dasar dapat dilihat tergantung dengan terang dan gelap. Nilai sangat bergantung pada pemilihan warna.

7. Warna

Semua bidang yang berkaitan dengan seni memiliki perhatian lebih dengan warna. Warna mempengaruhi kehidupan seseorang sehari-hari. Warna dapat terwujud dengan adanya nilai. (hlm. 255).

2.2.3. *Layout*

Tonderau (2019) mengatakan *layout* digunakan untuk menyusun informasi agar pesan dapat ditangkap oleh audiens dengan mudah. *Layout* memiliki fungsi untuk memetakan keseluruhan konten (hlm. 8). Krause (2016) mengatakan komposisi antara tipografi, gambar, elemen desain, dan juga teks harus berhasil agar menghasilkan *layout* yang bagus (hlm. 166).

Tondreau mengatakan bahwa desainer harus mengetahui penerapan elemen *layout* dalam sebuah halaman (hlm. 10). Elemen ini berfungsi untuk menyusun *layout* menjadi satu kesatuan yang utuh. Elemen tersebut antara lain:

1. *Columns*

Columns adalah sebuah bidang vertical yang berisi teks dan gambar. Konten mempengaruhi jumlah *columns* dalam sebuah halaman.

2. *Modules*

Modules merupakan bidang yang terbentuk saat *columns* dan *rows* bersinggungan. Berbagai ukuran terbentuk akibat bidang yang digabungkan.

3. *Margins*

Konten dari sebuah halaman dibatasi oleh margin. Informasi tambahan seperti *footnote* diletakan pada margin.

4. *Spatial Zones*

Spatial Zones adalah *Modules* yang digabungkan menjadi satu.

5. *Flowlines*

Flowlines adalah garis bayangan yang membagi konten secara horizontal. Garis ini digunakan untuk membantu urutan membaca pada sebuah halaman.

6. *Markers*

Markers merupakan penanda, seperti nomor halaman, *header*, *footer*, *icon*, dan sebagainya.

Graver dan Jura (2012) mengatakan bahwa *grid* dapat dibagi menjadi empat jenis sebagai berikut (hlm. 26-44):

1. *Single-Column Grid*

Grid ini biasanya digunakan untuk konten dengan teks yang cukup panjang, seperti uraian, laporan atau buku narasi. *Grid* ini memiliki maksud untuk menonjolkan informasi. Tanpa penambahan komposisi *header* dan *footer*, *grid* ini akan terasa monoton. Ukuran margin harus diperhatikan oleh desainer.

Tondreau juga menambahkan *grid* ini dianggap lebih memberikan kesan berkelas atau mewah dibandingkan dengan *grid multicolumn*. Sehingga banyak digunakan untuk katalog dan buku berseni.

2. *Multiple-Column Grid*

Grid ini dapat digunakan untuk mengatur tulisan atau menggolongkan informasi ke dalam beberapa kolom. Biasanya terdapat tiga sampai empat kolom dalam satu halaman. *Grid* ini dapat menciptakan layout yang fleksibel, sehingga dapat memberikan banyak kemungkinan tata *layout*. Penyampaian informasi dengan *grid* ini memudahkan alur dalam membaca sehingga akan diterima lebih cepat oleh audiens.

