

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Prinsip Desain**

Menurut David A. Laurer dan Stephen Pentak (2012), desain memiliki definisi yang luas, tidak hanya dalam skala komersial, namun melekat pada suatu hasil maupun media yang menggunakan teori seni. Diantaranya animasi, film, video, fotografi, merupakan contoh pengaplikasian dari bentuk hasil desain. Secara luas, bentuk dua maupun tiga dimensi hasil dari karya manusia yang dirancang, diaplikasikan dengan baik maupun buruk, merupakan hasil desain (hlm.6). Desain terbagi menjadi dua kategori dalam penerapannya, yaitu *design principle* dan *design elements*.

Dabner, Stewart dan Zempol (2016) mengatakan prinsip desain merupakan blok bangunan atau akar jembatan dari dasar semua desain. Setiap prinsip memiliki aturan dan teknis tertentu. Masing-masing berakar pada interaksi terhadap sejarah, teori, dan iterasi, namun berbeda dari pembelajaran biologi maupun hukum, bahasa dari desain adalah penggunaannya pada visual. Melibatkan kesadaran tinggi mengenai hubungan antar visual, proporsi dan persepsi prinsip-prinsip visual lainnya (hlm.8).

##### **2.1.1. Unity**

*Unity* atau istilah lainnya yaitu harmoni, merupakan salah satu prinsip yang dapat digunakan dalam seni. Dalam pengaplikasiannya *unity* terlihat seakan merupakan

satu kesatuan maupun memiliki konektivitas dalam bentuk visual. Untuk dapat mencapai prinsip *unity* dalam desain maupun seni, terdapat beberapa kategori yang dapat digunakan yaitu *gestalt*, *proximity*, *continuity*, dan beberapa kategori lainnya (hlm.28).



Gambar 2.1. Contoh Penggunaan *Unity with Variety* Karya Awa Tsireh  
(Design Basics, 2011)

### 2.1.2. *Emphasis and Focal Point*

*Focal point* maupun *emphasis* merupakan cara bagi desainer untuk menentukan fokus maupun titik daya tarik, sebagai fokus perhatian dari *audience*. Dalam pengaplikasiannya, *focal point* sendiri bisa diterapkan lebih dari satu. Tetapi penggunaan tersebut beresiko bila tidak dilakukan dengan baik. Penerapan yang salah akan menjadikan *audience* kehilangan arah atau titik fokus (hlm.56).



Gambar 2.2. Contoh Penggunaan *Emphasis* dan *Focal Point* Karya Chaz Maviyane-Davies  
(Design Basics, 2011)

### 2.1.3. *Scale and Proportion*

*Scale* dan *proportion* merupakan bagian yang menjelaskan mengenai ukuran dari suatu elemen desain. Penggunaan *scale* dalam desain sebagai *size* maupun ukuran bersifat relatif. Berbeda dengan *proportion* yang dapat digunakan sebagai ukuran pembandingan dari satu elemen dengan elemen desain lainnya. *Scale* dan *proportion* masih saling memiliki hubungan dengan *emphasis* dan *focal point*, dimana penggunaan *scale* dan *proportion* yang sesuai dapat menjadi titik daya tarik (hlm. 70).



Gambar 2.3. Contoh Penggunaan *Scale* dan Proporsi Karya Glen Holland (Design Basics, 2011)

### 2.1.4. *Balance*

*Balance* merupakan cara meletakkan elemen desain dalam suatu media. Dimana menitik beratkan suatu elemen pada suatu sisi atau penyebaran elemen desain akan berpengaruh dengan hasil yang lebih natural pada posisi tertentu. Dalam kategorinya, *balance* terbagi menjadi beberapa bagian yaitu, *Symmetrical balance*, *Asymmetrical balance*, *Radial balance*, dan *Crystallographic balance* (hlm.89).



Gambar 2.4. Contoh Penggunaan *Asymmetrical Balance* Karya Katsushika Hokusai (Design Basics, 2011)

### 2.1.5. *Rhythm*

Struktur *Rhythm* atau ritme merupakan kata yang sering digunakan dalam karya music. Dalam ritme visual maupun ritme musik, ritme tidak hanya berhenti pada metafora. Dimana penggunaan ritme pada visual digunakan oleh desainer sebagai stimulasi dari indra manusia lainnya. Dalam pengaplikasiannya, ritme memiliki beberapa jenis yaitu, *shapes and repetition*, *pattern and sequences*, *converging pattern* serta *study contrast* (hlm.112).



Gambar 2.5. Contoh Penggunaan *Rhythm* pada Poster Jaz Festival Willisau (Design Basics, 2011)

## 2.2. *Design Elements*

Merupakan elemen dasar yang menjadi fondasi atau *basic* dalam membuat suatu desain. Elemen-elemen ini merupakan bentukan dari dua dimensi (Landa, 2014).

### 2.2.1. *Line*

David A. Laurer dan Stephen Pentak (2012) mengatakan, *Line* merupakan elemen desain yang paling umum. *Line* atau garis dapat didefinisikan sebagai elemen desain yang tidak memiliki dimensi. Dalam teorinya, garis umumnya dikenal sebagai bentukan yang hanya terdiri dari dimensi panjangnya, tetapi dalam hal seni dan desain, garis dapat memiliki lebar yang bervariasi. Selain itu, garis lebih dari sekadar *border* atau *boundary*. Penerapan garis juga dapat digunakan untuk menyampaikan suasana hati dan perasaan (hlm.128).



Gambar 2.6. Contoh Aplikasi *Line* Sebagai Komposisi  
(Design Basics, 2011)

### 2.2.2. *Shape*

Bentuk merupakan suatu area yang dipersepsikan secara visual yang dibuat oleh garis penutup, warna, dan adanya perubahan nilai yang mendefinisikan tepi luar. Suatu bentuk juga memiliki sinonim lain, yaitu *form*. Hanya saja penggunaan kata *form* kurang tepat karena penggunaan maknanya lebih meluas dalam seni dan desain (hlm.152).



Gambar 2.7. Contoh Penggunaan *Shape* Karya Augurte Herbin  
(Design Basics, 2011)

### 2.2.3. *Pattern and Texture*

*Pattern* adalah salah satu istilah dalam desain. Biasanya disebut sebagai pola pakaian atau motif dalam dunia *fashion*. Pola atau pattern juga biasa digunakan pada kata pola pikir atau untuk mengubah suatu kebiasaan. Tetapi "pola" dalam pengertian visual, sering dikaitkan dengan ide dekorasi. Sebenarnya pola memiliki definisi secara seni yang lebih mendalam. Dalam psikologi terdapat istilah "*horror vacui*" yang memiliki arti kebutuhan untuk menyelesaikan atau mengisi ruang kosong. Kalimat tersebut menjelaskan bahwa dorongan dasar manusia salah

satunya adalah keinginan untuk menambahkan visual ke permukaan atau ruang kosong (hlm.180).



Gambar 2.8. Contoh *Patern* pada Media Keramik  
(Design Basics, 2011)

#### 2.2.4. *Illusion of Space*

*Space* dalam karya tiga dimensi adalah menempati ruang, seperti halnya keramik dan patung. Tetapi dalam bentuk seni, seperti gambar, lukisan, dan cetakan. Penyampaian perasaan ruang atau kedalaman harus diterjemahkan dari pengalaman tiga dimensi menjadi bidang dua dimensi. Dalam hal ini ruang merupakan suatu ilusi, dalam gambar yang pada dasarnya berupa media *flat* atau rata (hlm.196).



Gambar 2.9. Contoh Penggunaan *Illusion of Space*  
(Design Basics, 2011)

### 2.2.5. *Illusion of Motion*

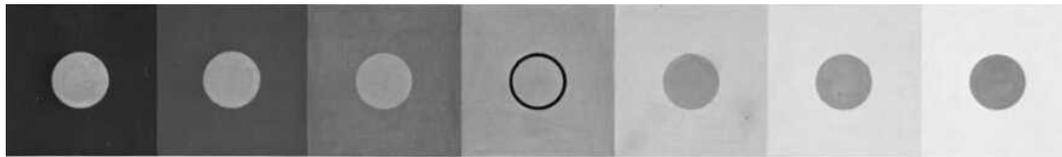
Hampir setiap aspek kehidupan melibatkan perubahan secara terus menerus. Manusia tidak bisa berhenti hanya dalam posisi diam, seperti halnya saat tidur. Bahkan saat manusia terdiam, sekelilingnya akan terus lanjut berubah. Sehingga gerak dalam seni merupakan hal atau aspek penting dalam menangkap suatu momen tertentu (hlm.230).



Gambar 2.10. Contoh Penggunaan *Illusion Motion*  
(Design Basics, 2011)

### 2.2.6. *Value*

Dalam menjelaskan terang dan gelap, seni dan desain menyebutnya sebagai *value*. Keterbacaan suatu media antara perbedaan kontras dari teks atau gambar dengan *foreground* juga dapat dilakukan karena adanya *value*. Dalam penerapannya *value* terbagi dalam beberapa kategori yaitu, *value pattern*, *value as emphasis*, dan *value and space* (hlm.244).



