

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Media

Menurut Laughey dan McQuail (sebagaimana dikutip dalam Nasrullah, 2017, hlm. 3) media, secara sederhana dapat dijelaskan sebagai alat komunikasi seperti definisi yang selama ini diketahui. Namun, sebenarnya media bukan sekadar alat ataupun perantara dalam proses komunikasi, Media memiliki kekuatan untuk menciptakan makna dan budaya. “*the medium is the message*” yang dikatakan oleh McLuhan (sebagaimana dikutip dalam Nasrullah, 2017, hlm. 4) menegaskan bahwa media juga merupakan sebuah bagian dari pesan yang dapat mengubah pola komunikasi, budaya komunikasi hingga bahasa dalam komunikasi antar manusia.

Sementara menurut Katz (2007), media memainkan peranan penting dalam kehidupan kita sehari-hari. Media membantu memenuhi dua kebutuhan mendasar kita, yaitu menginformasi dan menghibur (hlm. 1).

Maka dapat disimpulkan bahwa media tidak hanya sebuah alat dalam proses komunikasi, media mempunyai peranan penting dalam kehidupan, media dapat dilihat dari berbagai macam aspek. Antara satu media dengan lainnya dapat mengandung nilai-nilai dan menjadi pengaruh berbeda pada segi sosial, budaya, politik hingga ekonomi.

2.2. Buku

Menurut Haslam (2006), buku merupakan bentuk tertua dari dokumentasi; buku menyimpan pengetahuan, ide dan kepercayaan dunia ini. Buku adalah sebuah wadah yang mudah dibawa, berisi lembaran-lembaran yang dicetak untuk melindungi, mengumumkan, menguraikan dan menyebarkan pengetahuan kepada orang yang terpelajar yang melampaui ruang dan waktu (hlm. 6,9).

2.2.1. Sejarah Buku

Menurut Campbell, Fabos & Martin (2012), sebelum adanya buku dan tulisan secara general, informasi dan nilai disebarkan melalui pengetahuan dan memori dari para tetua masyarakat atau para pendongeng. Namun seringkali informasi dan nilai yang disebarkan secara verbal lenyap. Sejak kaum Babilonia dan Mesir kuno bereksperimen dengan alfabet, mereka akan menyimpan simbol-simbol ke dalam papan yang terbuat dari tanah liat. Simbol dan huruf tersebut di gambar pada potongan kayu dan di cetak ke tanah liat yang selanjutnya diikat atau ditumpuk, membentuk buku pertama sekitar tahun 2400 sebelum masehi. Mesir kuno menulis di atas papyrus, yang terbuat dari tumbuhan alang-alang di sekitar sungai nil. Selanjutnya metode ini berkembang dan diadaptasi oleh Yunani dan Roma kuno. Sekitar tahun 1000 sebelum masehi, orang-orang di Cina mulai menciptakan benda sejenis buku yang menggunakan potongan kayu atau bambu yang diikat. Cina mulai membuat kertas yang terbuat dari kapas dan linen sekitar tahun 105 masehi (hlm. 290-291).

Bentuk *protomodern* buku pertama kemungkinan diproduksi oleh bangsa Romawi sekitar abad keempat, yang menciptakan *codex*, tipe buku yang menggunakan perkamen yang dijahit tepiannya, kemudian dijilid menggunakan potongan kayu tipis yang dibalut dengan kulit hewan.

2.2.2. Jenis Buku

a. Buku Komersil

Buku komersil adalah buku yang ditujukan kepada pembaca umum dan dijual bebas di gerai-gerai umum. Industri buku komersil membedakan kategori bukunya menjadi buku anak dan remaja, buku dewasa dan komik serta novel grafis. Buku dewasa meliputi fiksi, non-fiksi, biografi, buku tentang hobi, travel hingga buku masak. Sementara buku anak dan remaja meliputi buku bergambar anak dan novel berseri (Campbell, Fabos & Martin, 2012, hlm. 331).

b. Buku Profesional

Menurut Campbell, Fabos & Martin (2012), buku profesional merupakan buku yang tidak ditargetkan kepada masyarakat umum, melainkan ditargetkan kepada spesialisasi profesional didalam bidangnya, seperti buku tentang hukum, obat hingga buku yang membahas bidang teknis-ilmiah (hlm. 332).

c. Buku Pelajaran

Buku pelajaran digunakan untuk meningkatkan tingkat melek huruf dan tingkat edukasi publik. Buku pelajaran terbagi mulai dari buku pelajaran sekolah dari

tingkat dasar hingga akhir, buku pelajaran kuliah hingga buku pendidikan kejuruan (Campbell, Fabos & Martin, 2012, hlm. 332,333).

d. Buku religi

Menurut Campbell, Fabos & Martin (2012), buku terlaris sepanjang masa adalah alkitab. Penjualan buku religi mengalami kenaikan drastis setelah perang dunia kedua. Buku religi merupakan bagian penting dalam industri buku, terutama pada masa-masa yang bergejolak (hlm. 336).

e. Buku Referensi

Salah satu jenis buku yang paling besar di industri adalah buku referensi yang mencakup ensiklopedi, kamus, atlas hingga buku yang berkaitan langsung dengan suatu bidang profesi. Buku referensi yang paling umum adalah ensiklopedia, yang bermula saat *Pliny the elder* menulis buku referensi tertua yang masih ada, *Historia Naturalis*, yang berisi tentang ribuan fakta tentang binatang, tanaman dan mineral (Campbell, Fabos & Martin, 2012, hlm. 337).

