

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Kampanye**

Menurut Rajasundarman (dalam Ariantama 2014 : 32) kampanye adalah proses pengarahan masyarakat terhadap suatu masalah beserta solusinya secara terorganisir dengan menggunakan berbagai metode komunikasi pada periode tertentu.

##### **2.1.1. Jenis-jenis Kampanye**

Menurut Larson (1992) dalam bukunya *Persuasion, Reception and Responsibility* menuliskan terdapat 3 jenis kampanye, yaitu:

1. *Product Oriented Campaigns* (Kampanye Bisnis)
2. *Candidate Oriented Campaigns* (Kampanye Politik)
3. *Ideologically or Cause Oriented Campaigns* (Kampanye Sosial)

##### **2.1.2. Kampanye Sosial**

Larson (1992) menjelaskan bahwa kampanye memiliki fungsi sebagai *Ideologically or cause oriented campaigns* yang dapat disebut juga kampanye sosial dimana kampanye ini yang berguna untuk memberikan solusi terhadap masalah tertentu yang terjadi di masyarakat. Tujuan dari kampanye ini adalah merubah persepsi atau bahkan tingkah laku masyarakat terhadap suatu masalah.

Kampanye sosial merupakan strategi yang dirancang untuk merubah perilaku dan sikap masyarakat (Kotler & Roberto, 1989). Menurut Rachmadi (1993), Kampanye adalah memberikan informasi kepada masyarakat dengan memanfaatkan media tertentu agar tepat sasaran. Sedangkan menurut Rogers dan Storey (Venus, 2004:7) kampanye merupakan rancangan tindakan komunikasi berkelanjutan yang dapat memberikan suatu efek di masyarakat pada rentang waktu yang telah ditentukan.

### **2.1.3. Kampanye Media Sosial**

Merupakan suatu usaha pemasaran dengan memanfaatkan platform media sosial untuk mempromosikan suatu produk kepada target yang telah ditentukan secara spesifik untuk mendapatkan hasil yang terukur. Menurut Customer Insight Group. Inc, kampanye media sosial memiliki 5 tujuan, antara lain: *Sales, Serve, Speak, Supporters, Sizzle*. *Sales* adalah tujuan untuk mendorong penjualan secara langsung. *Serve* adalah meningkatkan hubungan dan pengalaman pelanggan, *Speak* adalah memberikan komunikasi dua arah, *Supporters* berarti menyadari menghargai adanya pelanggan setia dan pendukung *brand*. *Sizzle* merupakan pencapaian dalam memberikan proposisi dan juga pengalaman baru.

## **2.2. Media**

Menurut KBBI, media merupakan suatu alat komunikasi yang dapat menghubungkan antara pihak yang satu dengan pihak yang lain. Dalam KBBI terdapat beberapa kategori media, antara lain :

1. Media Cetak

Merupakan media yang dicetak atau diterbitkan massal secara berkala.

2. Media Elektronik

Merupakan media yang sudah menggunakan alat elektronik sebagai sarananya.

3. Media Massa

Merupakan media sarana dimana dapat memberikan informasi tertentu kepada masyarakat luas secara serentak atau bersamaan.

Pada strategi marketing, media promosi dikategorikan menjadi 3 jenis, antara lain:

1. *Above the Line*

Pada penggunaan media ini tidak fokus dengan hasil penjualan dari suatu *brand*, melainkan hanya untuk meningkatkan *brand awareness* di masyarakat terhadap *brand* tersebut. Media ini tidak memiliki target yang spesifik, tetapi dapat dilihat oleh semua golongan masyarakat secara bersamaan. Contoh: Iklan Televisi, Radio, Baliho, Spanduk, *Billboard*, Koran.

2. *Below the Line*

Merupakan media yang digunakan untuk memasarkan produk dari *brand* tertentu secara langsung atau dapat disebut juga sebagai *direct marketing*. Penggunaan media ini dikhususkan untuk menarik konsumen baru maupun konsumen lama agar terus menggunakan produk tersebut. Media ini sudah

memiliki target yang terarah. Contoh: Poster, Brosur, Katalog, *Merchandise*.

### 3. *Through the Line*

Merupakan gabungan dari media above the line dan below the line. Dimana pada penerapannya dapat bertujuan untuk mempromosikan brand tertentu agar lebih dikenal oleh masyarakat dan juga untuk meningkatkan penjualan dari produk tersebut. Contoh: Majalah dengan tester shampoo, Koran dengan voucher diskon.