Gambar 2.11. *Value Scale Gray*  
(Design Basics, 2011)

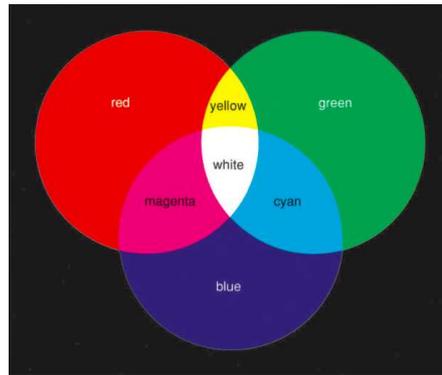
### 2.2.7. *Color*

Warna merupakan elemen yang biasa digunakan oleh desainer baju, pelukis, arsitek dan profesi lain. Dimana pilihan warna menjadi pertimbangan dalam keseharian. Seperti memilih warna baju maupun bidang seni lainnya. Sehingga warna menjadi salah satu elemen penting dalam desain maupun seni.

Teori mengenai warna kompleks, dikarenakan berbagai bidang seperti psikiater, pelukis, penyair, ahli fisika dan *optician* memiliki pengertian secara tersendiri dalam teori warna. Tetapi dasar dari teori warna adalah fakta bahwa warna merupakan hasil dari cahaya dan bukanlah objek tersendiri. Warna memang berasal dari cahaya, namun warna dikategorikan menjadi dua, tergantung pada sumber warna adalah cahaya yaitu, *additive system* atau pigmen dan pewarna yaitu, *subtractive system* (hlm.256).

#### 2.2.7.1 *Additive Color (RGB)*

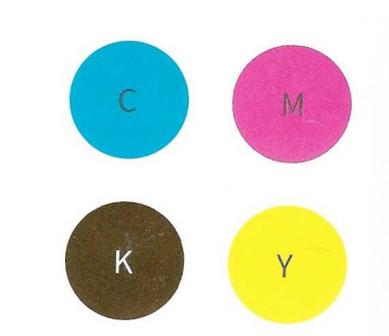
Menurut Anggraini S & Nathalia (2020), *additive color* merupakan warna yang berasal dari cahaya atau terbentuk dari timbunan sinar cahaya. Warna ini terbentuk karena adanya cahaya sebagai sumber. *Additive color* biasa digunakan pada berbagai media elektronik seperti televisi, layar monitor dan lainnya.



Gambar 2.12. Pencampuran warna cahaya melalui proses *additive* (Design Basics, 2011)

### 2.2.7.2 *Subtractive Color (CMYK)*

*Subtractive color* atau CMYK merupakan warna yang berasal dari pigmen berupa tinta maupun cat. Warna ini biasa dipakai pada proses maupun media cetak yang berupa benda dengan permukaan padat, diantaranya, kertas, kain dan plastik (Anggraini S & Nathalia, 2020). *Subtractive* sebagai warna yang terdiri dari pigmen, biasa digunakan oleh pelukis dan perlu diperhatikan oleh desainer ketika membuat media dengan hasil yang perlu di cetak.



Gambar 2.13. Warna dari *Subtractive color* (Design Basics, 2011)

### 2.2.7.3 *Properties of Color*

Properties of color menurut David A. Laurer dan Stephen Pentak (2012), terbagi menjadi tiga bagian, yaitu:

#### 1. *Hue*

*Hue* merupakan *property* utama atau awal dari warna, yang biasa disebut atau dikenal dengan warna. Orang mengenal *hue* dengan berbagai nama seperti hijau, merah, dan ungu. *Hue* merupakan gambaran sensasi visual dari berbagai bagian spektrum warna. Sebuah *hue* dapat menciptakan berbagai warna turunan lain. Seperti warna merah, yang dapat menjadi warna *pink*, *rose*, *scarlet*, *maroon* dan warna lainnya.

Salah satu sistem umum yang menunjukkan hubungan antara *basic* warna adalah color wheel. *Color Wheel* yang diperbaharui oleh Johannes Itten, menggunakan 12 *hue* yang terbagi dalam 3 kategori, yaitu:

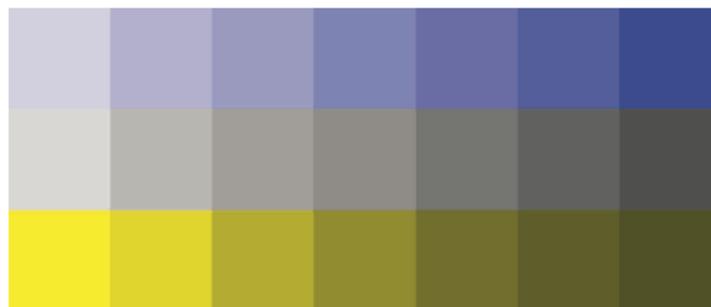
- *Primary Color*: Merupakan warna dasar, merah, kuning dan biru yang dapat dicampurkan secara teori.
- *Secondary Color*: Campuran dua warna primer. Contoh : merah dan kuning
- *Tertiary Color*: Campuran dari warna primer dan secondary. Contoh : Biru dan hijau



Gambar 2.14. *Color Wheel* oleh Johannes Itten  
(Design Basics, 2011)

## 2. *Value*

*Property* kedua dalam warna yang menunjukkan gelap terangnya suatu *hue* dalam warna. Dalam konteks warna *pigment*, *value* dapat dihasilkan dengan adanya pencampuran suatu *hue* dengan warna hitam maupun putih. Hasil pencampuran suatu *hue* dengan warna putih akan menghasilkan warna yang disebut sebagai *tint* dan untuk campuran warna hitam, disebut dengan *shade*.



Gambar 2.15. Contoh Skala *Value* dari Warna Biru, Abu-abu dan Kuning  
(Design Basics, 2011)

## 3. *Intensity*

*Property* ketiga, yaitu *intensity* atau *chroma* merupakan saturation dari warna. Warna asli tanpa adanya campuran warna lain memiliki arti bahwa

intensitas warna tersebut dalam posisi maksimal. Sedangkan warna yang tercampur, baik warna putih maupun hitam, selain mengubah *value* suatu warna, juga mengubah intensitas warna tersebut. Pada penerapannya terdapat dua cara dalam menurunkan suatu intensitas warna, yaitu mencampurkan warna dengan abu maupun warna *complementary* atau warna sebrangan suatu *hue* warna pada sistem *color wheel*.



Gambar 2.16. Contoh Skala Intensitas Warna Menggunakan *Tint* dan *Complementary Colors* (Design Basics, 2011)

#### 2.2.7.4 *Color Schemes*

Menurut Landa (2014) melalui buku *Graphic Design Solutions*, dalam mendesain suatu produk, perlu adanya pertimbangan dalam pemilihan *hue*, *value* dan *saturation* warna. Pemilihan tersebut akan sangat mempengaruhi dalam mengkomunikasikan suatu produk. Penting juga untuk mempertimbangkan pemilihan warna yang akan muncul baik dalam suatu desain melalui layar monitor, maupun produk cetak yang menggunakan tinta atau *pigment*. Maka dari itu dalam *color schemes* terbagi dalam beberapa kategori sebagai berikut:

### 1. *Monochromatic*

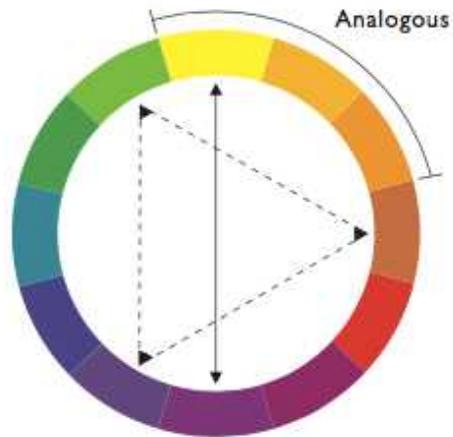
Monochromatic hanya terdiri dari satu *hue* yang dapat memberikan identitas kontras dalam suatu *saturation*. *Monochromatic* dapat berkontribusi dalam visualisasi yang memberikan kesan unsur *unity*, *composition* dan *balance*. *Monochromatic* memberi kesan sederhana dan dapat digunakan sebagai alternatif warna hitam dalam mendesain.



Gambar 2.17. Contoh *Monochromatic*  
(Graphic Design Solutions, 2014)

### 2. *Analogous*

Menurut David A. Laurer dan Stephen Pentak (2012), *analogous* merupakan skema warna yang berasal dari warna yang bersebelahan pada *color wheel*. Skema warna *analogous* dapat memberikan kesan harmoni dan mendominasi dengan penggunaan teknik tonality, sebagai cara menggunakan satu warna yang mendominasi.



