Hak cipta dan penggunaan kembali:

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

Copyright and reuse:

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

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan Umum

2.1 Desain Komunikasi Visual

Definisi Desain Komunikasi Visual dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Desain

Desain biasa diterjemahkan sebagai seni terapan, arsitektur, dan berbagai pencapaian kreatif lainnya. Desain juga memiliki pengertian sebagai suatu pemikiran baru atas fundamental seni dengan tidak hanya menitik-beratkan pada nilai estetik, namun juga aspek fungsi dan latar industri secara massa, yang memang pada realitanya pengertian desain tidak hanya digunakan dalam dunia seni rupa saja, namun juga dalam bidang teknologi, rekayasa, dan lain-lain.

2. Komunikasi

Komunikasi adalah suatu proses di mana seseorang atau beberapa orang, kelompok, organisasi, dan masyarakat menciptakan, menyampaikan dan menggunakan informasi agar terhubung dengan lingkungan dan orang lain. Pada umumnya komunikasi dilakukan secara lisan atau verbal yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak.

Apabila tidak ada bahasa verbal yang dapat dimengerti oleh keduanya, komunikasi masih dapat dilakukan dengan menggunakan gerak-gerik badan,

3. Visual

Visual berhubungan erat dengan mata atau penglihatan. Menurut beberapa ahli, visual juga merupakan salah satu bagian dari aktivitas belajar. Dimana aktivitas belajar itu sendiri terdiri dari : somatis (belajar dengan bergerak dan berbuat), auditori (belajar dengan berbicara dan mendengar), intelektual (belajar dengan memecahkan masalah dan merenung), dan visual (belajar dengan cara melihat, mengamati, dan menggambarkan).

Jadi desain komunikasi visual dapat diartikan sebagai ilmu dalam menyampaikan dan mengembangkan pesan (a*rts of commmunication*) dengan menggunakan bahasa rupa (*visual language*) melalui media yang dapat berupa media cetak, digital, audio, dan lain-lain.

Bahasa rupa yang dipakai berbentuk grafis, tanda, simbol, ilustrasi gambar/foto, tipografi/huruf dan sebagainya yang disusun berdasarkan kaidah bahasa visual yang khas berdasar ilmu tata rupa. Isi pesan diungkapkan secara kreatif dan komunikatif serta mengandung solusi untuk permasalahan yang hendak disampaikan (baik sosial maupun komersial ataupun berupa informasi, identifikasi maupun persuasi). Tidak seperti seniman yang mementingkan ekspresi perasaan dalam dirinya, seorang desainer komunikasi visual adalah penterjemah dalam komunikasi gagasan yang harus bisa diterima orang lain.

Desain Komunikasi Visual mengajarkan berbagai bahasa visual yang dapat digunakan untuk menterjemahkan pikiran dalam bentuk visual. Dalam Buku Pengantar Metode Penelitian Budaya Rupa Agus Sachari menjelaskan Desain

Komunikasi Visual adalah profesi yang mengkaji dan mempelajari desain dengan berbagai pendekatan baik hal yang menyangkut komunikasi, media, maupun citra tanda/nilai seni. Desain komunikasi Visual juga mengkaji hal-hal yang berkaitan dengan komunikasi dan pesan, teknologi percetakan, penggunaan teknologi multimedia dan teknik persuasi pada masyarakat.

2.2 Kampanye

Kampanye adalah pemanfaatan berbagai metode komunikasi yang berbeda secara lainnya adalah pemanfaatan berbagai metode komunikasi yang berbeda secara terkoordinasi dalam periode waktu tertentu yang ditujukan untuk mengarahkan khalayak pada masalah tentang berikut pemecahannya.

Definisi kampanye lainnya adalah berdasarkan Rogers dan Storey (1987) yang mendefinisikan kampanye sebagai "serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan untuk menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu" (Venus, 2004: 7).

Aktivitas kampanye komunikasi mengandung empat hal, yaitu tindakan kampanye yang ditujukan untuk menciptakan efek atau dampak tertentu, jumlah khalayak sasaran yang besar, dipusatkan dalam kurun waktu tertentu, dan melalui serangkaian tindakan komunikasi yang terorganisir.

Pesan-pesan kampanye juga terbuka untuk didiskusikan, bahkan gagasan-gagasan pokok yang melatar belakangi diselengarakannya kampanye juga terbuka

untuk dikritisi. Keterbukaan seperti ini dimungkinkan karena gagasan dan tujuan kampanye pada dasarnya mengandung kebaikan untuk publik. Segala tindakan dalam kegiatan kampanye dilandasi oleh prinsip persuasi, yaitu mengajak dan mendorong publik untuk menerima atau melakukan sesuatu yang dianjurkan atas dasar kesukarelaan. Kampanye pada prinsipnya adalah contoh tindakan persuasi yang real untuk menginformasikan dan melakukan perubahan perilaku dan sikap ke arah yang lebih baik.