## 2.3. Website

*Web* merupakan suatu sistem pada jaringan internet yang berhubungan dengan dokumen media untuk menampilkan informasi berupa teks, gambar dan multimedia lainnya (Sibero, 2013). *Website* merupakan kumpulan halaman-halaman yang berguna untuk menampilkan informasi berupa teks hingga multimedia lainnya seperti suara maupun gambar (Bekti, 2015).

## 2.4. Desain Komunikasi Visual

Desain Komunikasi Visual merupakan disiplin ilmu yang mempelajari konsep komunikasi untuk menyampaikan suatu pesan atau gagasan dengan menggunakan elemen-elemen visual melalui media (Kusrianto, 2007)

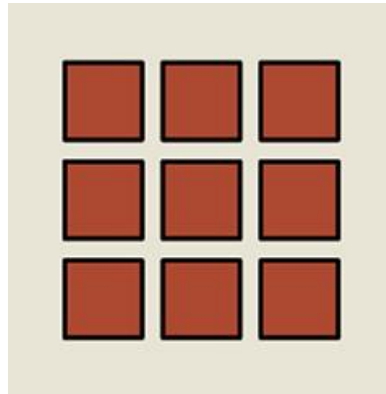
### **Prinsip Desain**

Dalam ilmu desain grafis, ada beberapa aturan yang perlu digunakan untuk menyusun elemen desain menjadi sebuah karya yang tak hanya sesuai tapi juga menarik perhatian audiens. Dengan penggabungan elemen dan prinsip

desain, desainer dapat berbicara dengan bahasa yang universal yaitu bahasa visual.

### 1. Kesatuan (*Unity*)

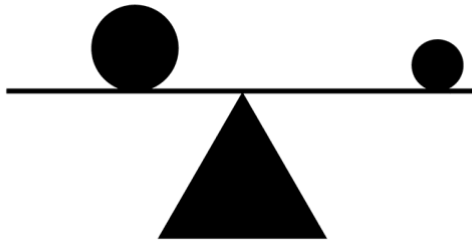
Prinsip ini mendorong semua unsur-unsur untuk membentuk suatu perpaduan sehingga menciptakan hubungan yang mengikat dan tema yang kuat.



Gambar 2.1. *Unity*  
(<https://cms-assets.tutsplus.com>)

### 2. Keseimbangan (*Balance*)

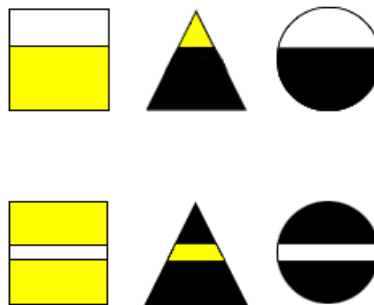
Keseimbangan merupakan prinsip dalam komposisi yang menghindari kesan berat sebelah atas suatu bidang atau ruang yang diisi dengan unsur-unsur rupa. faktor yang mendukung keseimbangan yaitu posisi atau penempatan, proporsi, kualitas, dan arah dari unsur unsur pendukungnya. (Kusrianto, 2007, hlm. 38)



Gambar 2.2. *Balance*  
(<https://mk0learntocodew6bl5f.kinstacdn.com>)

### 3. Proporsi (*Proportion*)

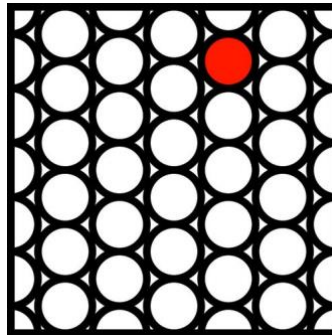
Proporsi adalah proses perbandingan antara panjang dengan lebar serta gambar dengan bidang gambar sehingga dapat memilih ukuran yang tepat dan dapat disusun secara menarik. (Pujiriyanto, 2005, hlm. 75)



Gambar 2.3. *Proportion*  
(<https://i.pining.com>)

### 4. Penekanan (*Emphasis*)

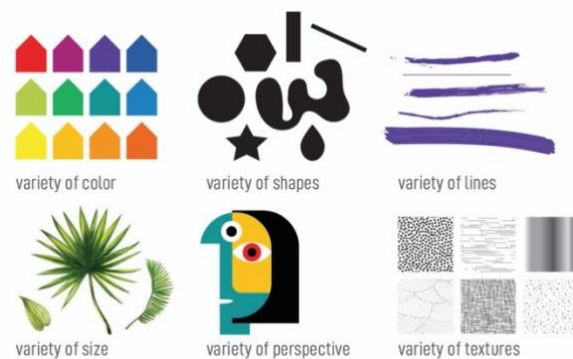
Penyusunan komposisi guna memberikan suatu penekanan / fokus terhadap suatu bagian penting sehingga dapat menjadi pusat perhatian utama.