2.3. Media Sosial

Tiga bentuk bersosial, seperti pengenalan, komunikasi dan kerja sama dapat terlihat dan dianalogikan sebagai cara kerja komputer yang juga membentuk suatu sistem sebagaimana adanya sistem di antara masyarakat. Bentuk tersebut merupakan lapisan di mana lapisan pertama menjadi dasar dari lapisan lainnya, pengenalan pada dasarnya merupakan dasar untuk dapat berkomunikasi dan

komunikasi merupakan dasar terjadinya kerja sama. Begitu pula sistem komputer, didalam jaringan internet terdapat sistem yang menghubungkan satu pengguna dengan pengguna lainnya, keterhubungan antar pengguna tersebut juga membentuk jaringan layaknya yang terjadi di masyarakat di dunia nyata seperti tatanan, nilai, struktur sampai realitas sosial. Konsep ini dipahami sebagai *techno-social system* (sebagaimana dikutip dalam Nasrullah, 2017, hlm. 8).

Menurut Nasrullah (2017), media sosial merupakan medium yang ada di internet yang memungkinkan penggunanya untuk mempresentasikan diri, berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara virtual (hlm. 10-11).

2.4. Ikan Hias

Menurut Alderton (2019), ikan merupakan hewan bertulang belakang tertua di dunia, semua ikan memiliki insang, yang mereka gunakan untuk mendapatkan oksigen. Sementara ikan hias merupakan ikan yang dipelihara untuk berbagai alasan, dari sebagai hewan pendamping hingga sebagai hewan kompetisi. Namun kebanyakan orang memelihara ikan hias sebagai hewan pendamping atau sebagai pajangan dirumah (hlm. 16,26).

2.4.1. Sejarah Ikan Hias

Menurut Brunner (2005) ketertarikan manusia untuk mengamati ikan di dalam suatu wadah sudah berlangsung sejak berabad-abad lalu, kolam yang terhubung dengan sungai dipercaya sudah ada di koloni Yunani kuno sejak 500 sebelum

masehi. Berabad-abad kemudian hampir semua hunian di pesisir kekaisaran Roma memiliki kolam ikan air laut. Di abad 10 masehi ikan mas menjadi sangat populer di kalangan penguasa di Cina, kaisar Hung Wu mendirikan pabrik porselen untuk tanaman air dan ikan hias (hlm. 21-22).

Sekitar tahun 1500, ikan mas diekspor ke Sakai, kota dekat Osaka, Jepang. Namun baru dua ratus tahun kemudian budaya ikan mas di Jepang berkembang, dimulai dari munculnya peternak profesional ikan mas, Sato Sanzaemon. Kini Jepang terkenal dengan ikan masnya, kompleksitas jenis, keturunan dan berbagai spesies yang berbeda (Brunner, 2005, hlm. 22-23).

Ikan mas pertama yang masuk ke Eropa kemungkinan berasal dari Portugal di tahun 1611, dan di Inggris pada 1691. Bahkan ikan mas yang dihadiahkan kepada *Marquis de Pompadour* oleh *French East India Company* di tahun 1750, lebih dari seratus tahun sejak masuknya ikan mas di Eropa, menimbulkan sensasi yang menghebohkan, hingga kepopuleran ikan mas sebanding dengan burung kenari yang sedang populer di masa itu. Di tahun 1770, memelihara ikan mas sudah menjadi hal yang umum di masyarakat Eropa (Brunner, 2005, hlm. 23-24).

2.4.2. Ikan Hias *Cichlid*

Menurut Smith (2007), *cichlid* merupakan bagian dari ordo *perciformes* yang memiliki karakteristik dua tulang faring bawah yang bergabung membentuk segitiga (hlm. 9). Namun menurut Nelson, Grande & Wilson (2016), *cichlid* merupakan bagian dari ordo *cichliformes* yang berisikan *cichlid* dan *convict*

blenny (hlm. 383). Dilihat dari gigi yang terdapat pada tulang tersebut dapat memperkirakan pola makan ikan tersebut. Fitur lain yang dimiliki *cichlid* adalah sepasang lubang hidung, garis lateral yang terpisah, langit-langit mulut yang tidak bergigi, sirip dubur dengan tiga atau lebih tulang dan satu sirip punggung yang menyambung.

Cichlid merupakan kelompok besar ikan dari famili *Cichlidae* yang berasal dari Amerika Tengah, Amerika Selatan, Afrika, Madagaskar dan beberapa spesies yang ditemukan di Asia. Karakteristik dan kebutuhan *cichlid* sangat beragam bergantung pada habitat asalnya, hal ini membuat banyak spesies *cichlid* menjadi hewan peliharaan yang populer (Alderton, 2019, hlm. 136).

2.5. Desain

Menurut Bienert & Guan (2012), Desain sangat berkaitan dengan segala aspek kehidupan, desain tidak dapat dipisahkan dari hidup, musik bahkan makanan dan teman (hlm. 6). Sementara menurut Lauer & Pentak (2011), desain berarti rencana, menurutnya desain pada dasarnya adalah kebalikan dari kebetulan. Dalam ungkapan “*it happen by design*”, itu berarti suatu kejadian sudah direncanakan, bukan hanya kebetulan belaka. Tiap profesi di disiplin ilmu yang berbeda pasti melakukan suatu perencanaan, namun seorang desainer pasti merencanakan pengaturan elemen-elemen visual untuk menciptakan solusi (hlm. 20).