Gambar 2.18. Contoh *Analogous* pada *Color Wheel*  
(Graphic Design Solutions, 2014)

## 2. *Complementary Color*

*Complementary colors* merupakan warna yang berada pada sisi oposite antara satu warna dengan warna yang lain, pada color wheel (Dabner, Stewart dan Zempol, 2016). Warna dari *complementary color* dapat digunakan sebagai cara pemilihan warna ketika ingin menggunakan warna kontras yang saling berlawanan. Sebagai contoh warna merah dengan warna hijau atau biru dengan oranye.



Gambar 2.19. Contoh *Complementary color*  
(Design Basics, 2011)

### 3. *Triadic Color*

Menurut David A. Laurer dan Stephen Pentak (2012), Skema warna *triadic color*, merupakan tiga *hue* warna yang berposisi dengan jarak yang sama antara satu warna dengan warna yang lain, pada *color wheel*. Skema warna ini membentuk segitiga dan memberikan kesan warna yang balance. Contoh penggunaan warna merah, kuning dan biru.



Gambar 2.20. Contoh *Triadic color*  
(Design Basics, 2011)

#### 2.2.7.5 Psikologi Warna

Menurut Anggraini S & Nathalia (2020), masing-masing warna memiliki makna dan karakteristik masing-masing. Tetapi makna dari suatu warna dapat berbeda pengartiannya pada tiap negara. Secara universal, warna diartikan sebagai berikut:

1. Merah : Emosional, ekstrem, keberanian, semangat, kekuatan dan percaya diri
2. *Orange* : Keceriaan, kehangatan, energi, keseimbangan dan kesegaran

3. *Pink* : Lembut, cinta, feminim, dan kasih sayang
4. Ungu : Mistis, misterius, kekayaan, kebangsawanan dan magis
5. Biru : Elemen dari laut, udara, dan air. Memberi kesan ketenangan, kepercayaan dan kesetiaan
6. Coklat : Natural, hangat, anggun, elegan, dan stabil
7. Kuning : Optimis, eksentrik, persahabatan, kegembiraan, toleran dan santai
8. Hijau : Elemen dari alam, natural, kehidupan dan kesehatan
9. Abu-abu : Sederhana, intelektual, dan futuristik
10. Hitam : Kuat, Percaya diri, elegan, maskulin dan dramatis.

### **2.3. Huruf Hijaiyah**

Menurut Abu Ya'la Kurnaedi dalam buku *Asy-Syafi'i* (2017), huruf dalam segi bahasa merupakan jamak dari kata *harf* yang memiliki arti ujung (*tharaf*). Dimana dalam istilah huruf Arab memiliki sandaran terhadap dua *makhraj* yaitu *muhaqqaq* (suara sandaran berupa huruf lisan atau *syafatain*) atau *muqaddar* (suara tanpa sandaran yang terdiri dari huruf *jauf*). Secara lebih jelasnya, definisi huruf *hijaiyah* merupakan huruf berjumlah 29, yang berasal dari huruf yang diucapkan dalam Bahasa Arab. Masing-masing huruf memiliki bentuk berbeda satu sama lain, dengan beberapa huruf yang memiliki kemiripan bentuk.

Tabel 2.1. Huruf Hijaiyah  
 Jurnal Penerapan metode Iqro dalam mengenalkan huruf hijaiyah oleh Dahlia, M.Syukri  
 dan Marmawi (2017)

No	Huruf Arab (Hijaiyah)	Bunyi	Transliterasi
1	ا	Alif	A
2	ب	Ba'	B
3	ت	Ta'	T
4	ث	Tsa'	Ts
5	ج	Ja'	J
6	ح	Ha'	H
7	خ	Kha'	Kh
8	د	Dal	D
9	ذ	Dzal	Dz
10	ر	Ra	R
11	ز	Za	Z
12	س	Sin	S
13	ش	Syin	Sy
14	ص	Shad	Sh
15	ض	Dhad	Dh
16	ط	Tha'	Th
17	ظ	Zha'	Zh
18	ع	Ain'	-
19	غ	Ghain	Gh
20	ف	Fa'	F
21	ق	Qaf	Q
22	ك	Kaf	K
23	ل	Lam	L
24	م	Mim	M
25	ن	Nun	N
26	و	Waw	W
27	ه	Ha'	H

No	Huruf Arab (Hijaiyah)	Bunyi	Transliterasi
28	ء	Hamzah	-
29	ي	Ya'	Y

Kesulitan yang sering dihadapi oleh anak ketika belajar huruf *hijaiyah* atau bahasa arab adalah bentukan huruf yang sama, namun adanya perbedaan pelafalan dengan pemberian titik. Diantaranya, Imroatun (2017) mencontohkan, huruf ج (ja'), ح (ha') dan خ (kha'). Merupakan huruf bentuk serupa yang dibedakan berdasarkan jumlah titik atau peletakannya. Selain contoh tersebut masih terdapat beberapa pengelompokan huruf lain yang memiliki bentuk serupa.

Selain adanya perbedaan bentuk dan cara membaca, huruf *hijaiyah* juga memiliki *harakat* yang digunakan sebagai tanda baca dalam Al-Qur'an. Melalui tabel Imroatun (2017) menjelaskan 3 tanda baca (vokal tunggal) sebagai berikut.

Tabel 2.2. *Harakat*  
Pembelajaran Huruf Hijaiyah bagi Anak Usia Dini oleh Imroatun (2017)

No	Harakat	Nama	Huruf Latin
1	َ	Fathah	a
2	ِ	Kasrah	i
3	ُ	Dhammah	u

Ketiga harakat diatas merupakan *harakat* dasar yang diajarkan kepada anak usia dini sebagai proses pengenalan lanjutan, sebelum pendalaman lebih jauh dalam mempelajari Al-Qur'an.

#### 2.4. Perkembangan Kognitif Anak Usia Dini

Menurut Piaget (Yusuf & Sugandhi, 2018), perkembangan kognitif adalah adaptasi anak dilingkungannya dengan melakukan pemahaman akan objek dan peristiwa sekitarnya. Melalui perkembangan tersebut, anak memiliki peran besar dalam penerimaan informasi dan menyusunnya sebagai pengetahuan. Perkembangan kognitif terjadi sejak bayi sebagai kemampuan bawaan yang digunakan untuk beradaptasi dengan lingkungan. Hal tersebut dilakukan dengan cara berinteraksi dan melakukan hubungan. Balibatang Diknas (Marliani, 2016), membagi perkembangan kognitif anak usia dini sebagai berikut:

Tabel 2.3. Perkembangan Kognitif Anak Usia Dini  
Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja oleh Marliani (2016)

0 - 12 bulan	1 - 3 tahun	4 - 6 tahun
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Pengamatan terhadap mainan</li><li>2. Mengenal dan membedakan wajah kedua orang tua</li><li>3. Mengenal benda dengan cara memasukkan kedalam mulut</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Mengenal benda sebagai kepunyaan</li><li>2. Mengenal warna dan bentuk</li><li>3. Meniru orang lain</li><li>4. Banyak bertanya sebagai rasa keingintahuan</li><li>5. Mengenal makhluk hidup</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Memahami konsep waktu</li><li>2. Dapat mengkategorikan benda melalui bentuk, warna dan ukuran</li><li>3. Mengenal bau, rasa, suara, ukuran dan jarak</li><li>4. Mengenal tahu konsep sebab akibat</li><li>5. Melakukan eksperimen keil</li><li>6. Mengenal konsep berhitung dan bentuk geometri</li><li>7. Mengenal alat ukur</li><li>8. Mengenal konsep berhitung dengan menggunakan benda</li></ol>

## **2.5. Informasi**

Ati, Sri, dan Amin Taufik (2014), Informasi merupakan hasil dari segala bentuk aktivitas dan dapat disangkut pautkan dengan ilmu pengetahuan. Davis juga menjelaskan bahwa Informasi merupakan data olahan menjadi bentuk yang memiliki makna penting bagi penerima informasi dan memiliki manfaat dalam pengambilan keputusan disaat ini maupun yang akan datang (Kadir, 2014).

Kadir (2014) dalam buku Pengenalan Sistem Informasi menambahkan bahwa informasi dan data memiliki perbedaan signifikan mengenai kandungan makna. Dimana makna dalam informasi dapat dipahami oleh penerima, kemudian berfungsi untuk menarik keputusan atau kesimpulan. Sehingga makna dalam suatu informasi dapat bersifat relatif tergantung kebutuhan penerima informasi.

Informasi memiliki beberapa ciri-ciri yang dibagi oleh Davis menjadi beberapa poin penting (Kadir, 2014). Poin tersebut terbagi sebagai berikut:

1. Salah atau benar : kepercayaan informasi seorang penerima dapat mengakibatkan suatu informasi yang salah menjadi benar. Sehingga kebenaran informasi memiliki hubungan terhadap realita.
2. Baru : Informasi baru yang diterima penerima
3. Tambahan : dapat memberi mengubah atau pergantian terhadap suatu informasi yang diketahui.