Gambar 2.4. *Emphasis*  
(<https://i.pining.com>)

## 5. Keberagaman (*Variety*)

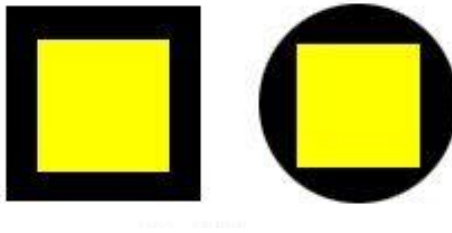
Bertujuan untuk menghindari sifat monoton pada suatu desain sehingga membutuhkan perubahan seperti besar-kecil tulisan, adanya gambar maupun warna serasi, serta keberagaman lainnya yang dapat mencapai keharmonisan. (Jefkins, 1997, hlm. 245)



Gambar 2.5. *Variety*  
(<https://artclasscurator.com>)

## 6. Keserasian (*Harmony*)

Kedekatan yang terjalin dari satu unsur dengan unsur lainnya yang beragam bersama-sama membentuk suatu kelarasan.



Gambar 2.6. *Harmony*  
(<https://i.pinimg.com>)

### 7. **Kontras (*Contrast*)**

Kontras digunakan agar desain tidak terlihat monoton, namun kontras juga dapat menimbulkan ketidakharmonisan jika berlebihan.

(Kusrianto, 2007, hlm. 42)

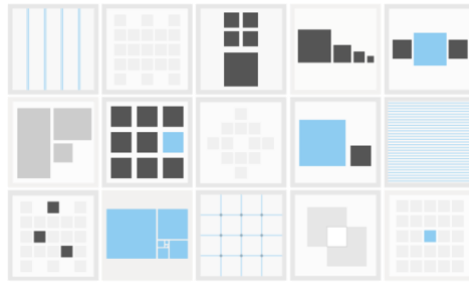


Gambar 2.7. *Contrast*  
(<https://i.pinimg.com>)

### 8. ***Layout* (Tata Letak)**

Merupakan proses menyusun, menata serta memadukan elemen-elemen desain grafis agar memberikan tampilan yang estetik dan menarik. Tujuan dari *layout* yaitu memberikan tampilan yang memudahkan pembaca untuk menerima pesan atau informasi yang ingin disampaikan.





Gambar 2.8. *Layout*  
(<https://99designs.com/>)

### 1.5.2. Unsur-Unsur Desain Grafis

Menurut Kusrianto (2007), ada beberapa unsur desain yang harus diperhatikan guna mencapai suatu tampilan visual, antara lain:

#### 1. Garis

Menurut Irawan dan Tamara (2013) garis merupakan titik yang diperluas sehingga memiliki panjang, kedudukan dan arah. Garis dapat terdiri dari kumpulan titik yang sejajar membentuk deretan lurus.



Gambar 2.9. Garis  
(<https://254-online.com>)

#### 2. Bentuk

Terdiri dari garis yang berdekatan sehingga menciptakan lebar, tinggi, maupun diameter dan bersifat dua dimensi.



Gambar 2.10. Bentuk  
(<https://s3.amazonaws.com>)

### 3. Ruang

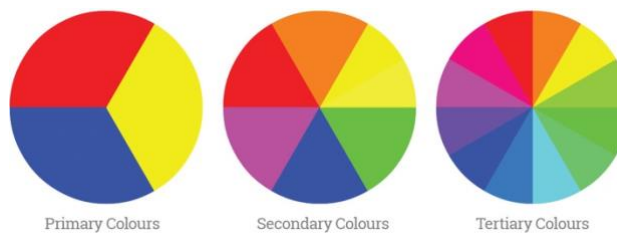
Jarak yang berfungsi untuk memisahkan atau menyatukan unsur-unsur layout sehingga dapat memberikan tempat untuk mata beristirahat.