3. *Modular Grid*

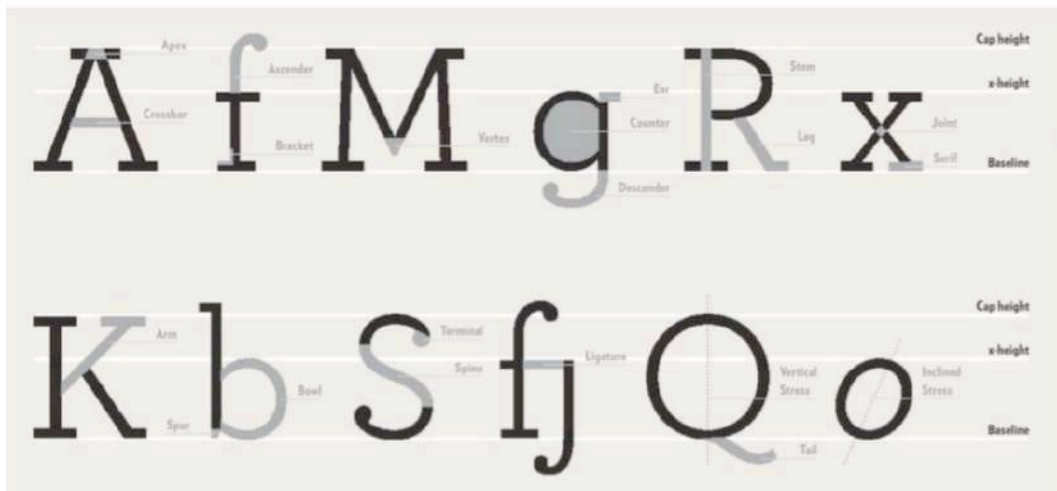
Grid ini adalah jenis yang paling cocok digunakan untuk konten yang kompleks dan padat informasi, seperti koran, kalender, dan diagram. *Grid* ini membagi halaman dalam beberapa persegi kecil dan menggabungkan antara baris dan kolom (hlm. 27). Persegi yang kecil nantinya dapat digabungkan sehingga menjadi bidang yang lebih besar lagi.

4. *Hierarical Grid*

Halaman dibagi menjadi beberapa area sehingga lebih fleksibel dengan *grid* ini, cocok untuk informasi yang beragam. Dalam menyusun informasi yang disajikan, kepekaan desainer sangat diperlukan karena *grid* ini memiliki hirarki (hlm. 40).

2.2.4. Tipografi

Supriyono (2017) mengatakan elemen tipografi adalah nilai utama dalam suatu desain agar dapat memikat perhatian pembaca (hlm. 167). Poulin (2011) menambahkan bahwa tipografi merupakan gaya, pengaturan, atau penampilan tulisan yang ada dalam desain grafis di sekitar manusia. Angka, huruf, dan tanda baca yang diatukan akan menghasilkan kata-kata, kalimat, bahkan paragraf untuk dibaca oleh pembaca. Tujuan desainer grafis adalah menggunakan tipografi secara efisien serta membuat karya desain menjadi mudah dimengerti. Pemilihan jenis, jajaran, ukuran, warna dan kesenjangan harus diperhatikan agar dapat meraih tipografi yang berdampak positif (hlm. 248).



Gambar 2.2. Anatomi Bentuk Huruf
(The Language of Graphic Design, 2011)

Menurut Cullen, Tipografi merupakan bentuk visual dari bahasa yang memiliki tujuan untuk menyampaikan informasi, dan terdiri dari huruf yang membentuk kata hingga menjadi kalimat (hlm. 12). Krause (2015) menambahkan pada dasarnya tipografi dibagi menjadi 3 jenis; *serif*, *sans serif* dan *script* (hlm.

15). Cullen menjelaskan bahwa dalam penerapan tipografi pada *layout*, terdapat beberapa faktor yang harus diperhatikan karena berpengaruh terhadap tingkat kesulitan yang dirasakan pembaca dalam membaca suatu tipografi (hlm. 86).

Faktor tersebut antara lain:

1. *Space & Spacing*

Space & spacing memiliki warna, *kerning & tracking*, dan juga *leading* yang mengatur area di sekitar *type* dan mempengaruhi kesan yang tercipta. Warna pada faktor ini adalah value yang mempengaruhi *emphasis* atau penekanan. Jarak yang terdapat antara beberapa huruf atau tanda baca khusus adalah *kerning*, dan jarak antara huruf secara keseluruhan adalah *tracking*. *Leading* merupakan jarak huruf secara vertikal yang memiliki 3 jenis, yaitu positif, negatif, dan solid (hlm. 86).

2. *Text Size*

Menurut Haslam (hlm. 88), sebuah halaman bergantung pada format, tujuan dan pembacanya.

3. *Alignments & Paragraph*

Paragraf dipengaruhi oleh ukuran *type*, panjang kalimat, dan *leading*. Terdapat 4 jenis paragraf, yaitu *flush right*, *flush left*, *centered*, dan *justify*. Selain itu terdapat juga *indent*, *full and half line returns*, *outdent*, dan simbol. *Indent* adalah jarak kosong pada kalimat di awal

paragraf baru. *Full and half time returns* adalah jarak yang cukup besar untuk membedakan paragraf. *Outdent* adalah kebalikan dari *Indent* (hlm. 100).