Kampanye memiliki dua tipe utama yaitu *individual behavior change campaigns* dan *public will campaigns* (Dungan dan Seaver, 1999; Henry dan Rivera; 1998). Kampanye perubahan perilaku atau *individual behavior change campaigns* sering disebut pula dengan informasi publik atau kampanye pendidikan publik. Tujuan dari kampanye ini adalah untuk mengubah perilaku individu yang "kurang berkenan" dan menganjurkan perilaku baru yang lebih yang dianjurkan. Contoh dari tipe kampanye ini adalah kampanye pencegahan merokok, minuman keras, pemakaian obat narkoba, seks bebas, penularan HIV/AIDS, dan lain-lain. Kampanye ini juga menganjurkan alternatif perilaku individu agar hidup menurut tatanan "kesehatan" sosial dari suatu masyarakat. Kebanyakan kampanye ini juga menggunakan pendekatan dan teknik pemasaran sosial.

Tipe utama kampanye yang kedua yaitu p*ublic will campaigns* yang biasa disebut juga *value* adalah kampanye yang bertujuan untuk mengubah kebijakan publik yang menekankan pada mobilisasi tindakan publik di dalam rangka mengubah kebijakan umum. Kampanye ini juga bertujuan menciptakan kemauan publik untuk

menolak atau menerima suatu kebijakan yang merugikan kepentingan publik (Weiss dan Tschirhart, 1994).

Ada beberapa jenis kampanye sosial media yang dapat dilakukan dengan melibatkan konsumen atau mempromosikan suatu produk atau merek dari sebuah perusahaan, diantaranya adalah: kampanye foto, blog, desain, video, dan media campuran.

Yang dilakukan dalam proyek ini adalah sebuah perancangan komunikasi visual berupa kampanye *individual behavior change campaigns* berupa desain karya-karya visual dengan media seperti *booklet*, poster, logo, *flyer*, gimmick dan lain-lain.

2.3 *Booklet*

Booklet adalah media komunikasi berupa buku berukuran kecil (setengah kuarto) dan tipis, tidak lebih dari tiga puluh halaman bolak-balik, yang berisi tulisan dan gambar-gambar. Istilah *booklet* berasal dari buku dan *leaflet*, artinya media *booklet* merupakan perpaduan antara *leaflet* dengan buku atau sebuah buku dengan format (ukuran) kecil seperti *leaflet*. *Booklet* digunakan dalam perancangan kampanye sosial ini sebagai media utama penyampaian pesan kepada target audiens.

2.4 Media

Pengertian media menurut Boove (1987) mengatakan bahwa media adalah sebuah alat yang mempunyai fungsi menyampaikan pesan. Media komunikasi visual adalah

media untuk menyampaikan suatu pesan atau maksud yang disampaikan, tentunya media yang akan dirancang tidak lepas dari beberapa unsur desain yang mendukung.

Menurut Eldrani (2001: 4) media adalah segala sesuatu yang dapat digunakan unutuk menyalurkan pesan dari pengirim ke penerima sehingga dapat merangsang pikiran, perasaan, perhatian, dan minat seseorang sedemikian rupa sehingga terjadi proses belajar. Contoh media komunikasi antara lain adalah media cetak, media *online*, dan media audio.

2.5 Ilustrasi Vektor

Vektor adalah sekumpulan titik koordinat dan angka yang secara matematis mendeskripsikan suatu atribute (posisi, ukuran, warna, dan lain-lain) dari suatu grafik secara dua dimensional. Teknologi vektor memungkinkan desainer untuk membuat suatu desain tanpa mengkhawatirkan resolusi gambar tidak tinggi sehingga gambar pecah. Pemanfaatan vektor sendiri banyak diterapkan ke dalam beberapa program aplikasi desain untuk membuat ilustrasi, desain huruf, animasi, dan desain interaktif.

Gambar 2.1 Contoh Ilustrasi Vektor 1

Sumber: http://society6.com

Gambar 2.2 Contoh Ilustrasi Vektor 2

Sumber: http://society6.com

Vektor paling baik digunakan untuk:

1. Membuat ilustrasi, logo, dan ikon yang detail dan tajam baik digital atau cetak.
2. Membuat grafik yang dipertunjukkan di depan layar lebar dengan resolusi tinggi.
3. Membuat logo dan ikon yang digunakan untuk berbagai macam fungsi dari percetakan yang paling kecil hingga *billboard* atau *banner* dengan ukuran yang paling besar sekalipun.

Menurut Martin Salisbury (2004) dalam bukunya "*Illustrating Children's Book*" mengatakan bahwa ilustrasi yang menarik harus bisa memvisualisasikan adegan dengan tambahan imajinasi dan kreasi. Selain itu ilustrasi untuk anak harus memiliki elemen yang simpel, tidak terlalu detail dan rumit, namun mempunyai *point of interest* yang bisa menarik perhatian anak-anak.