4. Korektif : Perbaikan atau ralatan dari informasi lalu akan kebenaran suatu informasi.

5. Penegas : informasi dapat membantu mengkonkretkan suatu informasi agar lebih terpercaya.

## **2.6. Edukasi**

Edukasi atau pendidikan, ialah bagian, bidang atau aspek yang penting dan dibutuhkan dalam perkembangan hidup. Dijelaskan dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2003, Pendidikan merupakan suatu usaha tertata yang direncanakan dalam mewujudkan situasi dan proses belajar untuk mengembangkan potensi diri, dalam mendapatkan intelektual, karakter, pengendalian diri, kekuatan spiritual, keterampilan dan akhlak (Hasbullah, 2019). Pendidikan juga dijelaskan sebagai unsur maupun faktor edukasi, anak didik maupun tujuan yang dilakukan dengan proses bimbingan, tuntunan maupun pimpinan. Dalam prakteknya, Edukasi terbagi menjadi tiga jenis berdasarkan penerapannya (Antero.com, 2018), yaitu:

### **1. Edukasi Formal**

Merupakan pembelajaran yang biasa dilakukan disebuah lembaga atau tempat resmi yaitu sekolah dengan adanya aturan tertentu yang wajib untuk diikuti oleh para peserta didik. Terdapat tingkatan dalam edukasi formal, seperti sekolah dasar (SD), Sekolah menengah Pertama (SMP), Sekolah Menengah Atas (SMA) hingga Universitas.

## 2. Edukasi Nonformal

Edukasi Nonformal merupakan pembelajaran atau kegiatan belajar yang dilakukan di luar sekolah. Edukasi ini biasa dilakukan di lingkungan sekitar dengan tawaran ilmu tambahan maupun baru. Seperti Taman Edukasi Al-Quran (TPA) yang mengajarkan mengaji di masjid dan kursus musik maupun kursus dalam bidang lainnya.

## 3. Edukasi Informal

Edukasi informal merupakan edukasi yang dilakukan dalam keluarga maupun lingkungan kehidupan seseorang. Edukasi ini biasa dimulai oleh keluarga sejak anak lahir dan dilakukan secara mandiri.

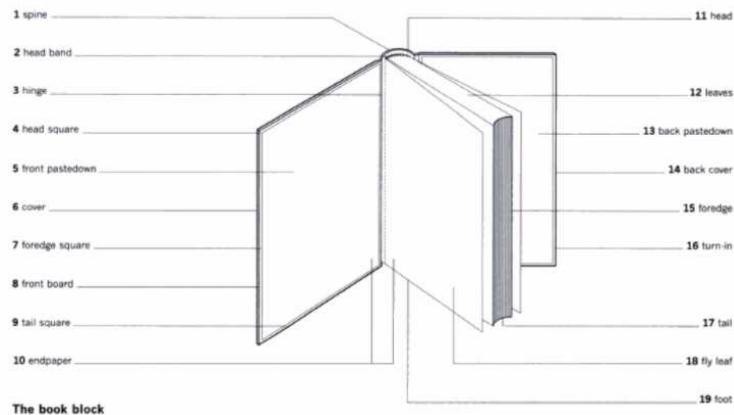
### **2.7. Buku**

Buku menurut UNESCO (2015) merupakan sebuah instrumen kebebasan sebagai alat dalam menyampaikan pikiran, ide, pengetahuan, simbol dan impian seorang manusia. UNESCO menyatakan bahwa buku merupakan sebuah media komunikasi dalam menyebarkan pengetahuan. Triharto (2015), mengatakan bahwa buku merupakan suatu bentuk hasil cetak yang dikumpulkan dari beberapa bagian yang merupakan hasil pemikiran atas keperluan dari suatu aturan seperti adat istiadat, undang-undang maupun perintah raja dan doa, sebagai alat yang menghubungkan suatu budaya. Menurut Kamus Besar Indonesia (Triharto, 2015) terdapat beberapa jenis buku, yaitu :

1. Buku saku : Berupa buku yang berukuran sebesar saku yang memuat informasi tertentu.
2. Buku daftar acara : Berisi suatu list dari sebuah event tertentu seperti meeting, seminar, dan acara lainnya.
3. Buku panduan : Merupakan buku berisi suatu keterangan untuk melakukan sesuatu dan digunakan sebagai arahan
4. Buku bacaan : Sebagai pengisi waktu luang dan dapat berupa buku informasi bagi siswa di tingkat sekolah
5. Buku referensi: Berisikan informasi yang dapat digunakan sebagai acuan yang memuat informasi tertentu.

### **2.7.1 Anatomi Buku**

Andrew Haslam (2006) melalui bukunya *Book Design*, menjelaskan bahwa buku memiliki berbagai komponen dan bagian yang digunakan pada suatu tempat percetakan. Seperti pada gambar berikut ini, buku atau *The Block Book*, terbagi menjadi beberapa bagian.



Gambar 2.21. Anatomi Buku  
(Book Design, 2005)

1. *Spine*: Bagian dari buku yang menutupi tepi buku yang terikat atau telah disatukan.
2. *Head Band*: Benang kecil diikat pada bagian berwarna pada tepi penutup buku yang melingkupi *binding cover* buku.
3. *Hinge*: Lekukan diantara kertas akhir, ditempel sampul dan *fly leaf*.
4. *Head Square*: Pelindung kecil pada buku bagian sisi atas, terbentuk karena papan pada sampul depan dan belakang.
5. *Front Pastedown*: Halaman akhir yang menempel pada papan sampul.
6. *Cover*: Bagian tebal sebagai pelindung buku.
7. *Foreedge Square*: Pembatas tepi ujung buku yang melindungi dan terbentuk karena sampul belakang dan depan.
8. *Front Board*: Bagian pada sampul depan buku berupa papan.

9. *Tail Square*: Pelindung ujung buku yang terbentuk karena sampul belakang dan depan pada sisi bawah.
10. *Endpaper*: Kertas terakhir jilid yang digunakan untuk menutupi papan cover.
11. *Head*: Buku sisi atas.
12. *Leaves*: Halaman individual yang terikat dari dua bagian halaman.
13. *Back Pastedown*: Halaman akhir yang menempel pada sampul belakang.
14. *Back Cover*: Sampul di sisi belakang.
15. *Foredge*: Sisi depan dari tepi kertas buku
16. *Turn-in*: Sisi luar yang ditekuk kedalam sampul, dapat berupa kertas atau kain.
17. *Tail*: Sisi bawah buku.
18. *Fly Leaf*: balikan kertas akhir.
19. *Foot*: Sisi bawah dari halaman.

### **2.7.2 Bagian Buku**

Suatu buku memiliki beberapa bagian yang esensial untuk disebut sebagai buku.

Menurut Pope (2019), terdapat lima bagian esensial dari suatu buku, yaitu:

### *1. Title Page*

Dalam sebuah halaman judul. Selain berisikan informasi penting berupa judul yang melambungkan isi buku. Pada bagian ini, juga berisikan sub dari judul sebagai tambahan atau bersifat optional, nama *publisher* dan nama dari penulis.

### *2. Introduction*

Merupakan bagian awal sebelum masuknya suatu bab dari buku. Dimana bagian ini merupakan bagian penting bagi seorang penulis untuk menjelaskan apa manfaat dari buku ini dan mengapa seorang pembaca harus membaca buku tersebut. Bagian ini berisikan *point* dan bagaimana konten dari buku ini dapat membantu memecahkan suatu masalah yang menjadi isu dari target pembaca.

### *3. Body*

Merupakan bagian utama suatu buku. Pada bagian ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu pada buku fiksi dan non fiksi. Pada buku nonfiksi buku biasa terbagi dalam beberapa segmen, yang memiliki suatu tema dan fokus masing-masing, tetapi berkaitan antar satu sama lain dan memiliki satu tujuan. Dalam buku fiksi, dapat dicontohkan pada novel, biasa digunakan pembagian tiga struktur yang dibagi sesuai urutan peristiwa namun bersifat kohesif.

#### 4. *Conclusion*

*Conclusion* atau *epilogue*, merupakan suatu bagian dari buku yang menyatukan akhir cerita atau kesimpulan. Dalam novel atau buku cerita, biasa digunakan sebagai akhir sebuah cerita atau kelanjutan dari sebuah narasi utama. Sedangkan dalam buku nonfiksi, *conclusion* merupakan kesimpulan singkat dari argumen akan isi utama buku yang memberikan kesan komplit (Friedlander, n.d).

#### 5. *Back Cover*

*Back cover* atau sinopsis merupakan bagian penting untuk menarik perhatian target pembaca. Melalui sebuah paragraf ringkas dan persuasif, pembuatan *hook* dari sinopsi menjadi sebuah bagian awal yang akan dinilai oleh target pembaca, mengenai hal yang didapatkan berupa solusi problem mereka ataupun sebuah bacaan yang menghibur.