2.5.1. Prinsip Desain

2.5.1.1. Keselarasan

Keselarasannya diperlukan untuk mengatur sebuah desain, tanpa adanya keselarasan komposisi menjadi berantakan dan kehilangan kesatuan. Menurut Lauer & Pentak (2011), keselarasan sangat berkaitan dengan kesatuan. Kesatuan berarti ada keselarasan atau kesepakatan di antara elemen-elemen dalam desain, sehingga seolah-olah elemen-elemen yang berbeda tersebut memiliki keterkaitan visual (hlm. 28).



Gambar 2.1 Contoh keselarasan

(Lauer & Pentak, 2011)

2.5.1.2. Repetisi

Menurut Lauer & Pentak (2011), repetisi merupakan pengulangan berbagai bagian di dalam desain sehingga didapatkan keterkaitan diantaranya. Elemen yang diulang dalam sebuah desain hampir bisa semua elemen, mulai dari warna, bentuk, arah hingga sudut (hlm. 36).



Gambar 2.2 Contoh repetisi

(Lauer & Pentak, 2011)

2.5.1.3. Penekanan



Gambar 2.3. Contoh penekanan

(Lauer & Pentak, 2011)

Dalam sebuah desain, penekanan dilakukan untuk menarik perhatian *audience* kepada suatu elemen dan mengundang mereka untuk melihat lebih dekat. Untuk mencapai sebuah penekanan dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti penekanan melalui kontras, dengan cara membuat elemen yang ingin ditekankan berbeda dari elemen-elemen lainnya, penekanan melalui isolasi yaitu dengan

memisahkan suatu elemen dan menjauhkannya dengan elemen lainnya dan penekanan melalui penempatan, yaitu dengan menempatkan elemen yang ingin ditekankan di tengah sebuah desain sehingga elemen tersebut menjadi pusat perhatian (Lauer & Pentak, 2011, hlm. 56-62).

2.5.1.4. Proporsi

Menurut Lauer & Pentak (2011), proporsi berarti ukuran relatif ketika suatu elemen dibandingkan dengan elemen lainnya. Proporsi sangat berkaitan dengan penekanan, memanfaatkan proporsi dapat membantu menekankan suatu elemen (hlm. 70).



Gambar 2.4. Contoh proporsi

(Lauer & Pentak, 2011)

2.5.1.5. Keseimbangan

Keseimbangan atau distribusi suatu visual dalam sebuah desain dapat membantu memasukkan sebuah pesan ke dalam desain. Keseimbangan dalam desain meliputi ketidakseimbangan, keseimbangan simetris, keseimbangan asimetris,

keseimbangan dalam warna, keseimbangan dalam pola dan keseimbangan dalam posisi (Lauer & Pentak, 2011, hlm. 88-108).

a. Ketidakseimbangan

Keseimbangan adalah terget universal dalam membuat sebuah komposisi. Kebanyakan komposisi yang kita lihat telah secara sadar diberikan keseimbangan oleh pembuatnya. Namun hal ini tidak berarti tidak ada ruang untuk memasukan ketidakseimbangan ke dalam suatu komposisi visual. Ketidakseimbangan dapat diterapkan untuk dengan sengaja menggugah perasaan gelisah dan resah *audience* ketika melihat suatu karya (Lauer & Pentak, 2011, hlm. 90).



Gambar 2.5. Contoh ketidakseimbangan

(Lauer & Pentak, 2011)

b. Keseimbangan Simetris

Menurut Lauer & Pentak (2011), keseimbangan simetris adalah bentuk keseimbangan yang paling simpel, dalam keseimbangan simetris, objek visual ditempatkan pada posisi yang sama di kedua sisi dan memberikan berat yang sama (hlm. 92).



Gambar 2.6. Contoh keseimbangan simetris

(Lauer & Pentak, 2011)

c. Keseimbangan Asimetris

Keseimbangan asimetris diperoleh dengan penempatan objek berbeda yang mempunyai berat visual yang sama. Penempatan objek visual pada keseimbangan asimetris tidak sama, namun objek visual tersebut menyeimbangi satu dengan lainnya dan bukan membuat komposisi menjadi tidak seimbang (Lauer & Pentak, 2011, hlm. 96).

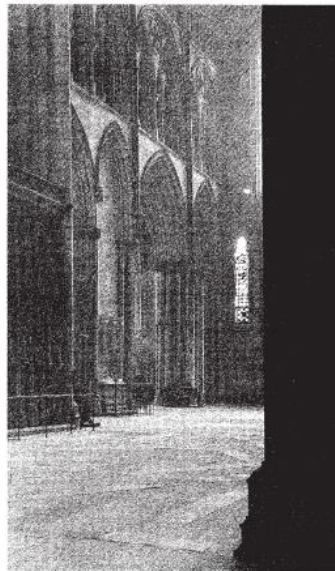


Gambar 2.7. Contoh keseimbangan asimetris

(Lauer & Pentak, 2011)

d. Keseimbangan Dalam Warna

Menurut Lauer & Pentak (2011), keseimbangan asimetris didasarkan pada berat visual pada objek yang berbeda pada mata *audience*. Warna menjadi salah satu cara untuk memunculkan keseimbangan asimetris, seperti *value* warna hitam pada putih memberikan kontras yang lebih kuat dibandingkan dengan abu-abu pada putih, sehingga dibutuhkan warna abu-abu yang lebih banyak untuk memberikan keseimbangan pada warna hitam yang sedikit (hlm. 98).