Ada beberapa jenis buku ilustrasi untuk anak berdasarkan isinya menurut Larry Swartz (2009) yaitu *alphabet book, counting book, wordless book, poems as picture book, traditional tale, information picture book,* dan *graphic picture book.*

2.6 Desain Multimedia untuk Anak-anak

Sebuah desain dapat dikatakan berhasil apabila dapat menjangkau target audiensnya secara tepat. Demikian pula agar bisa mendesain untuk anak-anak haruslah dibuat sedemikian rupa menarik agar pesan yang kita ingin sampaikan dapat menarik minat dan perhatian anak-anak. Louis Lazarus (2009) berpendapat dalam artikelnya di *Smashing Magazines* menjelaskan beberapa prinsip desain untuk media yang berpengaruh pada anak-anak:

1. Desain yang menstimulasi indera:

Warna cerah

Warna cerah dapat menarik minat perhatian anak untuk waktu yang lama, warna cerah juga dapat menstimulasi otak anak dan bisa membuat anak lebih mudah untuk mengingat dan menyimpannya dalam memori otak. Selain itu warna cerah dapat

menimbulkan perasaan gembira dan rasa semangat. Warna cerah dapat juga mempengaruhi psikologis anak, baik laki-laki maupun perempuan.

Gambar 2.3 Warna Cerah

Sumber: http://shutterstock.com

Dapat menimbulkan perasaan gembira

Anak-anak senang dengan desain yang dapat membangkitkan rasa bahagia dan semangatnya dibandingkan dengan desain yang gelap dan cenderung suram.

Gambar 2.4 Perasaan Gembira

Sumber: http://youtube.com/dobbyanddisyseries

Penggunaan elemen-elemen dari alam

Menggunakan elemen dari alam juga dapat membuat anak lebih tertarik seperti pohon, hewan-hewan lucu, air, awan, pelangi, batu, pegunungan, bunga, dan lain-lain.

Gambar 2.5 Elemen dari Alam

Sumber: http://i.istocking.com/file-thumbview/2396098/34/stock-illustration-kids-paint-art

2. Elemen-elemen desain yang besar:

Anak-anak secara natural akan lebih tertarik pada objek yang simple, jelas, *eye catching*, dan mudah dikenali. Beberapa hal yang bisa diperhatikan adalah:

Karakter yang beranimasi

Karakter yang besar, bergerak, dan berbicara adalah hal yang dapat menarik minat anak-anak secara tepat.

Gambar 2.6 Karakter yang Beranimasi

Sumber: http://weheartit.com/sanrio-characters

Kedalaman dalam desain

Anak-anak suka membiarkan imajinasi mereka bermain dan bergerak pada dunia yang terasa seperti nyata. Kedalaman dapat dibentuk melalui bayangan, perbedaan warna, gradasi, dan objek yang melayang.

Gambar 2.7 Kedalaman dalam Desain

Sumber: http://wallcoo.com_echi_echi_0gift02

3. Interaksi pengguna:

Interaktivitas adalah salah satu elemen yang paling penting bagi desain multimedia untuk anak-anak. Anak-anak menggunakan media tidak hanya untuk membaca dan meneliti, namun juga untuk hiburan dan bermain.

Gambar 2.8 Interaksi Pengguna

(Sumber: 298077_264546306898599_100000296962616_1075839_1141473_n)

2.7 Warna

Warna yang tepat untuk anak-anak menurut Louis Lazaris (2009) adalah warna yang menimbulkan dampak psikologis yang baik dan positif, yaitu keceriaan, kesenangan, dan kehangatan.

Berdasarkan hasil kuesioner penulis kepada anak perempuan TK *Peach Blosoms,* Bekasi usia 5-8 tahun menyukai warna-warna ceria namun hangat dan lembut seperti merah muda, salem, hijau dan biru *tint.*

Contoh warna di bawah adalah warna-warna terang yang menyala. Kurang efektif digunakan untuk warna anak-anak karena warna cerah pada warna-warna di bawah terkesan agresif, gelisah, marah, khawatir, tidak tenang, dan menggebu-gebu.

2.8 Layout

Menurut Surianto Rustan dalam bukunya yang berjudul *Layout,* Dasar & Penerapannya, 2008 mendefiniskan bahwa *layout* merupakan tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep atau pesan yang dibawanya.

Menurut Tom Lincy dalam *Design Principle for Desktop Publishing*, hal lain yang diharuskan ada dalam pembuatan tata letak desain adalah penekanan, keseimbangan, urutan, dan kesatuan, dan kontras. Masing-masing prinsip ini juga mempunyai andil masing-masing sebagai prinsip dasar desain grafis, diantaranya yaitu:

1. *Balance* (Keseimbangan)

Balance atau keseimbangan berarti terdapat dua objek dengan berat yang sama di kedua sisinya masing-masing dalam bidang *layout*. Berat yang merata berarti menghasilkan kesan seimbang dengan menggunakan elemen-elemen yang dibutuhkan dan meletakannya pada posisi yang tepat.

