

## **BAB 2**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Definisi Grafik Desain**

Menurut Landa (2010), Grafik Desain adalah sebuah cara untuk menjelaskan suatu pesan atau informasi terhadap audiens menggunakan bentuk dari visual tertentu agar dapat lebih cepat dan lebih mudah dipahami. Sebuah Solusi yang menggunakan grafik desain dapat mempersuasi, menginformasi, mengidentifikasi, memotivasi, memberi nilai lebih, mengorganisir dalam berbagai macam arti. (h.2)

##### **2.1.1 Elemen Visual**

Sebuah desain memerlukan beberapa prinsip elemen dasar dan peraturan agar dapat membantu pada saat pembuatan sebuah desain. Untuk mencapai tujuan maksimal dalam potensial sebuah element dan bagaimana caranya dapat di komunikasikan dan diexpresikan. Elemen Visual tersebut adalah Garis, Bentuk, Figur, Warna dan Texture. (h.16)

###### **2.1.1.1 Garis**

Garis adalah sebuah dua buah unit terkecil yaitu titik yang di sambungan kedua ujungnya dan membentuk sebuah garis. Garis adalah salah satu elemen dasar yang sering dipakai di desain grafis. Dengan

menggabungkan 2 atau lebih garis dapat membentuk Elemen visual yang lainnya. (h.16)

#### **2.1.1.1.1 Variasi Garis**

Garis dapat dikategorikan berbagai macam sebagai berikut:

##### *1. Garis Solid*

Garis solid dapat digunakan sebagai penanda dengan menggambarinya ke sebuah permukaan.

##### *2. Garis putus -putus*

Garis putus putus adalah garis yang memiliki celah dan terbuat dari beberapa garis yang membuat penglihat menganggap garis tersebut menyambung.

##### *3. Sisi / tepi*

Sisi adalah sebuah titik temu dari 2 garis yang dapat membentuk sebuah bentuk.

##### *4. Arah Penglihatan*

Garis tidak nyata yang terbuat dari sebuah komposisi yang membentuk sebuah garis mengarah ke suatu tempat. Garis tersebut juga digunakan untuk mengarahkan sebuah arah tertentu. (h.17)

#### **2.1.1.1.2 Penggunaan Garis**

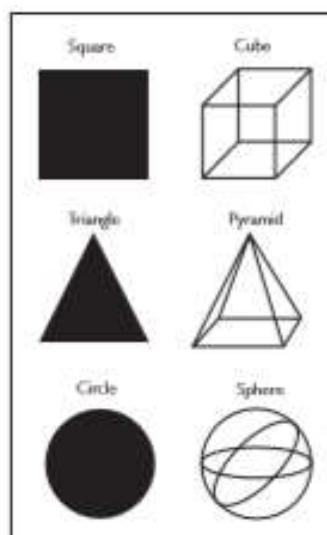
terdapat beberapa penggunaan garis secara dasar. Garis dapat digunakan sebagai bentuk, tepi dan bentuk untuk membentuk sebuah gambar, tulisan ataupun sebuah pola. Garis juga dapat digunakan untuk

membuat sebuah bentuk ataupun membuat suatu batas tertentu agar membentuk sebuah komposisi. Garis dapat membantu untuk mengorganisir sebuah komposisi. Garis juga membantu membentuk sebuah garis pengarah penglihatan. Garis juga dapat membantu pembuatan ekspresi tertentu di momen tertentu. (h.17)

### 2.1.1.2 Bentuk

Bentuk adalah sebuah garis outline dari sesuatu benda. Bentuk adalah area yang disusun dengan keseluruhan menggunakan garis ataupun sebagian menggunakan garis ataupun dapat dibuat dengan tekstur ataupun warna.