Gambar 2.8. Contoh keseimbangan *value* warna

(Lauer & Pentak, 2011)

Pemilihan warna juga dapat memberikan keseimbangan pada komposisi, seperti pada contoh, pelukis menggunakan warna merah pada jubah pria di sisi kanan untuk memberikan keseimbangan pada berat visual dari baju putih wanita di sisi kiri.

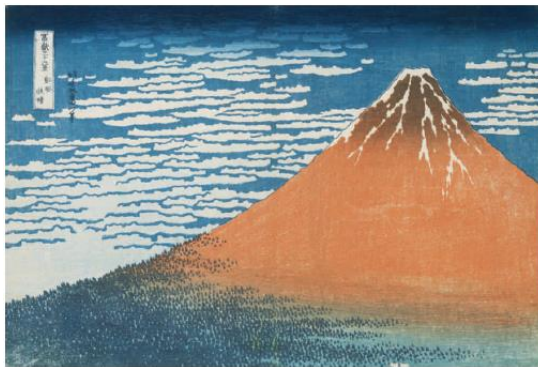


Gambar 2.9. Contoh keseimbangan warna

(Lauer & Pentak, 2011)

e. Keseimbangan dalam Pola

Keseimbangan dalam pola bisa didapatkan dengan mengkombinasikan pola kompleks dan detail dan memberikannya keseimbangan dengan pola yang lebih simpel dan polos dalam jumlah yang lebih besar (Lauer & Pentak, 2011, hlm. 100-101).



Gambar 2.10. Contoh keseimbangan pola

(Lauer & Pentak, 2011)

f. Keseimbangan Posisi

Keseimbangan posisi dapat dicapai dengan menempatkan objek visual yang lebih berat lebih ke tengah dan menyeimbangkannya dengan objek visual yang lebih ringan yang ditempatkan lebih ke luar. Keseimbangan posisi seringkali memberikan hasil yang terlihat tidak biasa, kasual dan tidak direncanakan bahkan dalam pandangan pertama seperti asimetris (Lauer & Pentak, 2011, hlm. 102).



Gambar 2.11. Contoh keseimbangan posisi
(Lauer & Pentak, 2011)

2.5.2. Gambar

Menurut Butler, Holden & Lidwell (2010), gambar secara general lebih mudah diingat dan dikenali dibanding tulisan (hlm.184). Butler, Holden & Lidwell menjelaskan tentang efek keunggulan gambar, di mana efek ini sering digunakan pada desain, pemasaran, penulisan teknis dan konteks desain lainnya yang membutuhkan penarikan ingatan tentang suatu informasi dengan mudah dan

akurat. Dapat disimpulkan bahwa penggunaan gambar lebih efektif dalam menarik ingatan *audience* tentang informasi yang ditampilkan dibanding menggunakan tulisan.

2.5.2.1. Fotografi

Menurut Tipling (2015), dalam pemotretan hewan, fotografer harus memiliki pengetahuan tentang perilaku binatang dan tanda-tanda yang mengisyaratkan akan terjadinya perilaku yang menarik untuk dipotret, selain itu berada di tempat yang tepat pada waktu yang tepat juga sangat membantu. Kini banyak juga fotografer yang memotret hewan yang sudah ditangkarkan seperti elang peliharaan para *falconers*, hewan di peternakan atau kebun binatang, namun komposisi dan pengaturan lingkungan menjadi terbatas (hlm. 56).

Untuk pemotretan bawah air Aurum (2015) mengatakan, teknik memotret bawah air tidak jauh berbeda dengan di darat. Yang perlu diperhatikan adalah komposisi, pencahayaan dan momen (hlm. 176). Bilissi dan Langford (2011) mengatakan, dalam memotret bawah air harus memperhatikan perubahan cahaya di air, karena pembiasan cahaya di air lebih besar dibandingkan di udara. Hasilnya, subjek bawah air tampak lebih dekat dan besar dibandingkan dengan aslinya (hlm. 321).

Dalam bukunya, Lezano (2015), membagi fotografi alam menjadi beberapa bagian, yaitu :

a. Wildlife

Dengan ketertarikan manusia pada alam, fotografi dengan subyek margasatwa sangatlah populer. Tidak pernah ada kekurangan kemungkinan foto yang baik

ketika memotret mamalia, burung, reptil, ikan, amfibi dan serangga. Dalam memotret hewan liar dibutuhkan pengetahuan mengenai subjek yang akan dipotret. Cara mendekatinya dengan baik atau cara memancing mereka untuk mendekati kamera, namun yang paling penting adalah kesabaran untuk menangkap momen yang menarik (Lezano, 2015, hlm. 10).



Gambar 2.12. Fotografi *wildlife*

(Lezano, 2015)

b. Flora

Flow, warna, desain dan indahnya tanaman, baik berbunga ataupun tidak, membuat flora menjadi objek fotografi yang populer. Dalam *close-up* fotografer dapat menyoroti detail dan warna, dan dari kejauhan tanaman dapat di hubungkan dengan keadaan sekitarnya. Yang perlu diperhatikan dalam fotografi flora adalah *depth-of-field*, pencahayaan dan sudut pandang (Lezano, 2015, hlm. 44-46).