Ada dua jenis keseimbangan pada *layout* yaitu keseimbangan yang simetris dan keseimbangan yang tidak simetris.

2. Kontras

Prinsip kontras menekankan perbedaan visual dalam ukuran, bentuk, dan warna antara unsur-unsur atau elemen yang ada untuk meningkatkan persepsi pesan yang ingin disampaikan.

Kontras juga menarik dan mengarahkan *audience* kepada daerah atau tujuan tertentu. Prinsip kontras juga merupakan salah satu prinsip desain yang paling berguna karena dapat mengarahkan mata untuk mengevaluasi ulang pentingnya suatu area fokus dibandingkan dengan bagian lainnya.

3. *Unity* (Kesatuan)

Unity atau kesatuan adalah suatu keadaan ketika elemen-elemen yang berbeda saling berinteraksi satu sama lain. Agar sebuah *layout* memiliki kesan kuat, *layout* harus mempunyai kesan *unity* yang kuat pula, baik dari teks, gambar, warna, ukuran, komposisi, gaya, dan elemen-elemen desain lainnya harus saling berkaitan.

4. *Emphasis* (Penekanan)

Emphasis adalah titik vokal atau *point of interest* dalam sebuah *layout*. *Emphasis* bisa diciptakan melalui berbagai cara misalnya dengan memberikan proporsi gambar yang jauh lebih besar dalam sebuah halaman, atau menggunakan warna yang kontras dengan latar belakangnya, menggunakan bentuk yang bermacam-macam, dan masih banyak lagi.

5. *Sequence* (Urutan)

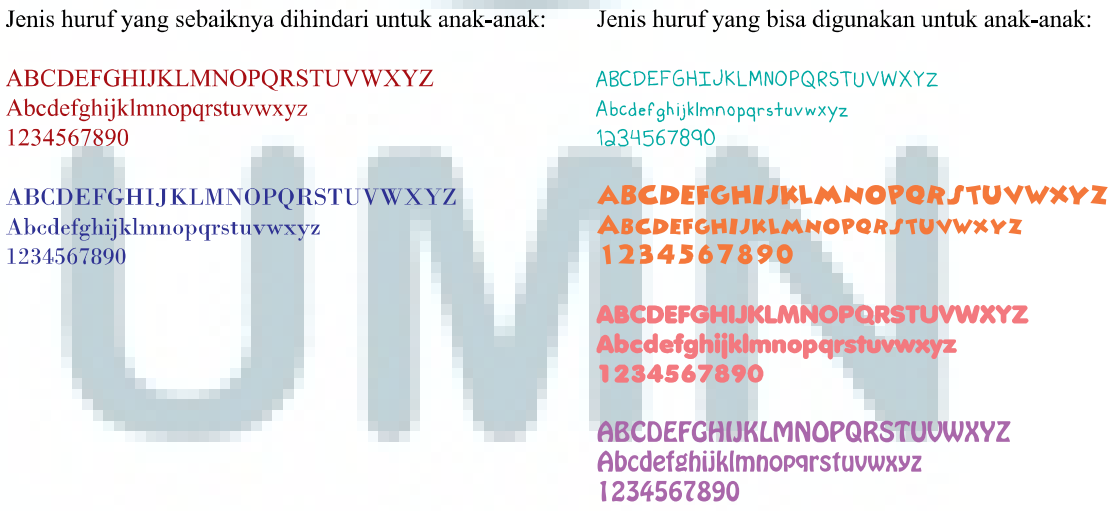
Sequence bisa juga disebut hierarki, *flow*, atau aliran. Merupakan tugas desainer untuk membuat prioritas dengan mengurutkan dari yang harus dibaca pertama hingga akhir. Jika semua informasi yang ditampilkan sama kuatnya, pembaca akan kesulitan untuk menangkap pesan utamanya. Melalui *sequence*, pembaca akan bisa mengurutkan pandangan mata sesuai dengan *flow* yang diinginkan.

2.9 Tipografi

Tipografi adalah sebuah disiplin khusus dalam desain yang mempelajari seluk beluk huruf. Huruf sendiri dikategorikan menurut beberapa kategori tertentu karena sebuah huruf dapat memberikan kesan-kesan tersendiri. Secara umum tipografi dibagi menjadi dua kategori besar yaitu *serif* dan *sans serif* (Vincensius Sitepu, 2010: 33).

Menurut Danton Sihombing, tipografi merupakan representasi visual dari sebuah bentuk komunikasi verbal dan merupakan properti visual yang pokok dan efektif (Tipografi dalam Desain Grafis, 2001).