Bentuk biasanya berbentuk datar dan dua dimensi. Bentuk dapat diukur dengan Panjang dan lebar. Terdapat 3 bentuk dasar yang di terima yaitu *Persegi*, *Segitiga* dan *Bulat*. (h.17)



Gambar 2.1 Jenis bentuk  
(Graphic Design Solution, Landa,2014)

### 2.1.1.2.1 Jenis – Jenis Bentuk

Setiap bentuk dasar memiliki bentuk bervolumnya atau disebut juga solid seperti: *Kubus, Piramid, Bola*. Bentuk juga dibagi dengan 2 macam yaitu:

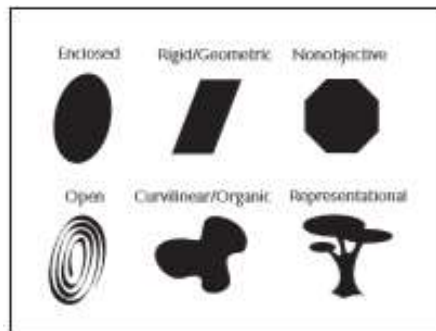
#### 1. *Bentuk Geometris*

Bentuk yang dibuat dengan sisi yang tegak lurus, lengkungan yang presisi dan dapat memiliki sudut yang dapat dihitung.

#### 2. *Bentuk Organik*

Bentuk organic digunakan untuk memberikan efek atau natural atau dibuat secara alami, dapat dibuat secara presisi ataupun tanpa presisi.

(h.17).



Gambar 2.2 Jenis – Jenis Bentuk  
(Graphic Design Solutions, Landa,2014)

### 2.1.1.3 Figur

dapat disebut sebagai spasi positif dan negative. Figur biasanya dibentuk dari sebuah foreground (Positif) dan background (Negatif).

Bentuk positif biasanya disebut sebagai bentuk dan akan seketika ditentukan sebagai bentuk. Bentuk negative biasanya dibentuk dari 2 bentuk yang didekatkan dengan jarak tertentu sehingga memberi bentuk lain.  
(h.18)

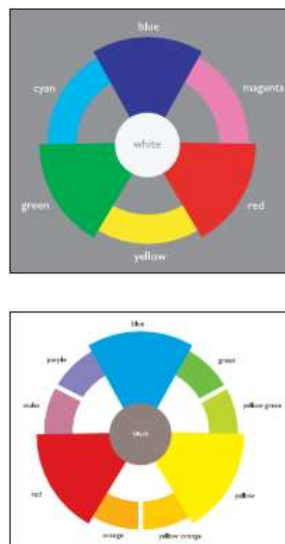


Gambar 2.3 Jenis -Jenis Figur  
(Graphic Design Solution, Landa, 2014)

#### 2.1.1.4 Warna

Warna adalah suatu properti yang dideskripsikan sebagai *cahaya energi*, dan dengan cahaya kita dapat melihat suatu warna. Warna yang kita selama ini lihat adalah hasil dari pantulan cahaya terhadap permukaan benda tersebut sehingga memberikan apa yang kita sebut sebagai warna.

(h.19)



Gambar 2.4 Jenis Jenis warna  
(Graphic Design Solution, Landa, 2014)

#### 2.1.1.5 Tekstur

tekstur adalah sebuah pengukur kualitas dari sebuah permukaan dan rasa yang dapat dirasakan oleh pemegang atau penglihat. Tekstur dapat dibagi dua sebagai berikut:

### 1. *Tekstur Taktil*

Tekstur taktil adalah tekstur yang real (asli). Tekstur yang bisa didapatkan tertentu dan dapat dapat disentuh dan dirasakan secara fisik. Terdapat beberapa desain yang dibuat dengan metode printing dapat menghasilkan tekstur tertentu.

### 2. *Tekstur Visual*

Tekstur Visual adalah tekstur yang tidak nyata atau buatan. Tekstur visual bisa didapatkan oleh buatan tangan melalui tekstur aslinya. Tekstur visual memberikan kesan ilusi dari tekstur aslinya. Tekstur visual bisa didapatkan melalui menggambarnya, melukisnya, fotografi dan Teknik lainnya. (h.23)



Gambar 2.5 Jenis – Jenis Tekstur  
(Graphic Design Solution, Landa, 2014)

### 2.1.2 Prinsip Desain

Dalam proses pembuatan desain terdapat beberapa prinsip yang harus diikuti agar dapat mempermudah proses pembuatannya. Prinsip desain dapat dibagi menjadi 7 yaitu: *Balance, Unity, Proximity, Similiarity, Continuity, Emphasis* dan *Rhythm*. Terdapat juga 4 hal yang penting untuk membantu ketika melakukan proses pembuatan desain yaitu:

#### 1. *Format*

Format adalah suatu istilah yang dipakai untuk mengartikan dua hal yang berhubungan. Format adalah penentu sebuah perimeter juga lapangan yang dibuat untuk membatasi sebuah desain. Batasan lapangan yang dimaksud adalah misalnya secarik kertas, layar gawai, billboard dan lain lain.