Gambar 2.13. Fotografi flora

(Lezano, 2015)

c. Landscapes

Fotografi pemandangan mungkin adalah subjek yang paling populer untuk fotografer. Untuk memotret pemandangan yang baik tidak sesulit yang terlihat, teknik yang digunakan *straightforward* dan tidak memerlukan perlengkapan yang mahal. Yang dibutuhkan adalah apresiasi terhadap dunia disekeliling dan kemampuan untuk mengubah apa yang terlihat menjadi komposisi yang baik (Lezano, 2015, hlm. 56).



Gambar 2.14. Fotografi *landscapes*

(Lezano, 2015)

2.5.2.2. Ilustrasi

Ilustrasi menggabungkan ekspresi personal dari penciptanya dengan representasi gambar untuk menyampaikan suatu gagasan. Ilustrasi mampu menangkap imajinasi, yang akan tinggal dan mengikat suatu momen dalam kehidupan *audience* dengan masa sekarang, ilustrasi merupakan bentuk seni yang signifikan dan bertahan lama (Crush & Zeegen, 2014, hlm. 12). Crush & Zeegen membagi ilustrasi menjadi :

a. *Editorial Illustration*

Editorial Illustration adalah ilustrasi yang diterapkan pada editorial seperti koran atau majalah. Berbeda dari fotografi yang digunakan untuk mempresentasikan gambar sebagai fakta, ilustrasi dapat digunakan untuk menunjukkan gagasan atau sudut pandang personal. Kontras ilustrasi dari fotografi inilah yang bekerja sangat baik di proyek editorial dan sangat jarang ilustrasi digunakan diluar ini dalam konteks penerbitan (Crush & Zeegen, 2014, hlm. 88).



Gambar 2.15. Contoh *editorial illustration*
(Crush & Zeegen, 2014)

b. *Book Publishing*

Menurut Crush & Zeegen (2014), bisa dikatakan bahwa sejatinya buku adalah media pertama dari ilustrasi, dan hubungan tulisan dengan ilustrasi adalah sesuatu yang spesial. Sampai dengan tahun 1839, di mana kamera dan fotografi ditemukan, ilustrasi merupakan satu-satunya bentuk gambar di dalam buku. Kini ilustrasi kebanyakan hanya dipakai pada buku anak, buku fiksi dan buku referensi teknis (hlm. 92).



Gambar 2.16. Contoh *book publishing illustration*

(Crush & Zeegen, 2014)

c. *Fashion Illustration*

Fashion Illustration kini bergeser dari mendokumentasikan pekerjaan *fashion designer* untuk majalah, menjadi membuat ilustrasi untuk produk *fashion* itu sendiri. Biasanya *art director* memberikan kesempatan kepada ilustrator untuk membuat desain yang lebih segar, interpretasi yang lebih personal dari trend *fashion* musiman (Crush & Zeegen, 2014, hlm. 96).



Gambar 2.17. Contoh *fashion illustration*

(Crush & Zeegen, 2014)

d. *Advertising Illustration*

Advertising Illustration merupakan ilustrasi yang dibuat dengan tujuan mengiklankan suatu produk atau jasa. Publikasi yang luas menjadi salah satu daya tarik yang memikat ilustrator untuk terjun di bidang *advertising* (Crush & Zeegen, 2014, hlm. 100-101).



Gambar 2.18. Contoh *advertising illustration*

(Crush & Zeegen, 2014)

e. *Music Industry Illustration*

Ilustrasi dalam industri musik memainkan peranan penting membentuk cara kita terhubung dengan musik yang kita dengar, menciptakan identitas dan personaliti dalam bentuk visual. Ilustrasi juga membantu menaikkan jumlah penjualan dengan ilustrasi sebagai cover album, dibanding dengan foto sang artis yang terbilang membosankan. Selain cover pada album ilustrasi juga dipakai pada poster dan promosi musik seperti konser (Crush & Zeegen, 2014, hlm. 106).



Gambar 2.19. Contoh *music industry illustration*

(Crush & Zeegen, 2014)

Sementara Male (2017,), menjelaskan fungsi lain dari ilustrasi, yaitu *Natural Science Illustration* dan *Medical Illustration* (hlm. 175,182).

f. *Natural Science Illustration*

Natural Science Illustration dapat dijelaskan sebagai ‘Seni yang melayani sains’. Ilustrasi yang secara harfiah, merepresentasikan gambar-gambar dalam akurasi yang terukur dan alat grafis lainnya yang mengkomunikasikan segala aspek

berhubungan dengan sains. Ilustrasi ini dapat digunakan untuk membedakan suatu grup taksonomi dengan lainnya, memberikan penekanan pada detail yang penting hingga merekonstruksi bukti fisik yang tidak lengkap. Suatu hal yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan fotografi (Male, 2017, hlm. 175-176).