#### 2.7.3 *Book Cover*

Menurut Angus Phillips dalam buku *Judging A Book By Its Cover* oleh Nichole Matthews dan Nickianne Moody (2016), *cover* buku memiliki sifat menyampaikan pesan mengenai konten dalam buku, mempengaruhi baik retailer maupun potensial pembeli. Pentingnya sampul buku tercerminkan melalui proses persetujuan dalam desain yang dipertimbangkan melalui opini *retailer*, editorial penerbit maupun *staff* pemasaran. Mengenai bagaimana sampul dapat menjadi pengungkap asumsi dari penerbit mengenai target pasar yang dituju maupun

memposisikan buku pada benak pembeli. Selain itu, adanya strategi pemasaran, juga turut memberi pengaruh besar pada penentuan cover buku maupun desain yang digunakan. Menurut Nichole Matthews dan Nickianne Moody, terdapat 3 hal yang berpengaruh pada *cover* buku, yaitu:

### *1. Market Segmentation*

Penerbit buku biasa dihadapi dengan pilihan target customer, apakah buku ditargetkan kepada seluruh pasar atau pada segmen tertentu. Sehingga menurut Kotler (2004) dalam buku *Judging A Book By Its Cover*, mengatakan bahwa terdapat 4 kategori dalam segmentasi, yaitu geografis, demografis, psikografis dan *behavioural*. Dimana kategori geografis berpengaruh terhadap selera orang pada daerah tertentu, seperti masyarakat UK dan US akan memiliki preferensi desain yang berbeda. Kemudian demografis menentukan jenis buku yang dibaca, sebagai contoh perempuan lebih banyak membaca buku novel fiksi dari pada laki-laki. Psikografis berpengaruh pada ketertarikan, aspirasi dan perasaan dari *target audience* terhadap berbagai variabel dan *behavioural* merupakan variabel terhadap penggunaan produk, *occasion*, keuntungan dan *brand loyalty*.

### *2. Targeting The Reader*

Melalui penelitian mendalam pada *market segmentation*, penentuan tersebut berpengaruh terhadap kombinasi dari hasil produk, harga maupun tempat distribusi. Melalui pemilihan tersebut, penerbit dapat menentukan desain seperti

*cover* dengan *hardcover* ataupun pada penggunaan *typography* dicetak menggunakan warna dan bahan tertentu yang disesuaikan dengan target. Sebagai contoh, buku Harry potter dianggap sebagai buku dengan target pembaca masyarakat berumur dewasa, namun penerbit Bloomsburry, mengisukan bahwa buku juga dapat dibuat menjadi edisi anak-anak yang menjadikan penggunaan desain pada *cover* berbeda dengan pemilihan bahan *hardback* dan *paperback* pada edisi anak. Hal ini merupakan salah satu pendekatan dalam segmentasi pasar.

### 3. *Positioning*

Setelah teridentifikasi *group target* yang ditunjukkan, tahap dilanjutkan pada peletakan produk sesuai dengan pemikiran *target audience*. *Positioning* strategi, dapat dilakukan dengan *occassion*, *benefit* maupun *relasi* pada produk yang dipilih. Sebagai contoh, *occassion* pada buku merupakan *summer reading*, dan memberi *benefit* berupa *thriller* dan memiliki *relasi* dengan produk kompetitor. Hal ini dapat didesain pada *cover* yang dapat digunakan juga sebagai *clue* dalam peletakan buku dalam pasar.

#### **2.7.4 Tahapan Pembuatan Buku**

Triharto (2015), mengatakan terdapat bereapa proses tahapan dalam pembuatan suatu buku, yaitu:

### 1. Perencanaan

Merupakan fase awal dan utama dalam proses pembuatan buku, sehingga memperlancar dan memudahkan pembuatan. Pada proses ini, dapat dilakukan perencanaan mengenai bagian-bagian ataupun segmentasi yang akan dibuat pada buku, hingga proses pendistribusian maupun target penjualan.

### 2. Pembuatan Konsep

Pada tahap ini, melalui perencanaan yang telah dilakukan. Proses dilanjutkan dengan pembuatan isi buku, diawali dari konsep apa yang akan dibuat, pemilihan jenis konten yang akan dibuat, target banyaknya halaman, jenis kertas maupun bahan dari buku, dan berbagai hal lain yang menyangkut buku.

### 3. Proses Desain

Merupakan proses penyeleksian berbagai elemen visual berupa ilustrasi maupun foto. Kemudian peletakkan konten menggunakan layout, pemilihan font dan warna juga turut dilakukan pada proses ini. Pada tahap ini dapat dilakukan menggunakan berbagai *software* desain seperti Adobe Photoshop maupun *software* lainnya yang dapat membantu proses desain. Kemudian dibuat versi *prototype* yang akan kembali dikoreksi hingga siap untuk proses produksi.

#### 4. Produksi

Hasil dari proses desain yang sudah lengkap dapat dilanjutkan untuk dicetak. Terdapat berbagai jenis teknik cetak yang dapat dipilih. Diantaranya, cetak *offset*, cetak *flexography*, cetak *rotogravure*, cetak sablon dan digital.

#### 5. *Finishing*

Merupakan tahap akhir pelapisan hasil jadi buku, agar lebih menarik atau tahan seperti pada bagian *cover*.

#### **2.7.5 *Layout***

*Layout* merupakan sistem peletakan elemen gambar maupun teks dengan menggunakan beberapa prinsip layout. *Layout* menjadi poin penting, dimana peletakan yang tepat akan membantu keterbacaan suatu konten yang berfungsi secara komunikatif. Penerapan layout sendiri sebenarnya tidak hanya pada suatu konten dari media yang memiliki halaman lembar kertas, seperti majalah, koran atau buku. *Layout* juga digunakan dalam website, peletakan benda pada suatu ruangan dan media lain. Sehingga layout dapat diartikan sebagai tata letak ruang maupun bidang (Anggraini S & Nathalia, 2020)



Gambar 2.22. Prinsip *Layout*  
(Angraini S & Nathalia, 2020)

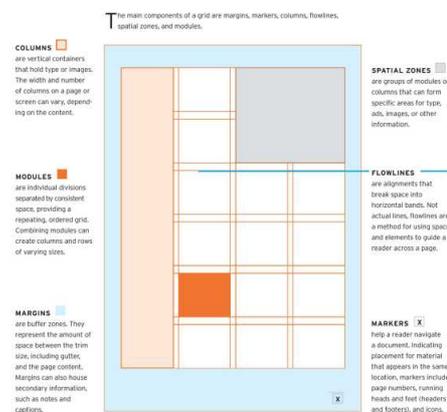
*Layout* memiliki beberapa prinsip menurut buku Desain Komunikasi Visual oleh Angraini S & Nathalia (2020), yaitu :

1. *Sequence* : Merupakan alur atau arahan fokus mata dari informasi utama yang ingin ditampilkan, hingga informasi yang kurang esensial.
2. *Emphasis* : Penekanan bagian tertentu yang ingin difokuskan dengan menggunakan beberapa elemen seperti kontras warna, perbedaan ukuran huruf maupun perbedaan *style* yang mencolok
3. *Balance* : Memberikan kesan seimbang pada suatu *layout*. Terbagi dalam dua kategorisasi, simetris dan asimetris. Definisi simetris merupakan teknik dimana kedua sisi harus sama dan asimetris merupakan teknik sebaliknya dimana obyek antara kedua sisi berbeda baik ukuran maupun banyaknya obyek pada salah satu sisi.

4. *Unity* : Elemen yang disusun sedemikian rupa yang memiliki kaitan untuk menciptakan kesan kesatuan.

### 2.7.6 *Grid*

*Grid* merupakan alat bantu berupa kerangka yang terdiri dari garis vertikal maupun horizontal. *Grid* membantu dalam peletakan gambar dan pengukuran ukuran elemen grafis agar terlihat harmonis secara visual dan membantu kelancaran kreativitas desainer. Penggunaan sistem *grid* dapat membantu mempermudah pengaturan komposisi dan membantu pembuatan suatu *layout* (Anggraini S & Nathalia, 2020).