4. Hierarchy

Hierarchy memfokuskan urutan baca pada sebuah layout. Hierarchy dapat diatur dengan ukuran *type*, jenis tipografi, *tracking & leading*, dan elemen desain seperti garis, bentuk dan warna (hlm. 102).

2.2.5. Warna

Menurut Graver dan Jura (2012) warna adalah elemen yang penting dalam pembentukan persepsi dan penyampaian informasi. Penerapan warna dalam *layout* dapat menonjolkan sebuah informasi pada halaman maka seorang desainer harus berhati-hati dalam memilih keharmonisan warna (hlm. 166).

McLeod (2016) menjelaskan bahwa terdapat 4 warna utama dalam teori *The Lusher Test*, yaitu merah menggambarkan kepercayaan diri, kekuatan dan antusias; warna biru menggambarkan kedamaian dan ketenangan; kuning menggambarkan kebebasan dan pengembangan diri; hijau menggambarkan ketegasan dan identitas. Seiring perkembangan zaman, penggunaan warna terus berkembang dengan dipengaruhi oleh aspek sosial, politik, budaya, dan agama. Daya tarik audiens tentunya dipengaruhi oleh pemilihan warna (hlm. 15).

Menurut Adams (2017) melalui pandangan warna, manusia merasakan perasaan emosi, fisik, dan mental. Kusrianto (2007) menambahkan warna

merupakan prinsip visual yang memiliki hubungan dengan materi yang mendukung tampilnya warna yang dirancang sesuai jenis pigmen. Mata akan menyambut impresi yang dihasilkan oleh cahaya. Warna memiliki tiga hal mendasar, yaitu *hue* sebagai *spectrum* warna, *saturation* sebagai nilai kepekatan, dan *lightness* yang merupakan terang dan gelapnya nilai cahaya, sehingga *lightness* memiliki peran yang sangat berpengaruh dalam menghasilkan warna.

2.2.6. Ilustrasi

Male (2017) mengatakan terdapat gaya dalam ilustrasi yang berfungsi sebagai pembeda dan menjadi ciri khas tertentu (hlm. 50). Gaya ilustrasi dapat dibagi menjadi dua, antara lain:

1. Literal

Memiliki konteks fantasi namun cenderung menggambarkan situasi yang *real*. Teknik yang digunakan beragam dari lukisan tradisional hingga digital *hyperrealism*.

2. Konseptual

Dalam menggambarkan ide atau teori banyak menggunakan metafora, namun tetap memiliki unsur realitas. Ilustrasi ini biasanya berupa diagram, surealisme, abstrak, maupun *mix media*.

Kedua gaya ini dapat digunakan dalam 5 peranan ilustrasi, antara lain informasi, penjelasan, naratif, persuasif dan identitas dengan tingkat kecocokan masing-masing terhadap gaya ilustrasi, misalnya *hyperrealism* cocok digunakan

untuk menginformasikan sesuatu yang detail, dan *surrealism* cocok digunakan dalam bidang periklanan.

Menurut Hall (2011) ilustrasi memiliki teknik yang dibagi kedalam beberapa kategori:

1. *Drawing*

Drawing adalah dasar dari seni visual yang biasanya menggunakan pensil sebagai alat ilustrasi utama. Dengan adanya kemajuan teknologi, untuk menciptakan ilustrasi kita juga dapat menggunakan komputer melalui *mouse* atau *drawing tablet* (hlm. 23).

2. *Painting*

Painting merupakan salah satu cara untuk menciptakan ilustrasi yang spesial karena hanya dapat diproduksi secara terbatas. Alat yang digunakan biasanya cat yang berbasis air, seperti *gouache paint*, *acrylic paint*, dan *watercolor paint* (hlm. 30).

3. *Printmaking*

Printmaking merupakan proses penciptakan ilustrasi secara mekanik yang dapat dilakukan berulang kali. Ilustrasi ini dapat diproduksi secara banyak, berbeda dengan *painting*. Beberapa teknik dalam *printmaking* adalah *wood engraving*, *linocut*, *drypoint*, *etching*, *engraving*, *lithography*, *screenprinting*, dan *monoprinting* (hlm. 33).