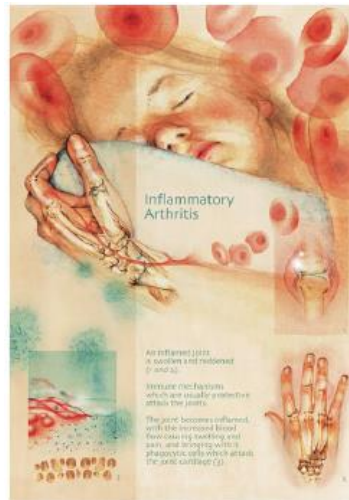


Gambar 2.20. Contoh *natural science illustration*

(Male, 2017)

g. *Medical Illustration*

Medical Illustration telah dilakukan sedini abad pertengahan, namun ilustrator saat itu belum menggunakan referensi yang tepat. Aspek inti dari pembuatan ilustrasi medis adalah untuk membuat ilustrasi anatomi dan bedah untuk kebutuhan edukasi dan pelatihan medis (Male, 2017, hlm. 182-183).



Gambar 2.21. Contoh *medical illustration*

(Male, 2017)

2.5.2.3. *Icon*

Menurut Butler, Holden & Lidwell (2010), *icon* digunakan untuk membuat suatu tindakan, objek dan konsep dalam suatu tampilan yang lebih mudah dicari, dikenali, dipelajari dan diingat. *Icon* dipakai diberbagai tempat, seperti, *signage*, tampilan di komputer hingga panel kendali. Mereka digunakan untuk identifikasi (logo), alternatif dari teks (rambu lalu lintas) atau untuk menarik perhatian *audience* kepada suatu informasi (peringatan bahaya) (hlm. 132). *Icon* terbagi menjadi empat tipe yaitu :

a. *Similar icon*

Similar icon, yang menggunakan gambar yang secara visual langsung dapat disamakan dengan suatu tindakan, objek atau konsep. *Similar icon* paling efektif diterapkan untuk merepresentasikan tindakan, objek atau konsep yang simpel, namun menjadi kurang efektif ketika merepresentasikan tindakan, objek atau konsep yang lebih kompleks.

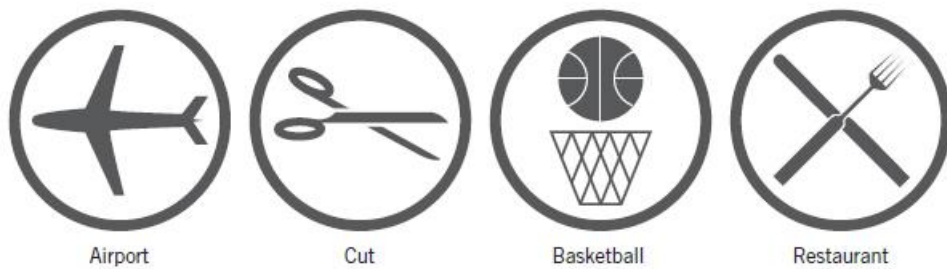


Gambar 2.22. Contoh *similar icon*

(Butler, Holden & Lidwell, 2010)

b. *Example icon*

Example icon, menggunakan gambar yang secara luas diasosiasikan dengan suatu tindakan, objek atau konsep. Mereka lebih efektif dalam merepresentasikan tindakan, objek atau konsep yang lebih kompleks, seperti *icon* bandara direpresentasikan menggunakan gambar pesawat daripada menggunakan gambar bandara.



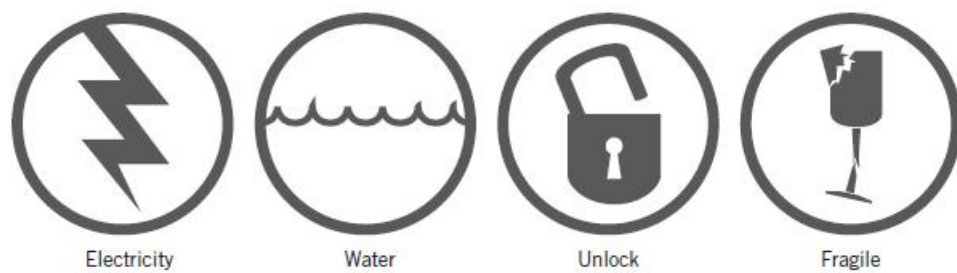
Gambar 2.23. Contoh *example icon*

(Butler, Holden & Lidwell, 2010)

c. *Symbolic icon*

Symbolic icon, menggunakan gambar yang merepresentasikan suatu tindakan, objek atau konsep pada tingkatan abstraksi yang lebih tinggi. Mereka efektif ketika suatu tindakan, objek atau konsep melibatkan objek yang secara luas sudah

diterima dan dikenali. Contohnya *icon* tombol mengunci pintu mobil menggunakan gambar gembok yang merepresentasikan fungsinya, meskipun pada kenyataannya kunci pada mobil sama sekali tidak terlihat seperti gembok.