#### 2. *Balance*

Balance atau disebut juga keseimbangan adalah kestabilan yang dibuat dengan cara memberikan distribusi beban yang merata dikedua sisinya dengan memiliki axis di tengahnya sebagai titik tumpu. Keseimbangan pada desain dapat memberikan kesan harmoni pada hasil desain tersebut.

Adapula karya yang terlihat lebih menarik ketika prinsip keseimbangan tersebut dipatahkan.

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keseimbangan dari sebuah desain. Orientasi dan peletakan elemen – elemen desain disebuah format



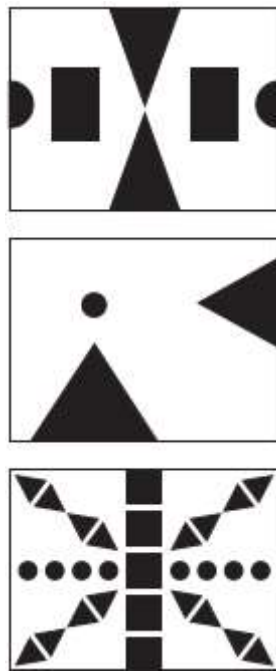
desain. Arah pandangan dari sebuah desain. Elemen apa yang seharusnya dipakai sebagai *Foreground (Figure)* atau *Background*. Warna dari sebuah karya tersebut. Kepadatan dari elemen yang diberi pada sebuah desain. Membuat sebuah Isolasi ataupun pusat utama dari sebuah komposisi. Membuat sebuah pengelompokan agar dapat sebuah anomali agar dapat menjadi pusat utama.



Gambar 2.6 Contoh gambar Balance  
(Graphic Design Solution, Landa, 2014)

### 3. *Hirarki*

Salah satu tujuan utama dari sebuah Grafik Desain adalah untuk menkomunikasikan sebuah informasi. Visual Hirarki adalah bagaimana cara untuk mengorganisir sebuah informasi agar dapat membuat suatu pesan dari informasi tersebut dapat diterima secara jelas dan padat.



Gambar 2.7 Contoh Gambar Hirarki  
(Graphic Design Solution, Landa, 2014)

#### 4. *Emphasis*

Emphasis adalah bagaimana caranya mengorganisir sebuah informasi agar memiliki alur dari informasi yang paling penting hingga yang paling tidak dan memberi penekanan terhadap informasi tertentu. Terdapat cara untuk mencapai Emphasis sebagai berikut.

##### 1. *Emphasis by Isolation*

Emphasis by Isolation adalah bagaimana memberi sebuah penekanan terhadap sebuah informasi atau lebih dengan memberi sebuah isolasi dengan salah satu cara memberi visual lebih sehingga dapat menarik perhatian lebih.

##### 2. *Emphasis by Placement*

Emphasis by Placement adalah pemberian penekanan informasi atau Emphasis dengan cara memikirkan peletakan sebuah informasi tersebut dilokasi tertentu pada format tersebut agar mendapatkan perhatian.

##### 3. *Emphasis through Scale*

Emphasis through Scale adalah pemberian penekanan informasi dengan cara memainkan ukuran dari elemen – elemen visual dan informasi sehingga dapat mendapat perhatian. Pada umumnya elemen dengan ukuran lebih besar akan lebih menjadi pusat perhatian ataupun objek yang sangat kecil ditengah objek besar juga dapat menjadi pusat perhatian.

#### 4. *Emphasis through Contrast*

Emphasis through Contrast, Penekanan yang dapat dihasilkan dengan cara memberikan sebuah kontras pada visual tersebut seperti memberikan putih dan hitam.