4. *Collage*

Ilustrator menggunakan beberapa *imagery* yang disusun sedemikian rupa membentuk sebuah ilustrasi baru. Teknik ini banyak digunakan pada zaman Dadaisme dan Surealis.

5. *Digital Environment*

Ilustrator menggunakan komputer untuk menciptakan ilustrasi. Banyak bentuk ilustrasi yang dikembangkan kembali melalui aplikasi seperti Adobe Photoshop dan Adobe Illustrator dengan menggunakan *scanner* dan mesin cetak.

2.2.6.1. Ilustrasi Sebagai Informasi

Salah satu peranan ilustrasi menurut Male adalah sebagai informasi yang disajikan untuk dimengerti oleh audiens (hlm. 88). Ilustrasi dalam informasi sangat beragam dan dapat menggunakan kedua gaya ilustrasi; literal dan kompleks tergantung pada jenis informasi yang disajikan.

2.2.7. Fotografi

Menurut Sharma (2013) "*photography*" berasal dari bahasa Yunani kuno, "*photo*" adalah cahaya dan "*graph*" adalah representasi atau gambar. Sehingga, "*photography*" memiliki arti menggambar dengan cahaya (hlm. 3). Selain itu, Sharma menambahkan fotografi adalah media komunikasi yang sangat efektif untuk menyampaikan informasi, menyimpan memori, dan bahkan dapat menyentuh hati manusia dengan berbagai cara. Fotografi juga merupakan ilmu

yang dapat menembus perbedaan bahasa karena tidak menggunakan bahasa verbal (hlm. 15).

2.2.8. Gestalt

Arntson (2012) mengatakan bahwa Gestalt adalah prinsip yang sering sekali digunakan dalam desain. Gestalt adalah prinsip dalam ilmu psikologi yang memiliki arti keutuhan dan sebuah teori mengenai persepsi visual yang dikembangkan oleh psikolog Jerman pada era 1920. Manusia sering mengelompokkan objek dengan teori ini yang dilihat dengan beberapa prinsip, antara lain:

1. Similarity

Objek yang memiliki kemiripan dalam elemen visual akan menciptakan prinsip *similarity* atau kesamaan. Objek-objek ini dilihat sebagai pola. Salah satu objek dapat menjadi menonjol apabila berbeda dan disebut sebagai anomali dalam prinsip *similarity*.

2. Continuation

Pergerakan yang berkesinambungan antara objek-objek pada mata akan menimbulkan prinsip *continuation*. Saat melihat objek yang memiliki bagian yang hilang, manusia cenderung mengisi bagian tersebut.

3. Closure

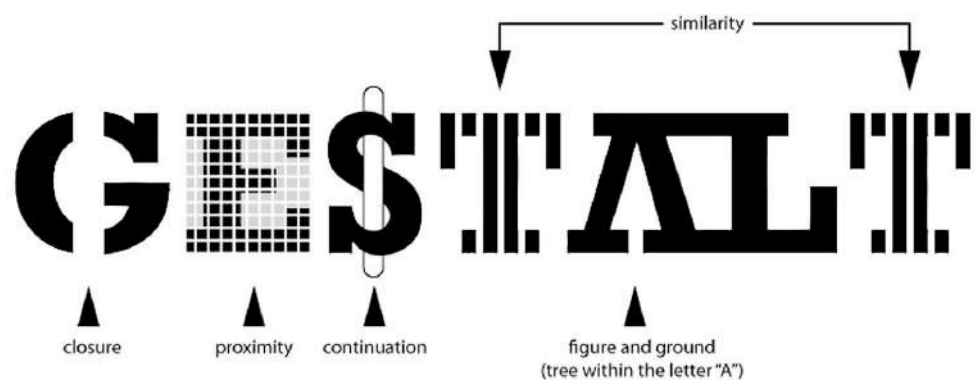
Prinsip closure terdapat pada saat sebuah objek memiliki kesan belum selesai atau memiliki sebuah spasi yang tidak seluruhnya tertutup. Manusia cenderung mengisi bagian yang hilang pada sebuah objek.