Gambar 2.23. Anatomi *Grid*  
(Layout Essential, 2009)

Dalam penerapannya menurut (Anggraini S & Nathalia, 2020). *Grid* memiliki beberapa poin dalam anatomi grid, sebagai berikut :

1. *Format* : tata letak dari elemen desain pada suatu media

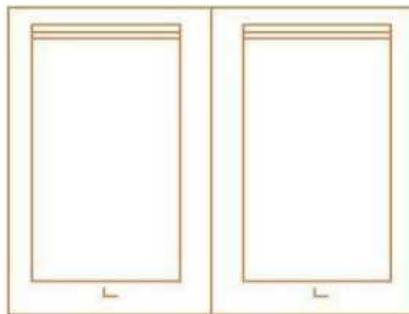
2. *Margins* : ruang negatif atau bagian luar dari konten yang berfungsi dalam memfokuskan perhatian target pada konten
3. *Flowlines* : Membagi bidang horizontal menjadi beberapa bagian dengan garis horizontal
4. *Modules* : ruang individual yang terbagi oleh interval dan pengulangan tersebut menghasilkan kolom.
5. *Spatial Zones* : Modul yang berdekatan dan dapat digunakan sebagai tempat peletakan elemen desain, berupa gambar, maupun teks.
6. *Columns* : Modul dalam bentuk vertikal, dengan ukuran lebar yang dapat berubah tergantung pada grid.
7. *Rows* : Menyerupai column, tetapi berbentuk horizontal.
8. *Gutters* : Pemisah dari *column* dan *rows*
9. *Folio* : Nomer halaman yang diletakkan secara konsisten
10. *Running Header & Footer* : Running header merupakan keterangan dari konten, dapat berupa judul, bagian judul dan penulis. Sedangkan *footer* berupa *running header* namun peletakkan pada bagian bawah.
11. *Maker* : Informasi dapat berupa lokasi, nomor halaman maupun informasi lainnya yang ditempatkan secara konsisten

### 2.7.6.1 Jenis - Jenis *Grid*

Terdapat beberapa jenis *grid* menurut Timothy Samara (Angraini S & Nathalia, 2020), yaitu:

#### 1. *Manuscript Grid*

*Manuscript grid* atau yang biasa disebut *grid* dengan satu kolom. *Grid* ini terletak pada bagian tengah dan merupakan *grid* dengan struktur sederhana, yang biasa digunakan pada buku, novel maupun buku cerita. Dalam *grid* ini, penggunaan margin, dan tipografi menjadi poin penting yang berpengaruh pada *style* desain yang dituju.

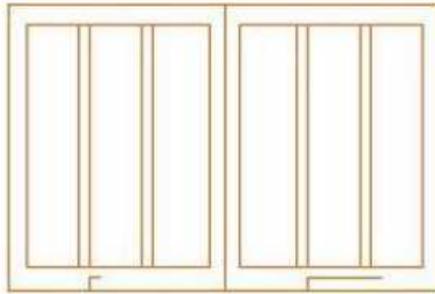


Gambar 2.24. *Single Column Grid*  
(Layout Essential, 2009)

#### 2. *Column Grid*

Merupakan penempatan beberapa kolom dengan jumlah yang tidak ditentukan dan digunakan pada format layout yang kompleks. Antara satu sama lain dari kolom yang ada, konten dari column satu dengan yang lain

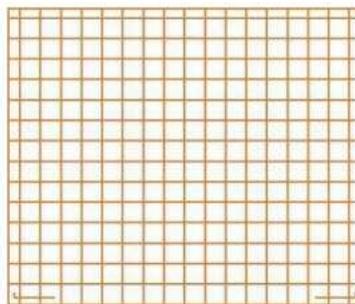
dapat saling bersambung, maupun terpisah. Kolom biasa diletakkan dengan menggunakan jarak berupa *gutter* yang diatur sedemikian rupa agar memudahkan keterbacaan.



Gambar 2.25. *Column grid*  
(Layout Essential, 2009)

### 3. *Modular Grid*

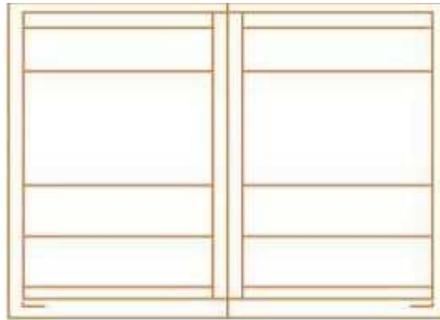
*Modular Grid* menyerupai *column grid* dimana jumlahnya bebas, namun memiliki tambahan berupa pembagian divisi secara horizontal. *Grid* ini memiliki tingkatan yang lebih rumit dari *column grid*, dimana penamaan modul diambil dari pertemuan dua garis yaitu horizontal dan vertikal. *Grid* ini biasa digunakan sebagai format dari katalog produk maupun galeri.



Gambar 2.26. *Modular grid*  
(Layout Essential, 2009)

#### 4. Hierarchical Grid

Merupakan *grid* yang disusun dengan mengutamakan informasi tertentu yang diprioritaskan atau penggunaan hierarki. *Grid* disusun tanpa adanya interval antara jarak kolom dan ukuran dari masing-masing kolom diletakan dengan intuisi atau bersifat spontan sehingga bentuk lebih bervariasi dan dinamis.



Gambar 2.27. *Hierarchical Grid*  
(Layout Essential, 2009)

#### 2.7.7 Laminasi

Menurut Gavin Ambrose dan Paul Harris dalam buku *The Visual Dictionary of Graphic Design* (2017), Laminasi merupakan proses *finishing* hasil *print* yang kemudian diaplikasikan pada permukaan buku maupun kertas. Laminasi merupakan *coating* transparan atau tanpa warna yang dapat melindungi kertas dari air ataupun dapat lebih *menhance* visual pada halaman. Gavin Ambrose dan Paul Harris (2017) membagi laminasi dalam beberapa jenis sebagai berikut:

1. *Gloss* : *Gloss* merupakan laminasi yang *menhance* warna terlihat lebih tajam dan meningkatkan *saturation* warna. Sehingga bisa digunakan pada publikasi hasil fotografi maupun brosur.

2. *Matt* : Kebalikan dari *gloss*, membuat hasil halaman yang di cetak menjadi tampak lebih lembut dan mudah untuk dibaca, karena mengurangi efek cahaya.

3. *Neutral* : Merupakan lapisan yang hampir tidak terlihat dan tidak memberi efek fisik pada hasil *print*. Biasa digunakan sebagai cara mengeringkan hasil cetak secara lebih cepat terhadap kertas satin maupun *matt* yang memakan waktu lama untuk kering.

### **2.7.8 Interactive Book**

Menurut Jacqueline Reid-Walsh (2018), Buku Interaktif atau *movable book* merupakan suatu *artifacts* atau sebuah objek *hybrid* yang merupakan gabungan dari suatu cerita, gambar, *game* maupun mainan. Buku interaktif berjajar di toko buku dengan penggunaan bahan buku yang cukup luas, dari *board book*, dengan komponen yang bergerak, menggunakan *gimmick* yang simpel maupun *pop up* yang rumit. Buku interaktif sendiri terbagi menjadi beberapa jenis, menurut Jacqueline Reid-Walsh (2018) sesuai dengan urutan sejarahnya, terbagi sebagai berikut:

1. *Activity* : Dalam kamus *Oxford English Dictionary*, *activities* merupakan sesuatu yang orang, binatang maupun sekumpulan *group* memilih untuk melakukan baik berupa pekerjaan atau tujuan. Di awal abad 20, definisi tersebut berubah menjadi proyek, *task*, *exercise* yang ditujukan pada bidang edukasi. Aktivitas tersebut dapat berupa

berbagai macam, dimulai dari suatu kegiatan menggunakan *puzzle*, atau aktivitas berbasis DIY (do it yourself) sesuai dengan tema aktivitas dapat dilakukan dengan memindahkan, mencampurkan dan aktivitas lainnya.

2. *Turn Up* : Merupakan buku interaktif yang simpel yang terbuat dari potongan maupun lipatan kecil suatu kertas. Memiliki tujuan simpel yaitu untuk digerakkan secara buka dan tutup.

3. *Stand-Up* : Merupakan buku dengan gerakan simpel yang terbuat dari *paper doll* digabungkan dengan halaman gambar seolah *theater*. Buku ini menggabungkan dua dan 3 dimensi dengan objek berdiri.

4. *Pop up* : Merupakan buku gabungan dua dan tiga dimensi dengan alat bantuan sebagai *gimmick* dengan cara tertentu. Interaktivitas yang dihasilkan adalah ketika anak membuka halaman atau menarik suatu kertas, maka mekanik tersembunyi akan bertransformasi memindahkan komponen.

## **2.8. Tipografi**

Tipografi merupakan kata yang berdasarkan pada Bahasa Yunani, “*typos*” dan “*graphe*”, yang bermakna berupa wujud tulisan. Tipografi biasa dikenal dengan seni penataan huruf, dimana saat ini medianya tidak hanya pada media konvensional namun juga pada dunia internet. Selain itu, David Crystal (1987)

dalam buku berpendapat bahwa “tipografi ialah kajian karakteristik suatu grafis pada lembar halaman”. Hal ini dikarenakan tipografi juga merupakan keilmuan yang memiliki hubungandengan *history*, *sociology* dan keragaman seni huruf yang merupakan sebuah kajian. Tipografi saat ini tidak hanya sebagai huruf yang menyampaikan pesan namun juga sebagai ilmu yang berhubungan dengan bentuk, ukuran, *layout* dan nilai estetika (Anggraini S & Nathalia, 2020). Menurut Anggraini S & Nathalia (2020), terdapat dua poin yang perlu diperhatikan desainer dalam menggunakan tipografi, yaitu:

1. Fokus dalam karakter produk
2. Segmen pasar dari produk yang menggunakan tipografi

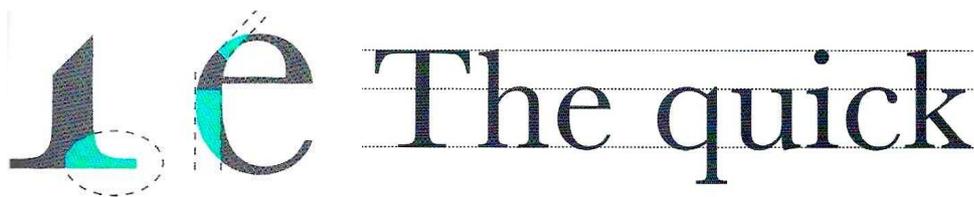
Hal ini dimaksudkan komposisi dan bentuk huruf yang dipilih, diharapkan memiliki karakteristik dan diharapkan selain estetika produk dapat memberikan kesan dan reaksi yang sesuai dari tujuan target produk tersebut. Seperti penggunaan huruf yang membulat bagi produk anak-anak dan huruf tebal yang solid untuk memberi karakter maskulin pada produk dengan target demografi laki-laki

### **2.8.1 Klasifikasi Huruf**

Menurut Anggraini S & Nathalia (2020), huruf atau tipografi memiliki 4 klasifikasi berdasarkan dengan bentuk dan asal mula, yaitu:

## 1. *Serif*

*Serif* merupakan huruf yang memiliki sirip pada bagian kaki huruf dengan ujung yang lancip. Huruf ini memiliki ketebalan huruf yang kontras pada masing-masing garis huruf, sehingga mudah untuk dibaca. *Serif* terkesan klasik, formal, profesional dan elegan. Sehingga digunakan dalam berbagai media seperti surat resmi, buku dan koran. Huruf *serif* terbagi menjadi 4 kelompok berdasarkan bentuk, yaitu *Old Style*, *Transitional*, *Modern*, dan *Egyptian*.



Gambar 2.28. *Serif*  
(Desain Komunikasi Visual, 2020)

## 2. *Sans Serif*

*Sans Serif* didefinisikan sebagai huruf tidak bersirip atau kait. *Sans serif* memiliki bentuk huruf dengan ketebalan yang sama. *Sans serif* memberikan kesan simpel, *modern*, dan sederhana. Huruf ini biasa digunakan sebagai teks pada layar komputer dikarenakan memudahkan keterbacaan bahkan untuk huruf dengan ukuran kecil. *Sans serif* memiliki beberapa kategori jenis yakni, *Neo Grotesque*, *Sans Serif*, *Grotesque Sans serif*, *Geometric Sans Serif*, dan *Humanist Sans Serif*.



Gambar 2.29. *Sans Serif*  
(Desain Komunikasi Visual, 2020)

### 3. *Script*

*Script* merupakan bentuk huruf yang memiliki bentuk atau karakteristik yang memiliki kemiripan dengan tulisan tangan. Huruf ini terlihat seakan dibentuk dengan menggunakan pena, kuas (*brush*) maupun pensil yang runcing. Selain itu huruf *script* memiliki bentuk seakan miring atau menggunakan format *italic*. *Script* terbagi dalam kategorisasi yakni, *Casual Script* dan *Formal Script*.



Gambar 2.30. *Script*  
(Desain Komunikasi Visual, 2020)

Merupakan jenis huruf yang berasal dari base huruf yang telah ada dengan penggabungan atau pengubahan, serta penambahan hiasan berupa ornamen. Huruf ini bersifat dekoratif, sehingga hanya digunakan pada judul huruf, dikarenakan

bila digunakan dalam *body text*, akan mengakibatkan tingkat *readability* yang rendah, karena susah untuk dibaca.



Gambar 2.31. Dekoratif  
(Desain Komunikasi Visual, 2020)

## 2.9. Ilustrasi

Dalam buku *The Fundamental of illustration* (Zeegen & Crush, 2020), Ilustrasi diawali dengan istilah *comercial art*. Pada awal abad 21 istilah ilustrasi sendiri bukanlah kata yang memiliki makna bagus dan dapat dihormati. Kemudian seiring dengan perkembangan sejarah pengaplikasiannya berubah dan bervariasi. Steven Heller, menyatakan bahwa “ilustrasi merupakan seni rakyat” yang kemudian perkataan tersebut digaungkan oleh Museum Nasional Ilustrasi, yang mengobservasi perubahan ilustrasi menyatakan bahwa ilustrasi berfungsi membendung sejarah sosial dan budaya serta merupakan suatu seni yang abadi (Zeegen & Crush, 2020). Diawali dengan sampul pada buku, ilustrasi saat ini berubah menjadi suatu disiplin yang memiliki berbagai peluang baru dengan semakin meningkatnya minat blog, situs online, novel grafis dan game. Sehingga dengan ilustrasi, menjadi alat komunikasi yang digunakan para ilustrator dalam menyampaikan materi, ide yang dirumuskan dengan tanda visual, pendekatan gaya individu dan pemilihan *materials* yang tepat.

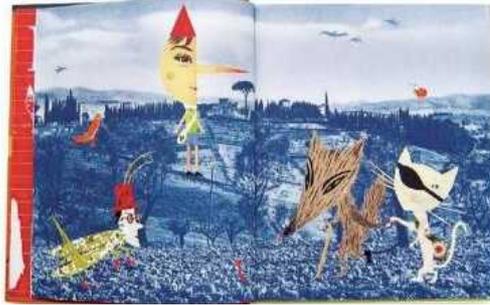
Menurut Zeegen & Crush (2020) melalui aplikasinya ilustrasi terbagi menjadi beberapa jenis, yaitu:

1. *Editorial Illustration* : merupakan *suplement* visual yang digunakan dalam majalah atau koran. Berbeda dengan fotografi yang menunjukkan fakta, editorial illustration dapat digunakan dalam menunjukkan sebuah sudut pandang atau ide.



Gambar 2.32. Contoh *Editorial Illustration*  
(The Fundamental of Illustration, 2020)

2. *Book Publishing* : Media yang pertama kali digunakan oleh ilustrasi. Namun dengan adanya penggunaan foto yang lebih populer sebagai visual dalam buku, ilustrasi lebih banyak digunakan pada buku anak, buku fiksi dan buku referensi *technical*. Ilustrasi pada buku anak berbeda dengan majalah maupun koran. Visual menjadi titik letak dari berbagai elemen yang ada dan memberikan gambaran terhadap narasi dan aspek yang ingin dimunculkan.



Gambar 2.33. Contoh *Book Publishing*  
(The Fundamental of Illustration, 2020)

3. *Fashion Illustration* : Meskipun penggunaan ilustrasi kalah dengan fotografi. Dalam prakteknya *fashion illustration* berubah arah dari sarana dokumentasi pembuatan pakaian dan visualisasi bahan, saat ini ilustrasi juga digunakan dalam mempromosikan produk kepada *audience* dengan usia muda.



Gambar 2.34. Contoh *Fashion Illustration*  
(The Fundamental of Illustration, 2020)

4. *Advertising Illustration*: Merupakan sektor berat yang dengan *deadline* tidak realistis, serts penuh tekanan dalam berpikir kreatif. Biasa dilakukan oleh agensi yang memiliki beberapa divisi dalam mengerjakan bagian tertentu dari permintaan *client*.



Gambar 2.35. Contoh *Advertising Illustration*  
(The Fundamental of Illustration, 2020)

## 2.10. *Character*

Dalam buku *Writing Children's Books For Dummies* oleh Lisa Rojany Buccieri dan Peter Economy (2012), mengatakan bahwa karakter merupakan soul dalam sebuah cerita. Keberadaan karakter membantu pembaca mengetahui posisi karakter melihat dunianya ataupun interaksi yang dilakukan. Dalam buku anak sering ditemukan karakter yang *extraordinary* baik dalam bentuk manusia maupun tidak. Anak menyukai karakter yang *exceptional*, dimana karakter tersebut memiliki karakteristik yang lucu, jahat maupun menakjubkan secara sifat dan visual dapat menjadikan karakter mudah untuk diingat dan berkesan. Lisa Rojany dan Peter Economy (2012) mengatakan ada dua poin dalam membuat karakter yang *exceptional*, yaitu:

1. *Defining your main character's driving desire* : Setiap karakter utama memiliki tujuan dan keinginan yang ingin dicapai sebagai *core* dari karakter tersebut. Tanpa adanya *core*, karakter akan *collapse* dan mudah dilupakan. Dari awal

karakter dikenalkan hingga halaman terakhir, perlu untuk memfokuskan pada bagaimana karakter mendapatkan apa yang diinginkan, apa yang menghalanginya bagaimana dia berhasil melewati rintangan dan apa yang mengubah maupun berubah di akhir.

2. *Fleshing out your main character to show readers her driving desire* : *Fleshing out* merupakan apa yang karakter lakukan. *Target audience* perlu menyaksikan apa yang karakter lakukan, tidak hanya dalam dialog atau kata-kata namun dilakukan dengan aksi untuk dapat memberi kesan. Selain itu karakter juga perlu untuk dapat membimbing plot dengan aksi yang dilakukan pada cerita.