#### 5. *Emphasis through Direction and Pointer*

Emphasis through Direction and Pointer, Penekanan yang dapat dihasilkan dengan memberikan garis ataupun petunjuk arah untuk menuntun mata dari penonton ke arah tertentu.

#### 6. *Emphasis through Diagrammatic Structures*

Emphasis through Diagrammatic Structures, Penekanan yang dapat dihasilkan dengan cara memposisikan informasi atau elemen penting di paling atas dan hal – hal penting lainnya.

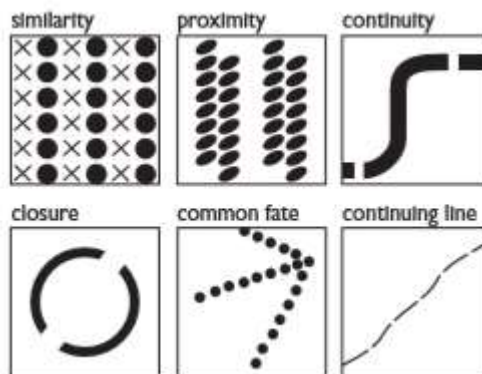
### 5. *Unity*

Unity adalah dimana semua elemen grafis terletak disebuah desain. Unity adalah peletakan elemen – elemen grafis dalam posisi tertentu di sebuah format agar elemen tersebut terlihat seperti memang diciptakan untuk bersatu.

Terdapat teori persepsi visual pada Unity menurut teori Gestalt sebagai berikut:

1. *Similarity* yaitu bagaimana sebuah kesatuan dibuat dengan memberikan elemen grafis yang sama atau mirip.

2. *Proximity* yaitu dimana kesatuan tersebut dibuat melalui mendekatkan dua atau lebih elemen grafis sehingga membentuk suatu kesatuan.
3. *Continuity* yaitu kesatuan yang terbentuk dari membentuk suatu koneksi dari elemen visual dengan elemen sebelumnya dan membuat sebuah impresi seolah – olah bergerak ke suatu arah.
4. *Closure* yaitu kesatuan yang dengan menyambungkan dua atau lebih elemen visual agar membentuk suatu bentuk sempurna atau suatu pola.
5. *Common Fate* yaitu kesatuan yang dibuat dengan membuat elemen – elemen seolah – seolah bergerak ke arah yang sama sehingga membuat suatu kesatuan.
6. *Continuing line* yaitu kesatuan yang dibuat dari garis – garis yang tidak menyatu dengan yang lain tetapi didekatkan. Jika 2 garis diputuskan, biasanya penglihat akan melihat gerakannya secara garis besar daripada melihat putus – putusnya. (h.24-31)



Gambar 2.8 Jenis – Jenis Gestalt  
(Graphic Design Solution, Landa, 2014)

Menurut Landa (2011), Typography merupakan sebuah design letterform yang disusun di media dua dimensi, seperti media cetak dan media layar dalam bentuk motion dan media interaktif. Terdapat beberapa jenis typo yang diklasifikasikan menurut bentuknya.

1. Old Style, merupakan typo yang sudah di perkenalkan sejak abad 16-an akhir. *Typo ini biasanya dikenal sebagai Roman Typeface*, dengan ciri khas penggunaan pena mata yang lebar dan ditandai dengan siku pada setiap hurufnya. Typo ini dapat di temukan di zaman modern seperti *Garamond* dan *Times New Roman*.
2. Transitional, merupakan typo yang bermunculan pada abad 19-an sebagai penanda transisi perubahan typo Old style menjadi typo yang lebih modern. Contoh typo yang terkenal merupakan *Baskerville* dan *Century*.
3. Modren, merupakan typo yang diciptkana di akhir abad 19an. Typo Modren merupakan typo yang lebih geometris dalam pembentukannya. Typo modern biasanya dikarakteristikan dengan garis yang tebal tipis dan merupakan typo yang paling simetris disbanding yang lain. Contoh typo yang merupakan bagian dari Modren typo yaitu *Didiot* dan *Walbaum*.