Gambar 2.11. Ruang  
(<http://www.edgee.net>)

### 4. Warna

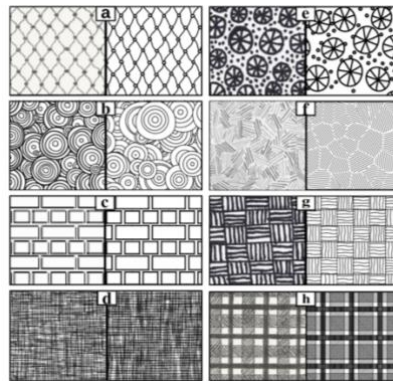
Menurut Poulin (2011) warna memiliki 3 kategori, yaitu warna primer, warna sekunder dan warna tersier.



Gambar 2.12. *Color Wheels*  
(<http://www.kristinawyatt.com>)

## 5. Tekstur

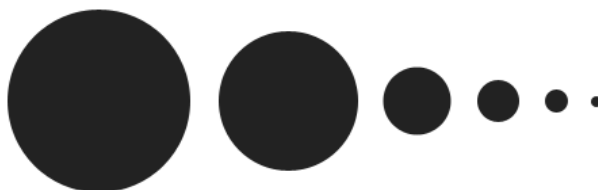
Merupakan tampilan permukaan yang dapat dilihat dan diraba dimana dapat berfungsi untuk menambah dimensi pada sebuah desain. Tekstur juga dapat berupa corak yang dapat menggambarkan suatu makna tertentu.



Gambar 2.13. Tekstur  
(<https://www.researchgate.net>)

## 6. Ukuran

Poulin (2011) menuliskan bahwa jika ukuran setiap elemen desain sama, maka desain yang dihasilkan akan terlihat datar. Namun jika elemen desain memiliki ukuran yang berbeda-beda akan terlihat berdimensi dan lebih menarik.

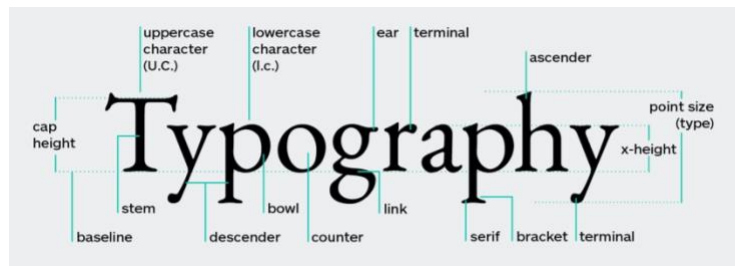


Gambar 2.14. Ukuran

(<https://i.pinimg.com>)

## 7. Tipografi

Menurut Danton Sihombing, tipografi merupakan suatu ilmu properti visual pokok yang efektif mengenai huruf dan merupakan bentuk visual dari suatu komunikasi verbal.



Gambar 2.15. Tipografi  
(<https://www.shillingtoneducation.com/>)

## 8. Fotografi

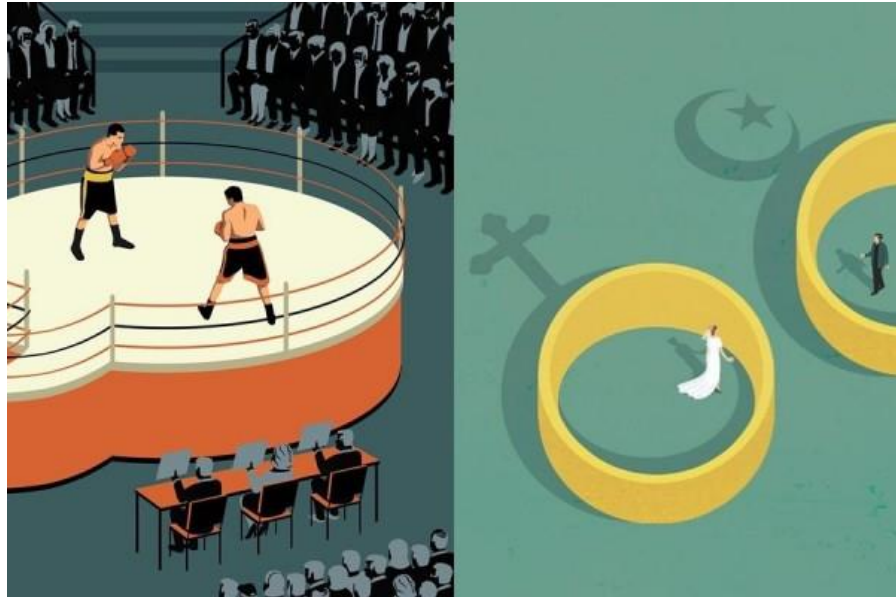
Sudarman (2014:2) menjelaskan bahwa fotografi merupakan sebuah media komunikasi yang berguna untuk menyampaikan pesan atau informasi serta berguna sebagai media dokumentasi dari suatu kejadian atau momen penting.