Pada saat memilih *typeface* untuk anak-anak, banyak hal yang harus diperhatikan, termasuk jenis desain huruf dan tingkat keterbacaannya. Anak-anak tidak terlalu menyukai segala sesuatu yang terlalu serius dan naïf, jadi jenis huruf yang baik untuk anak-anak adalah yang simpel. *Counter* harus bulat dan terbuka, tidak bersudut dan kaku.



Gambar 2.9 Contoh Tipografi

2.10 Penokohan

Menurut Sudjiman (1992: 18-23), tokoh adalah individu rekaan yang mengalamai peristiwa dalam berbagai peristiwa cerita, sedangkan penokohan adalah penyajian watak tokoh. Berdasarkan fungsinya, tokoh dalam cerita dapat dibedakan menjadi tokoh utama dan tokoh bawahan. Tokoh utama adalah tokoh yang menjadi pusat perhatian dalam kisahan. Tokoh bawahan adalah tokoh yang tidak sentral kedudukannya dalam cerita, namun kehadirannya berguna untuk mendukung tokoh utama.

2.11 Peranan Tokoh Karakter terhadap Perkembangan Anak

Perkembangan anak-anak pada masa pertengahan akan mengalami proses sosialisasi yang lebih kompleks. Hal itu disebabkan anak-anak telah memasuki lingkungan sosial yang lebih luas karena telah memasuki masa sekolah. Menurut Norton dalam *Through the Eyes of Child* (1987: 24-25), salah satu aspek yang mempengaruhi sosialisasi anak adalah proses identifikasi, yaitu pemikiran, perasaan, dan tindakan mereka identik dengan tokoh karakter yang mereka sukai. Sarumpaet (1976: 28) juga menyebutkan bahwa proses identifikasi merupakan salah satu faktor yang paling penting dalam proses sosialisasi anak. Proses tersebut didasari oleh keinginan menyesuaikan diri dan mendekati diri pada kehidupan tokoh atau sesuatu yang lain di luar dirinya, entah positif ataupun negatif. Berdasarkan hal tersebut, dapat diketahui bahwa secara tidak langsung tokoh ikut terlibat dalam perkembangan seorang anak.

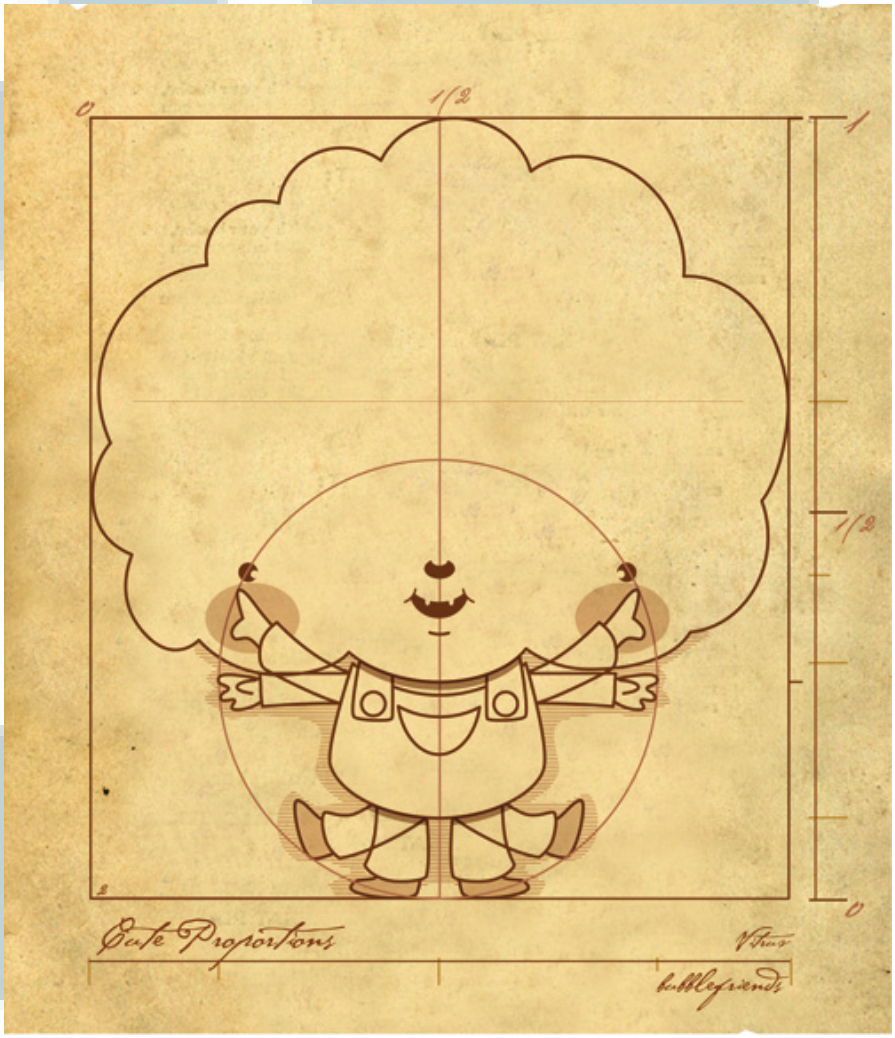
Menurut Sarwono (2002:30), dalam perkembangan kepribadiannya, seorang anak selalu membutuhkan tokoh identifikasi. Dalam proses ini, anak mengambil alih sikap-sikap, norma, nilai, perilaku dan lain-lain dari tokoh karakter yang diidentifikasinya untuk ditiru.