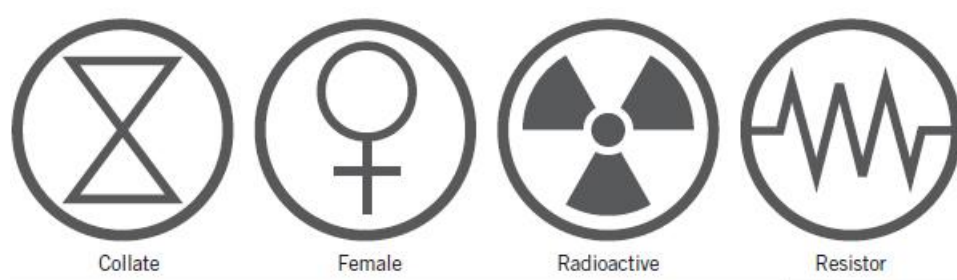


Gambar 2.24. Contoh *Symbolic icon*

(Butler, Holden & Lidwell, 2010)

d. *Arbitrary icon*

Arbitrary icon, menggunakan gambar yang memiliki sedikit atau tidak sama sekali berhubungan dengan tindakan, objek atau konsep yang direpresentasikannya, dengan kata lain hubungan antar *icon* dengan tindakan, objek atau konsep yang direpresentasikannya harus terlebih dahulu dipelajari. Secara umum, *arbitrary icon* hanya digunakan ketika membangun *standar* industri atau lintas kultur yang akan digunakan dalam jangka waktu yang lama. Hal ini membuat masyarakat terpapar pada *icon* cukup lama untuk membuatnya menjadi *icon* yang efektif. Contohnya, simbol radiasi harus dipelajari, karena tidak ada objek yang dapat merepresentasikan radiasi, namun *icon* radiasi dapat dikenali di seluruh belahan dunia.



Gambar 2.25. Contoh *Arbitrary icon*

(Butler, Holden & Lidwell, 2010)

2.5.3. Tipografi

Tipografi merupakan salah satu elemen visual yang digunakan oleh manusia untuk berkomunikasi atau menyampaikan pesan kepada sesama manusia atau kelompok lainnya. Menurut Ambrose & Harris (2006) menjelaskan bahwa tipografi merupakan sarana yang digunakan untuk menuangkan suatu ide dengan menuliskannya dan memberikannya suatu bentuk visual (hlm. 12).

Sementara Cullen (2012) berpendapat, bahwa tipografi adalah sebuah proses membentuk kata-kata menggunakan huruf hingga membuat kata-kata tersebut hidup dan membawa pesan yang ingin disampaikan (hlm. 12). Maka dapat disimpulkan bahwa tipografi merupakan suatu sarana yang paling mudah untuk ditangkap dan dipahami dalam menuangkan ide dan makna kedalam suatu bentuk visual.

2.5.4. Warna

Menurut Best (2017), warna merupakan komponen yang sangat signifikan dalam kehidupan manusia, warna dapat memberikan informasi, menyuguhkan informasi

visual yang kompleks secara cepat, mempengaruhi *mood* dan kinerja hingga melambangkan suatu pesan dalam seni, bendera kebangsaan dan *brand* (hlm. 1).

Sementara menurut Kuehni (2013), warna merupakan sebuah pengalaman yang sifatnya personal, warna memainkan peran penting dalam pengalaman visual dan emosional yang kita alami (hlm. 31). Dengan keterangan para ahli di atas maka dapat disimpulkan bahwa warna memainkan peran penting dalam pengalaman visual dan emosional setiap manusia, di mana dengan warna kita dapat memberikan informasi, menyisipkan suatu pesan hingga menggugah suasana hati yang melihatnya.

2.5.5. *Layout*

Layout merupakan suatu penempatan elemen dalam desain grafis seperti objek, gambar dan tipografi dalam sebuah halaman (Ambrose & Harris, 2007, hlm. 6).

Layout dalam desain juga menyangkut tentang grid, struktur, hierarki dan ukuran spesifik dalam suatu desain (Ambrose & Harris, 2011, hlm. 10).

Sementara menurut Poulin (2018), *layout* merupakan salah satu bentuk ekspresi visual dan komunikasi yang paling kuat. *Layout* adalah istilah yang dipakai untuk penempatan dan organisasi suatu huruf, gambar, warna dan elemen desain lainnya dalam sebuah komposisi visual yang dapat mempengaruhi suatu pemahaman terhadap informasi yang disampaikan (hlm. 1). Maka dapat disimpulkan bahwa *layout* digunakan untuk mengatur penempatan elemen-elemen dalam sebuah desain didalam suatu komposisi untuk mengontrol penyampaian informasi.

Menurut Ambrose dan Harris (2011), kunci fungsi *layout* adalah membiarkan elemen-elemen, terutama elemen gambar, menjalankan tugas yang diberikannya. Gambar menambahkan drama dan emosi pada sebuah karya, namun bagaimana mereka berkomunikasi dengan *audience* bergantung pada bagaimana mereka ditampilkan (hlm. 123). Dalam penggunaannya *layout* dibagi menjadi :

a. *Scale*

skala, ketika dibicarakan dalam lingkup desain, berarti ukuran pada gambar dan teks. Gambar dengan ukuran yang besar dapat mendominasi halaman dan menarik fokus *audience*, namun gambar yang terlalu besar dapat membuat karya terasa sesak. Jika terlalu kecil, informasi yang terkandung didalam gambar kemungkinan terlewat atau diacuhkan oleh *audience*. Maka desainer harus mempertimbangkan gambar secara keseluruhan, fokus dan hubungan dari tiap elemen (Ambrose & Harris, 2011, hlm. 124).



Gambar 2.26. Contoh *scale*

(Ambrose & Harris, 2011)

b. *Orientation*

orientasi mengacu pada arah suatu elemen dalam desain digunakan. Teks dan gambar biasanya diatur untuk dibaca dan dilihat secara horizontal dari kiri ke

kanan. Orientasi lain seperti vertikal biasanya digunakan untuk menjaga estetika tertentu, dengan membuat *audience* bekerja lebih untuk mendapatkan informasi yang disajikan. Hal ini dapat membuat *audience* untuk memberikan perhatian yang lebih pada karya, namun juga dapat berefek terbalik dan membuat *audience* kehilangan perhatiannya (Ambrose & Harris, 2011, hlm. 130).