Gambar 2.16. Fotografi  
(<https://www.idntimes.com/>)

## 9. Ilustrasi

Soedarso (1990:1), ilustrasi merupakan sebuah seni lukis atau gambar yang berguna sebagai pendamping sebuah pengertian, seperti sebuah cerita pendek pada majalah.



Gambar 2.17. Ilustrasi  
(<https://cdn.idntimes.com/>)

### 2.5. Taman

Menurut KBBI, taman merupakan tempat rekreasi dimana banyak ditanami tumbuh-tumbuhan seperti bunga-bunga. Taman dapat dikombinasikan dengan menggunakan pasir maupun batu-batuan alam sehingga tercipta unsur estetik.

Terdapat beberapa jenis taman rumah, yaitu :

1. Taman Minimalis
2. Taman Kering (*Dry Garden*)
3. Taman Vertikal (*Vertical Garden*)

#### 4. Taman Atap (*Rooftop Garden*)

Pada segi arsitektural, seni taman disebut sebagai arsitektur lanskap. Arsitektur Lanskap merupakan bentangan alam yang memiliki tatanan pemandangan yang berguna secara estetika serta memiliki fungsi tertentu untuk mendukung lingkungan hidup dan kesejahteraan manusia.



Gambar 2.18. Taman Minimalis  
(<https://dekorrumah.net/>)



Gambar 2.19. Taman Kering  
(<https://dekorrumah.net/>)



Gambar 2.20. Taman Atap  
(<https://www.livabl.com/>)

### 2.6.1. Taman Vertikal (*Vertical Garden*)

Taman vertikal merupakan salah satu alternatif teknik penghijauan untuk wilayah perkotaan dimana dapat memberikan pemandangan alam secara vertikal yang dapat memberikan berbagai manfaat, salah satunya adalah memitigasi udara panas di perkotaan (Wong et al., 2010).

Menurut Patrick Blanc (2008), Taman Vertikal berguna untuk membuat sistem lingkungan hidup yang sangat mirip dengan lingkungan alami. Hal ini merupakan salah satu cara untuk mengembalikan alam yang pernah dirusak oleh manusia. Di kutip dari BDCNetwork.com, Randy Sharp (2007) mengatakan taman vertikal memiliki 2 kategori besar, yaitu: *Green Facade* yang merupakan tanaman rambat yang dibuat secara khusus untuk menutupi pondasi suatu bangunan, dimana tanaman ini dapat ditanam pada bagian dasar bangunan dan merambat ke atas, ataupun ditanam di bagian atap dan dibiarkan menjuntai ke bawah. *Green Facade* sendiri dapat

merambat pada bagian tembok bangunan ataupun pagar yang disiapkan khusus dan *Living Wall* yang merupakan taman vertikal yang membutuhkan media instalasi dimana pada perawatannya memerlukan lebih banyak waktu dan teknik. Living wall cocok digunakan pada daerah tropis dan dapat ditanami dengan lebih banyak jenis tanaman, dari tanaman pakis, bunga, hingga tanaman konsumsi atau rempah.

Dikutip dari *Urban Greening and Biosystems Engineering Research Group*, Universitas Seville, *Living Wall* biasa berupa dinding pasif, akan tetapi jika udara dialirkan melalui substrat dan sistem akar tanaman, maka akan berubah menjadi *Active Living Wall (ALW)* yang berguna untuk mendinginkan suhu, meningkatkan kelembaban dan kualitas udara pada ruangan. Apabila taman vertikal dimanfaatkan menjadi *Active Living Wall (ALW)* di dalam sebuah bangunan, maka akan berfungsi sebagai sistem permurnian udara alami yang nantinya akan mempegaruhi temperatur, kelembaban dan kualitas udara dalam ruangan (Soreanu et al., 2013).



Gambar 2.21. *Green Facade*  
(<https://www.thegardenglove.com/>)





Gambar 2.22. *Living Wall*  
(<https://www.domino.com/>)