Sejalan dengan hal di atas, Hurlock (1978: 148-149) juga menyebutkan bahwa proses meniru (imitasi) merupakan bagian dari pembentukan pembelajaran pribadi anak dan hal ini adalah proses yang paling mudah dilakukan. Selain itu, proses meniru berkaitan dengan kreativitas. Proses ini merupakan langkah awal untuk mengembangkan imajinasi untuk berkreasi menurut keinginan dan kesenangannya sendiri, karena dunia anak adalah dunia belajarm dunia bermain, dunia dunia imajinasi, dunia visual, dunia coba-coba, dunia ingin tahu, dunia ekspresi dan dunia kreativitas, sehingga karakterisasi dengan gaya ilustrasi merupakan hasil intrepetasi yang dapat menimbulkan imajinasi anak-anak secara bebas.

Menurut Maurren Cox dalam bukunya yang berjudul *"The Pictorial World of Child"* menjelaskan bahwa anak-anak akan lebih mudah dan suka membaca ekspresi wajah dalam bentuk kartun atau ilustrasi dibandingkan dengan fotografi. Dengan gaya kartun atau ilustrasi anak akan lebih tertarik untuk memvisualisasikan dan mengimajinasikannya.

2.12 *Childlike* Karakter

Karakter yang kuat memiliki daya tarik untuk anak-anak adalah karakter yang lucu dan ceria untuk anak dapat dibuat dengan mengikuti struktur tubuh bayi (Lazaris, 2009). Menurut Sascha Preuss (2010) karakter yang menggemaskan adalah karakter yang memiliki karakteristik serta proporsi tubuh *childlike.*

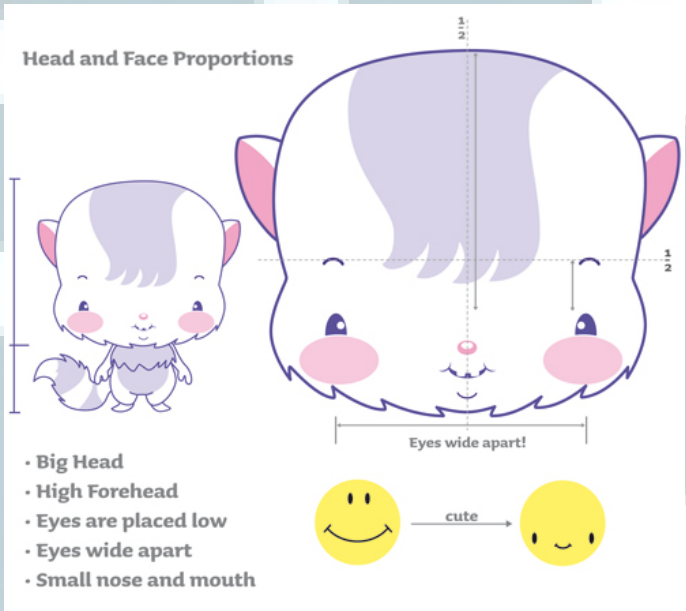


Gambar 2.10 *Cute Proportions*

Sumber: http://vector.tuts,plus.com/category/articles

Sebuah artikel dalam Vectorplus+, Preuss (2010) memberikan elemen-elemen penting untuk membuat karakter yang sesuai dengan karakter untuk anak-anak yaitu:

1. Kepala : karakter kepala berukuran besar dan bulat



Gambar 2.11 *Head and Face Proportions*

Sumber: http://vector.tuts,plus.com/category/articles

2. Mata : berukuran besar bulat dan dekat mulut

Gambar 2.12 Mata Gaya Ilustrasi

Sumber: http:/i01.i.aliimg.com/img/pb/799/468/986/3546890_532s.jpg

3. Hidung : samar terlihat, pesek atau tidak terlihat sama sekali
4. Mulut : berukuran kecil, dekat dengan mata dan hidung
5. Lengan : bentuk lembut dan bulat. Jari-jari pendek-pendek
6. Kaki : berbentuk pendek dan gemuk

Gambar 2.13 Contoh *Childlike* Karakter
Sumber: http://vector.tuts,plus.com/category/articles