Gambar 2.27. Contoh *orientation*

(Ambrose & Harris, 2011)

c. *Dividing the page*

dengan membagi ruang untuk berbagai elemen dalam desain, memisahkan halaman memungkinkan desainer memperlakukannya sebagai rangkaian modul, dibanding satu unit. Pertisinya kemudian dapat di perlakukan sebagai individu atau kolektif (Ambrose & Harris, 2011, hlm. 140).

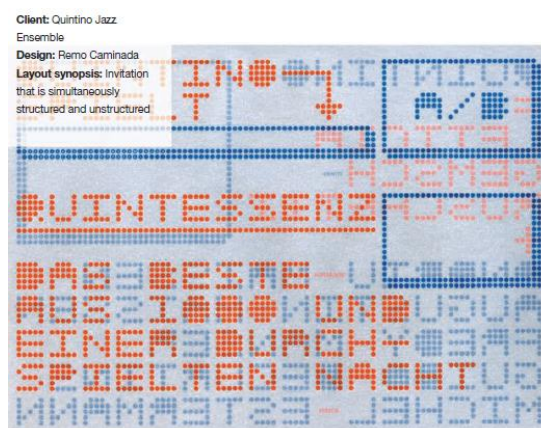


Gambar 2.28. Contoh *dividing the page*

(Ambrose & Harris, 2011)

d. *Structure / unstructure*

Layout digunakan untuk memberikan struktur dalam halaman sehingga dapat berkomunikasi secara efektif dengan *audience*. Namun, absennya struktur juga dapat digunakan untuk menyampaikan suatu karakteristik dalam desain. Desain yang tidak terstruktur dapat menjadi yang paling kreatif secara visual dan paling sulit juga untuk dikontrol dan mencapai hasil yang diinginkan (Ambrose & Harris, 2011, hlm. 144).

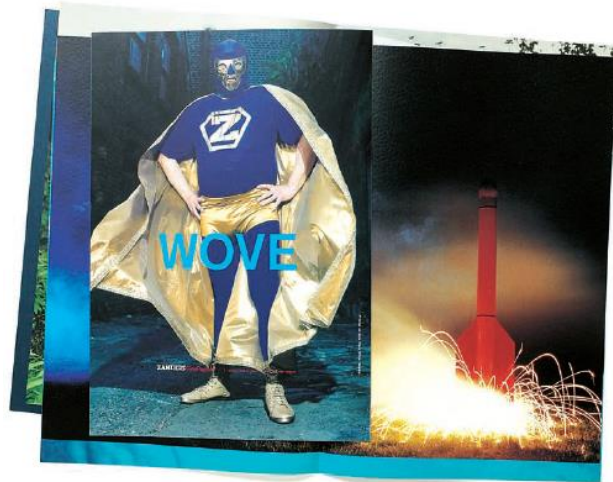


Gambar 2.29. Contoh *structure / unstructure*

(Ambrose & Harris, 2011)

e. *Juxtaposition*

Juxtaposition adalah penempatan gambar yang kontras secara berdampingan. Berasal dari kata Latin ‘*Juxta*’, yang berarti dekat, dan *position*. Didalam desain *juxtaposition* digunakan untuk mempresentasikan dua atau lebih ide dan memberi hubungan diantaranya (Ambrose & Harris, 2011, hlm. 162).

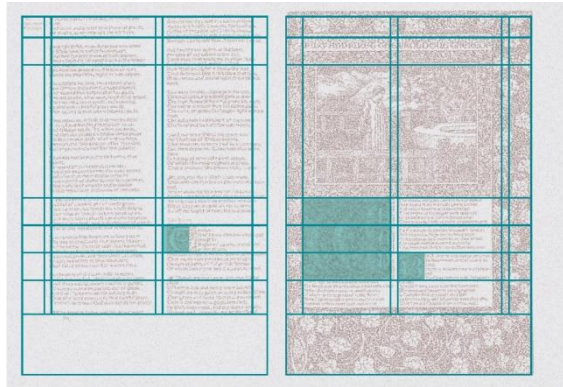


Gambar 2.30. Contoh *juxtaposition*

(Ambrose & Harris, 2011)

2.5.6. *Grid*

Menurut Haslam (2006, hlm. 41), *grid* menentukan divisi di dalam sebuah halaman, sementara *layout* yang mengatur posisi elemen di dalamnya. Ia menambahkan, penggunaan *grid* membuat buku menjadi konsisten dan membuat keseluruhan bentuknya menjadi jelas. Sementara menurut Samara (2017), *grid system* merupakan sebuah pembantu, bukan sebuah jaminan. *Grid* memungkinkan sejumlah penggunaan, namun tiap desainer dapat mencari solusi yang sesuai dengan gayanya masing-masing (hlm. 8).



Gambar 2.31. Contoh penggunaan *grid*

(Samara, 2017)

Dapat ditarik kesimpulan bahwa *grid* merupakan alat yang digunakan sebagai panduan menentukan divisi-divisi di dalam sebuah halaman yang dapat membuat keseluruhan bentuk sebuah buku menjadi konsisten dan jelas.