### **2.11. Copywriting**

Menurut Rob Bowdery (2008), *copywriting* merupakan sebuah istilah penulisan kata original yang dihasilkan oleh *copywriters*. Peran *copywriters* berperan memprovide elemen yang esensial dalam proses kreatif. Proses tersebut dilakukan dengan cara kreatif untuk dapat menghasilkan kata-kata yang memiliki asal mula dari sebuah ideasi. Hasil atau kata tersebut pada umumnya, memiliki pendamping berupa sebuah gambar. Terdapat beberapa poin dalam *copywriting* yang dapat dilakukan menurut Rob Bowdery (2008), yaitu:

1. *Writing with purpose* : proses ideasi dimana peran *copywriters* sebagai komunikator informasi, diperlukan untuk dapat memberikan emosional respon dari *target audience*.

2. *Understanding your product* : Melakukan research mendalam terhadap produk yang dirancang secara mendetail untuk menghasilkan *powerful* konsep.
3. *Knowing your audience* : Melakukan riset terhadap *target audience* untuk mendapatkan *tone of voice* yang tepat dan dapat menyampaikan pesan yang kuat.
4. *Mastering the language* : Bahasa merupakan *core* dari *copywriting*, penting untuk terus melakukan improvisasi dengan membaca
5. *Sharpening your style* : Percobaan teknik atau iterasi terus menerus dapat membantu dalam mendvelop *style* menulis yang lebih persuasif dan efektif dalam menyajikan kata.
6. *Rules and restriction* : Dilakukan sesuai dengan aturan yang ada
7. *Creating effective copy* : Pemilihan tim dan melakukan riset terhadap kreatifitas dan originalitas hasil yang dilakukan secara direct dan pendekatan langsung untuk menghasilkan *copywriting* yang persuasif
8. *Advertising around the world* : Penting untuk memikirkan market mana produk akan ditargetkan, penggunaan bahasa yang kurang tepat dapat menghilangkan arti konsep ketika dilakukan translasi.

## 2.12. *Gamification*

Robert Wood dalam buku *The Gamification of Learning and Instruction Field Book* (2019), mengatakan gamifikasi terkait erat dengan konsep game. *Game* merupakan sistem yang melibatkan pemain atau *engage* dengan cara yang abstrak berupa *challenge*, terbatas pada aturan, interaktivitas, *feedback* dan memiliki hasil terukur dan menghasilkan reaksi emosional (Kapp, 2014).

Menurut Robert Wood (2014), *game* memiliki beberapa jenis yaitu:

- *Matchmaking*: mencocokkan item satu dengan lainnya
- *Collecting/Capturing*: mengumpulkan objek dalam jumlah tertentu
- *Allocating Resources*: menyeimbangkan berbagai variabel
- *Strategizing*: mengalokasi *resources* dan mendeterminasi *resources* menyerupai *allocating game*
- *Building*: membuat objek dengan material yang disediakan
- *Puzzle Solving*: Mencoba memahami atau mengemukakan jalan keluar atau penyelesaian suatu permasalahan
- *Exploring*: interaksi pemain dengan *environment*

Gamifikasi menggunakan mekanisme berbasis *game*, *aesthetics*, *engage* target dengan *game thinking*, memotivasi aksi dan pembelajaran, serta memecahkan masalah. Gamifikasi memiliki dua jenis kategori yaitu:

### *1. Structural Gamification*

Penerapan elemen permainan untuk mendorong target melalui konten yang tidak di alternasi maupun mengalami perubahan. Konten tidak berubah menjadi *game*, tetapi struktur dan elemen disekitarnya yang digamifikasi. Fokus dari jenis *structural* adalah memotivasi target terhadap konten dengan proses *engage* melalui *rewards*. Sebagai contoh, anak mendapatkan poin ketika berhasil menyelesaikan ataupun menonton dan mengerjakan tugas. Elemen yang umum digunakan pada tipe gamifikasi ini adalah *poin, badges, achievement* dan *level*.

### *2. Content Gamification*

Content gamifikasi merupakan penerapan elemen pada *game* dan *game thinking* dengan mengalterisasi konten yang dirancang lebih menyerupai seperti suatu permainan. Sebagai contoh melakukan penambahan suatu cerita dalam *course* dengan menggunakan *challenge*, daripada menggunakan sebuah *list* objektif. Jenis ini menyediakan konteks dan aktivitas kedalam *game* dengan penambahan konten pelajaran yang ingin diajarkan.

#### **2.13. Information Design**

Dalam buku *Information Design Research and Practice* oleh Alison Black, Paul Luna, Ole Lund, Sue Walker dan Erik Spiekermann (2017), mengatakan bahwa Information design menjadikan kumpulan informasi yang kompleks menjadi jelas sesuai dengan kebutuhan pengguna. Elemen yang digunakan dalam penyampaian

informasi dapat berupa gambar, tulisan maupun disajikan dalam berbagai media seperti kertas, media digital dan tampilan informasi secara publik. Perancang informasi mengubah dan menyajikan pesan yang dimaksudkan agar sesuai dengan tujuan, keterampilan, *experience*, preferensi dan situasi dari pengguna yang ditargetkan (Black dkk, 2017).

Marie Neurath dalam buku *Information design research and practice* (2017), menambahkan bahwa dalam merancang buku informasi yang ditargetkan bagi pengguna muda atau anak membutuhkan proses transformasi dalam memahami data, mengumpulkan semua data yang dibutuhkan melalui *expert*, menentukan atau filterisasi informasi yang akan disampaikan kepada public, dan menjadikan informasi dapat dipahami. Sehingga dalam mendesain buku informasi bagi anak. Marie Neurath (2017) melakukan tahap pendekatan sebagai berikut :

- Penjelasan secara narasi yang menyampaikan sebuah cerita, mendeskripsikan suatu event maupun proses atau menunjukkan bagaimana suatu hal bekerja
- Mencantumkan komperasi terhadap dua hal ataupun dengan periode waktu
- Mendeskripsikan jarak, kuantitas dan waktu
- Menunjukkan bagaimana ruang secara internal maupun external digunakan, jarak suatu wilayah dan hubungan atau *relation* yang ada.

## **2.14. *Human Centered Design***

*Human Centered Design* atau *HCD*, merupakan metode yang dikemukakan oleh IDEO. Dalam bukunya *The Field Guide to Human Centered Design* (2015), IDEO menjelaskan bahwa metode *Human Centered Design*, dapat digunakan dalam menyelesaikan permasalahan atau sebagai problem solving dari berbagai hal seperti kemiskinan, *gender equality*, hingga permasalahan sehari-hari. Metode *Human Centered Design* menawarkan *problem solving* dengan penyelesaian melalui orang maupun komunitas itu sendiri yang memiliki sebuah kebutuhan, harapan, sehingga adanya pemahaman secara mendalam mengenai hal tersebut dapat membantu dalam penyelesaian dengan menciptakan desain yang solutif dan inovatif. *Human Centered Design* memiliki beberapa tahap yang dapat digunakan dalam menyelesaikan permasalahan dalam ranah desain yaitu, tahap *inspiration*, *ideation* dan *implementation*.

### **2.13.1 *Inspiration***

Pada metode *Human Centered Design*, tahap *Inspiration* merupakan tahap awal ataupun fase awal yang digunakan untuk memperdalam pemahaman dari individual maupun komunitas dengan menggunakan berbagai cara untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan yang dapat menjadi insight dalam membuat suatu hasil desain yang solutif. *Inspiration* memiliki beberapa *tools* yang dapat digunakan sekaligus membantu proses pencarian data dan pemahaman masalah, seperti *frame your design challenge*, *build a team*, *recruiting tools*, *secondary research* dan *tools* lainnya yang dapat digunakan.

### **2.13.2 Ideation**

Fase atau tahap kedua dalam *Human Centered Design*. Tahap ini membantu mengidentifikasi data yang didapatkan pada tahap *inspiration* untuk mencari peluang desain solutif yang dapat menjadi pemecah masalah. Tahap ini membantu memfilterisasi berbagai idea atau melakukan pemilihan akan ide yang akan digunakan maupun yang tidak. Melalui tahap ini desain akan masuk dalam fase pembuatan *prototype* secara kasar yang kemudian akan di *share* kepada individual maupun komunitas yang memiliki hubungan terhadap permasalahan, untuk mendapatkan *feedback* sehingga desain kerap dapat direvisi hingga menghasilkan desain yang sesuai. Tahap ideation dapat dilakukan dengan memilih berbagai *tools* seperti, *download your learning, find themes, determine what to prototype*, dan *tools* lainnya.

### **2.13.2 Implementation**

Tahap akhir dalam metode *Human Centered Design*. Dimana pada tahap ini solusi desain dibuat secara *real* dan dalam desain tertentu hasil dapat dibawa hingga tahap penjualan. Tahap ini membantu mengarahkan ide, *business model, partnership* dalam solusi desain yang dihasilkan. Tahap ini dapat dilakukan menggunakan berbagai *tools* yaitu, *live prototyping, build partnership, funding strategy, keep getting feedback*, dan berbagai *tools* lainnya yang dapat membantu fase akhir dalam desain *problem solving* dari metode *Human Centered Design*.