7. Sederhana : detail yang dibuat tidak terlalu banyak sehingga tidak terlalu ramai dan karakter menonjol
8. Warna : warna-warna pastel yang cerah dan ceria namun hangat dan tidak terlalu kontras untuk memberikan kesan lembut akan menimbulkan perasaan gembira dan mengundang anak-anak

Gambar 2.14 Contoh Warna Pastel

Sumber: http://vector.tuts,plus.com/category/articles

9. Bentuk bulat: kontur keras dengan sudut tidak cocok untuk anak-anak. Anak-anak lebih cocok dengan bentuk bulat tak berujung tajam

Gambar 2.15 Contoh Karakter Anak

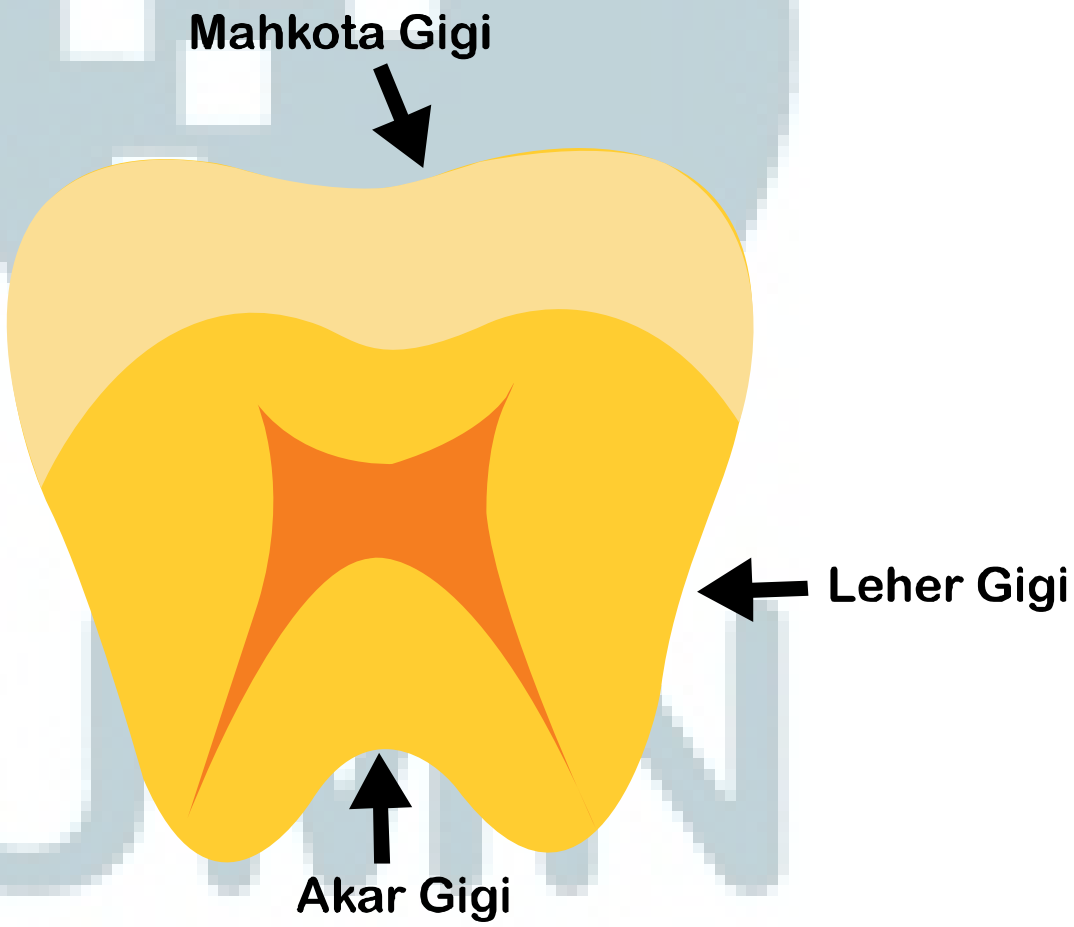
Sumber: http://vector.tuts,plus.com/category/articles

10. Hiperbol: membesar-besarkan instrument yang ada sehingga memiliki keunikan sendiri dan terkadang tidak ada secara nyata

2.13 Gigi

2.13.1 Bentuk dan Struktur Gigi

Gigi kita terbagi atas tiga bagian besar yaitu mahkot gigi, akar gigi, dan leher gigi. Mahkota gigi merupakan bagian gigi yang kelihatan dari dalam dalam mulut, akar gigi merupakan bagian gigi yang tertanam dalam tulang rahang, dan leher gigi merupakan bagian antara mahkota gigi dan akar gigi.