4. Slab Serif, merupakan typo yang memiliki garis yang tebal. Pengenalan pertama dari Slabserif merupakan pada awal abad 20-an. Contoh Slabserif yaitu *American Typewriter*, *Memphis* dan *Claredon*.
5. Sans Serif, merupakan typo yang penanda hilangnya serif pada typo. Perkenalan pertamanya merupakan pada awal abad 20-an. Sans serif memiliki typo yang masih digunakan sampai sekarang seperti *Franklin Gothic* dan *Universal*.
6. Gothic, merupakan typo yang didasarkan dari bentuk typo pada abad 14-an hingga 16-an pada jaman *Medival*. Karakteristik Gothic terdapat pada garisnya yang tebal dan memiliki beberapa lengkungan. Contoh typo yang merupakan bagian dari typo Gothic seperti *Textura*, *Rotunda* dan *Fraktur*.
7. Script, merupakan typo yang berdasar dari tulisan tangan. Typo ini biasanya tidak memisahkan setiap alphabetnya dan sedikit miring. Contoh font yang menggunakan typo ini seperti *Brush Script* dan *Snell Roundhand Script*.
8. Display, merupakan typo yang biasanya digunakan sebagai headlines dan judul. Typo ini biasanya akan menjadi lebih sulit terbaca jika dipakai sebagai artikel dikarenakan memiliki dekorasi ataupun kadang dibuat sendiri. (h. 46-49)

<b>Old Style</b> / <small>Garamond, Palatino</small>	<b>San Serif</b> / <small>Futura, Helvetica</small>
BAMO hamburgers BAMO hamburgers	BAMO hamburgers BAMO hamburgers
<b>Transitional</b> / <small>New Baskerville</small>	<b>Italic</b> / <small>Bodoni, Futuro</small>
BAMO hamburgers	<i>BAMO hamburgers</i> <i>BAMO hamburgers</i>
<b>Modern</b> / <small>Bodoni</small>	<b>Script</b> / <small>Palace Script</small>
BAMO hamburgers	<i>B.A.M.O hamburgers</i>
<b>Egyptian</b> / <small>Clarendon, Egyptian</small>	
<b>BAMO hamburgers</b> <b>BAMO hamburgers</b>	

Gambar 2.9 Jenis – Jenis typography

(Graphic Design Solution, 2011, Landa)



Menurut Samara (2017), Grid merupakan jarak yang sudah ditentukan yang bertujuan untuk menjadi pemandu ketika mendistribusikan elemen elemen design dalam sebuah format tertentu. Terdapat beberapa Grid yang dijelaskan oleh Timothy Samara yaitu :

1. Manuscript Grid, merupakan grid yang paling simpel dari berbagai jenis grid. Grid ini biasanya berisi sebuah block tulisan yang besar dan tersebar pada halaman. Tujuan Grid ini agar pembaca dimudahkan untuk membaca secara berkelanjutan.
2. Column Grid, merupakan grid yang menyusun informasi dalam bentuk yang tidak tersambung dan terpisah pisah dengan tujuan agar terlihat lebih terorganisir. Penggunaan Column Grid memiliki kelebihan yang lebih fleksibel untuk menyusun informasi pada halaman.
3. Modular Grid, merupakan grid yang biasanya dipakai untuk peletakan format yang lebih kompleks dan memiliki banyak informasi didalamnya. Modular Grid dibuat dengan memecah kolum menjadi baris dan dibagi lagi menjadi bagian bagian kecil yang dipisah dengan spasi. (h.24-29)

## **2.2 Definisi Kampanye**

Menurut Landa (2010), Kampanye merupakan promosi iklan yang ditujukan untuk menarik perhatian orang pada jangka waktu tertentu. Kampanye dapat dibuat untuk berdiri sendiri ataupun menjadi sebuah serial bersambung pada setiap iklannya. (h.346)

### **2.2.1 Jenis – Jenis Kampanye**

Menurut Larson (1992), Kampanye dapat dibagi menjadi 3 tipe, *Product-Oriented*, *Candidate Oriented* dan *Problem and caused oriented*.

#### **1. Product Oriented**

Product oriented adalah kampanye yang dilakukan dengan tujuan untuk meraup keuntungan. Kampanye Product Oriented biasanya memiliki product tertentu yang menjadi objek utama.