4. Proximity

Prinsip yang terdapat pada objek-objek yang berdekatan secara bersamaan kemudian menimbulkan kesan sebagai kesatuan. Objek tunggal yang disusun secara acak tidak akan menimbulkan *proximity*.

5. Figure and Ground

Mata manusia mendiferensiasikan objek melalui objek-objek lain pada sekitarnya. Figur dibentuk oleh pola, bayangan, dan bentuk, sedangkan ground adalah objek disekitarnya. *Figure* dan *ground* bekerja secara bersamaan



Gambar 2.3. Prinsip Gestalt
(<https://uxplanet.org>)

2.3. Kopi

Menurut Rahardjo (2012) Kopi merupakan salah satu jenis tanaman perkebunan yang memiliki nilai ekonomis cukup tinggi dan sudah lama dibudidayakan. Afrika adalah negara asal kopi, yang lebih tepatnya berada di daerah pegunungan di Etopia. Kopi baru dikenal masyarakat dunia setelah dikembangkan di Yaman atau bagian selatan Arab melalui para pengusaha.

Sinnott (2010) mengatakan perkembangan industri kopi mulai masuk ke Indonesia sekitar pertengahan tahun 1600 ketika dibawa dan ditanamkan oleh Belanda di tanah Jawa. Namun karena menguntungkan, Belanda mulai menyebarkan ke berbagai daerah agar para penduduk menanam tanaman kopi. Kopi Indonesia yang sangat disukai dan dikenal oleh masyarakat dalam negeri maupun luar negeri adalah Sulawesi atau "*Celebes*".

2.3.1. Jenis Kopi

Menurut Sinott (2010) terdapat 3 jenis tanaman kopi, antara lain:

1. Arabica

Kopi arabika berasal dari tanaman asli Afrika yang ditemukan dan diolah menjadi minuman hingga saat ini. Biasanya pemetikan biji kopi ini dilakukan secara tradisional menggunakan tangan. Kopi arabika memiliki kafein yang paling sedikit dibandingkan dengan jenis kopi lainnya. Terdapat 2 jenis tanaman yang menghasilkan kopi arabika, yaitu *Bourbon* dan *Typica*.

2. Robusta

Kopi robusta mengandung kafein dua kali lipat dibandingkan dengan kopi arabika. Tanaman kopi robusta memiliki tinggi yang lebih pendek sehingga membuat lebih mudah untuk dipetik. Kopi robusta memiliki cita rasa khas yang berbeda dari kopi arabika.

3. *Liberica*

Pada tahun 1870, kopi liberika hampir mengalahkan konsumsi kopi arabika karena wabah penyakit yang menyerang daun tanaman tumbuhan kopi arabika. Namun kopi ini kurang diminati oleh orang Eropa dan Amerika, tetapi sangat disukai oleh orang-orang di Asia.

2.3.2. Proses Pengolahan Kopi

Menurut Sinott (2010) untuk dapat mengkonsumsi kopi, terdapat beberapa proses pengolahan yang harus dilalui untuk menghasilkan sebuah minuman. Berikut proses pengolahan biji kopi:

1. *Roasting*

Roasting adalah proses penggorengan biji kopi yang berwarna hijau muda hingga warnanya berubah menjadi coklat kehitaman sesuai dengan rasa yang mau didapatkan. *Roasting* merupakan variabel yang sangat mempengaruhi rasa pada kopi yang dihasilkan. Barista atau pembuat kopi dapat merancang rasa kopi yang dihasilkan melalui proses *roasting*.

2. *Grinding*

Grinding adalah proses penghalusan biji kopi hingga menjadi bubuk menggunakan alat bantu bernama *grinder*. Tingkat kehalusan hasil *grinding* dipengaruhi oleh ketajaman pisau pada *grinder*.

3. *Brewing*

Brewing adalah proses terakhir untuk menghasilkan minuman kopi dimana biji kopi yang sudah halus dilarutkan menggunakan air panas dengan suhu kurang lebih 93 derajat *celcius* dan waktu sekitar empat hingga delapan menit sesuai dengan rasa yang mau dihasilkan.