#### **2. Candidate Oriented**

Candidate Oriented adalah kampanye yang biasanya bersifat persuasi untuk mengajak orang dalam melakukan suatu hal tertentu. Candidate Oriented juga sering dipakai untuk kepentingan politik.

#### **3. Problem and Caused Oriented**

Problem and Caused Oriented adalah kampanye yang bersifat kampanye sosial. Kampanye tersebut biasanya dibuat untuk menghadapi suatu permasalahan dan membantu menyelesaikannya.

### **2.2.1 Media Kampanye**

Menurut Landa (2010), Media yang digunakan untuk melakukan kampanye dapat berupa buku, brosur, poster, atau apapun. Media kampanye tidak memiliki keterbatasan hanya bergantung target kampanye dan bagaimana cara untuk menarik perhatian target.

Terdapat beberapa hal juga yang dapat membuat suatu Kampanye agar terlihat menarik yaitu:

1. *Juxtaposition*

Penentuan posisi dari visual – visual dan penjarannya.

2. *Texture*

Memberikan tekstur tertentu pada visual mau hanya tekstur visual maupun tekstur nyata.

3. *An Odd point*

Pemberian sebuah objek yang unik dan berbeda dari sekitarnya.

4. *Combining Photographs with drawings*

Menggabungkan fotografi dengan digitalisasi gambaran tangan.

5. *Abstraction*

Pemberian elemen visual yang abstrak.

6. *Combining Colours with black and white*

Menggabungkan warna dengan hitam putih sehingga membuat sebuah seperasi

7. *Odd Scale*

Pemberian ukuran berbeda dan unik untuk menarik perhatian target.

8. *Montage*

Penggabungan karya karya seni yang telah terpilih yang memberntuk suatu keselarasan.

9. *Handmade elements*

Memiliki elemen – elemen visual yang unik dan dibuat sendiri oleh desainer.

10. *Bizarre Visual*

Pemberian visual yang menakjubkan dan sulit untuk dilupakan oleh yang melihat.

11. *Visual Depth Illusion*

Pemberian efek visual yang dapat memberikan ilusi ruang tertentu.

12. *Scents*

Memberikan efek bau tertentu hingga dapat menarik target.

13. *Motion*

Pemberian gerakan terhadap visual tersebut sehingga lebih menarik

14. *Odd Comparison*

Memberikan perbandingan yang kontras dan aneh agar dapat menarik perhatian target. (h.200-206)

## **2.2.2 Fotografi**

Menurut Bull (2010), Fotografi atau Photography berasal dari 2 kata Bahasa Yunani. 'Photos' berasal dari kata *phos* yang berarti cahaya dan 'graphy' yang berasal dari kata *graphe* yang berarti menggambar. Photography memiliki arti 'menggambar dengan cahaya'. (h.5)

### **2.2.2.1 Jenis Fotografi berdasarkan fungsi**

Fotografi dapat dibagi 2 berdasarkan cara penggunaannya. Fotografi yang diperuntukan sebagai dokumen dan Fotografi yang diperuntukan sebagai karya seni.

#### *1. Fotografi diperuntukan sebagai dokumen*

Fotografi sebagai dokumen adalah jenis fotografi yang dipakai sebagai karya untuk mendokumentasikan suatu momen atau sebagai suatu bukti akan dokumen penting. Salah satu contoh fotografi yang diperuntukan sebagai dokumen adalah fotografi jurnal.

#### *2. Fotografi diperuntukan sebagai karya seni*

Fotografi sebagai karya seni adalah jenis fotografi yang dipakai sebagai karya seni dengan tujuan artistik tertentu. Salah satu contoh fotografi yang diperuntukan sebagai karya seni adalah fotografi konseptual.

### **2.2.3 Iklan**

Menurut Robin Landa (2010), Iklan merupakan suatu cara untuk mempromosikan suatu produk ataupun untuk membedakan suatu kelompok diantara yang lainnya. (h.2)

#### **2.2.3.1 Jenis – Jenis Iklan**

Robin landa membagi jenis- jenis iklan menjadi beberapa menyesuaikan dengan penggunaan dan tujuannya.

1. *Public Service Advertising*

Public Service Advertising merupakan iklan yang bertujuan untuk mengedukasi atau menambahkan kesadaran suatu isu sosial dengan tujuan untuk mengubah suatu kebiasaan masyarakat dan suatu tingkah laku masyarakat. (h.2)

2. *Cause Advertising*

Cause Advertising merupakan iklan yang bertujuan untuk mengumpulkan dana untuk organisasi non profit ataupun menambah kesadaran masyarakat akan suatu masalah sosial dan mendapatkan bayaran. (h.4)

3. *Commercial Advertising*

Commercial Advertising merupakan iklan yang bertujuan mempromosikan suatu produk. Promosi produk biasanya ditujukan untuk menginformasikan produk kepada konsumen.

#### 2.2.4 Strategi Kampanye

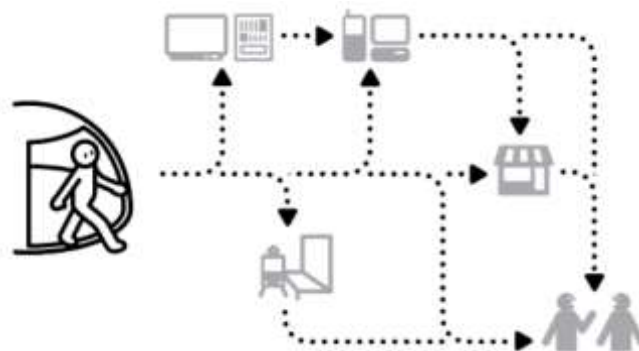
Strategi Kampanye yang akan digunakan berdasarkan buku *The Denstu Way: Secrets of Cross Switch Marketing from the World's MOST INNOVATIVE ADVERTISING AGENCY* yang ditulis oleh Kotaro Sugiyama dan Tim Andree. Strategi tersebut terdiri dari 5 yaitu *Attention, Intrest, Search, Action, Share*. Strategi marketing AISAS dibuat untuk memperbaharui dan mengganti strategi AIDMA yaitu *Attention, Intrest, Desire, Memory, Action*. (h.77)

AISAS yang terdiri dari tahap *Attention* yang bertujuan untuk menarik perhatian dari audiens atau target yang diinginkan, tahap *Intrest* merupakan tahap setelah mendapatkan perhatian audiens. Audiens akan mulai tertarik dengan kampanye yang sedang berlangsung. Tahap *Search* merupakan tahap dimana audiens mencari tau tentang kampanye setelah merasa tertarik. *Action* merupakan tahap dimana audiens melakukan suatu Tindakan seperti mengikuti gerakan kampanye tersebut dan yang terakhir *Share* dimana audiens mulai membagikan kampanye tersebut ke orang lain sehingga dapat meraih target audiens yang lebih luas

Strategi AISAS merupakan strategi yang menggunakan metode cross communication untuk mendapatkan perhatian dari target. Cross Communication merupakan metode penyebaran kampanye yang dapat berdampak ke psikologi dari calon target. Cross communication menggunakan berbagai format media untuk memberikan informasi kepada target hingga target pula menjadi penyebar inforamsi. (h.86)

Efek yang ingin dicapai dalam penggunaan strategi AISAS dapat dijelaskan seperti berikut:

1. Manusia biasanya haus akan informasi, sehingga setelah mendapatkan informasi pertama. Manusia cenderung ingin mencari informasi lebih.
2. Calon konsumen biasanya dapat mempromosikan sebuah iklan ketika diberikan beberapa variasi pesan kampanye atau iklan. Calon konsumen biasanya berkeinginan untuk membandingkan variasi pesan tersebut.
3. Layanan yang menggunakan metode AISAS dapat mengkomunikasikan beberapa informasi sekaligus.
4. Konsumen akan menjadi pemancar sebagai penyebar informasi dengan memberitahu orang-orang sekitarnya. Orang yang telah mendapatkan informasi tersebut akan mencari informasi dan siklus tersebut akan terulang. (h.107)



Gambar 2.10 Skenario AISAS

(Dentsu way, Sugiayama & Andree, 2011)



## **2.3 Definisi Pola Asuh**

Menurut *apa.org*, Pola asuh adalah suatu kewajiban dari seorang orangtua untuk menjaga dan merawat anaknya. Pola asuh memiliki 3 kewajiban utama yaitu, menjaga Kesehatan dan keamanan anaknya dan mempersiapkan anaknya untuk menjadi seorang dewasa yang produktif.

### **2.3.1 Jenis - Jenis Pola Asuh**

Menurut teori Baumrind (1960), Pola asuh dapat didefinisikan menjadi 4 jenis yaitu:

#### **1. Pola Asuh Permisif**

Pola Asuh permisif adalah pola asuh orang tua yang memiliki tingkat kepedulian terhadap anak yang cukup tinggi tetapi memiliki tingkat permintaan atau ekspektasi yang rendah. Orang tua yang menerapkan Pola Asuh Permisif biasanya tidak dapat menolak permintaan anaknya. Pola Asuh Permisif menyebabkan anak yang memiliki sifat egois dan tidak bisa mematuhi peraturan.

#### **2. Pola Asuh Demoktarik**

Pola Asuh Demokratik adalah pola asuh orang tua yang paling baik menurut Baumrind. Anak dengan pola asuh demokratik

biasanya memiliki kepercayaan diri yang lebih tinggi dan lebih mudah untuk bersosialisasi

### 3. Pola Asuh Penelantar

Pola Asuh Penelantar adalah pola asuh orang tua yang tidak memperdulikan anaknya. Pola Asuh mengabaikan juga sering disebut sebagai pola asuh menelantarkan. Orangtua yang memberikan pola asuh mengabaikan biasanya memiliki penyakit mental pada dirinya

### 4. Pola Asuh Otoriter

Pola Asuh Otoriter adalah pola asuh orang tua dengan tingkat ekspektasi sangat tinggi dengan tingkat kepedulian yang sangat rendah. Pola Asuh Otoriter juga memiliki sifat memaksakan kehendak terhadap anak.

### **2.3.1 Definisi Pola Asuh Otoriter**

Menurut Baumrind (1960), Pola Asuh Otoriter adalah pola asuh yang berorientasi pada orang tuanya. Orangtua dengan pola asuh Otoriter biasanya bersifat tegas dan dominan. Orangtua dengan pola asuh Otoriter juga biasanya memberikan banyak peraturan dan hukuman menjadi konsekuensinya. Anak dari pola asuh Otoriter biasanya menjadi tidak percaya diri dan merasa serba salah. Pola Asuh Otoriter memiliki ciri - ciri yaitu:

1. Orang tua yang kurang responsif
2. Berorientasi pada orang tua
3. Orang tua yang memiliki peraturan sangat ketat
4. Memiliki ekspektasi tinggi
5. Mengharapkan anak yang patuh dan tidak mempertanyakannya.

### **2.3.2 Definisi Pola Asuh Tiger Parenting**

Menurut situs psikologi amerika *apadivision.org*, Pola asuh Tiger Parenting adalah salah satu jenis pola asuh yang menuntut anaknya dan memberikan tekanan tinggi kepada anaknya untuk mendapatkan nilai akademik yang baik. Tiger Parenting juga akan lebih memberikan kekerasan fisik daripada kekerasan mental. Meski Tiger Parenting memberikan tekanan tinggi agar anaknya mendapatkan nilai akademik yang baik, faktanya anak dengan orangtua berpola asuh suportif

menunjukkan GPA yang lebih tinggi daripada anak dengan pola asuh Tiger Parenting. (Kim, 2013)

Mengutip dari *apa.org*, Riset telah dilakukan terhadap 444 orang, terdapat 28% anak yang mendapatkan perlakuan pola asuh Tiger Parenting. Pola asuh Tiger Parenting akan membuat seorang anak mendapatkan nilai akademik yang baik tetapi akan kalah dengan pola asuh yang suportif. Pola asuh tiger parenting juga memiliki anak dengan tingkat depresi yang lebih tinggi. (Chamberlin, 2013)

Mengutip dari *medium.com*, Tiger Parenting memiliki efek samping yang memberikan anak Depresi berat, Anxiety Disorder atau disebut gangguan mental kecemasan berlebih dan hingga yang terburuk adalah terjerumus dalam kehidupan gelap penggunaan obat terlarang atau narkotika. (Park, 2017)