Gambar 2.16 Anatomi Gigi

2.13.2 Macam-macam Gigi

Macam-macam gigi ditinjau dari fungsinya adalah sebagai berikut:

1. Gigi Seri

Terletak pada bagian depan rahang dan diperlukan untuk memotong-motong makanan di dalam mulut. Jumlahnya delapan; empat di rahang atas dan empat lagi di rahang bawah. Gigi ini hanya mempunyai satu akar.

2. Gigi Taring

Letaknya di sudut mulut dan diperlukan untuk mencabik makanan. Gigi ini mempunyai satu akar dan mahkotanya tajam. Berjumlah empat, dua dirahang atas dan dua dirahang bawah pada sisi kiri dan sisi kanan

3. Gigi Geraham Besar

Letaknya di bagian samping dari susunan geligi. Mempunyai dataran pengunyah yang lebar untuk menggiling makanan.

4. Gigi Geraham Kecil

Gigi geraham kecil merupakan pengganti gigi geraham sulung. Gigi geraham kecil diperlukan untuk menghaluskan makanan.

2.13.3 Macam-macam Jaringan Gigi

Ada beberapa macam jaringan gigi yaitu:

1. Enamel / Email

Lapisan yang snagat keras dan menutupi seluruh mahkota gigi. Gunanya untuk melindungi gigi terhadap rangsangan dari luar.

2. Dentin

Lapisan yang terletak dibawah email. Dan lapisan ini tidak sekeras email.

3. Pulpa

Jaringan gigi yang lunak, terdapat di tengah-tengah gigi, dan terdiri atas pembuluh darah dan urat syaraf.

4. Semen

Lapisan tipis dalam gigi yang menutupi seluruh akar.

Juga dua macam jaringan penyangga gigi yaitu:

1. Gusi

Merupakan jaringan yang lunak, yang mengelilingi bagian gigi dan berwarna merah muda (gigi dan gusi yang sehat)

2. Selaput Periodontium

Selaput yang mengikat gigi pada tulang alveol. Selaput ini gunanya untuk menjaga gigi terhadap tekanan yang terjadi sewaktu mengunyah.

2.13.4 Fungsi Gigi

Gigi kita mempunya beberapa fungsi yang diantaranya yaitu:

1. Mengunyah, menggigit, dan menghaluskan makanan

Merupakan fungsi gigi yang terpenting, karena untuk pencernaan yang sempurna, diperlukan tiga proses di atas.

2. Mengucapkan kata-kata dengan jelas (berbicara)

Susunan gigi yang teratur dan lengkung gigi yang baik memungkinkan untuk mengucapkan kata-kata dengan baik dan jelas.

3. Bentuk muka yang harmonis

Dua pertiga wajah kita dibentuk oleh tulang rahang atas dan rahang bawah. Letak dan susunan gigi yang teratur mempunyai pengaruh yang baik terhadap pertumbuhan.

2.13.5 Fase Pertumbuhan Gigi

Setiap orang memiliki fase-fase pertumbuhan gigi yang dimulai dari gigi sulung, gigi peralihan, dan gigi tetap.

1. Gigi Sulung

Geligi pada bayi yang baru lahir, meskipun tidak kelihatan namun sudah ada dalam rahang. Gigi sulung sudah mulai tumbuh pada waktu anak berumur enam bulan dan biasanya sudah lengkap pada umur 2.5-3 tahun. Seluruhnya berjumlah dua puluh.

Pada umur tersebut, anak sudah mulai mengingat bahwa gigi-nya dapat mulai makan makanan yang keras (untuk ukuran bayi) dan sudah mulai berbiacara dan giginya dapat membantu untuk mengucapkan kata-kata dengan terang dan jelas, gigi-giginya pun dapat mendorong pertumbuhan rahang.

Gigi sulung yang sudah rusak harus segera ditambal agar dapat dipertahankan sampai saat tanggal yang sewajarnya. Gigi sulung yang dibiarkan rusak dan tidak ditambal akan bisa menyebabkan peradangan yang bisa menjalar ke benih-benih tetap yang ada di bawahnya.

2. Gigi Peralihan

Dengan fase gigi peralihan dimaksudkan keadaan dimana gigi tetap telah tumbuh disamping gigi dulung. Pada umur kira-kira enam tahun, gigi tetap yang pertama akan tumbuh. Gigi ini biasanya disebut 'gigi geraham 6 tahun'. Timbuhnya tepat dibelakang geraham sulung yang terakhir dan sering dianggap gigi sulung juga.

Kehilangan gigi ini selain akan mempengaruhi pertumbuhan rahang, juga akan mengakibatkan penggeseran gigi-gigi yang lain yang akan menyebabkan kesukaran waktu mengunyah.

2.13.6 Kelainan Pada Gigi

Macam-macam kelainan pada gigi yang sering terjadi:

1. Karies Gigi

Karies gigi adalah kerusakan pada jaringan keras dari gigi. Karies gigi ini terjadi pada lapisan enamel dan dapat menjalar terus mealui dentin ke pulpa. Biasanya Karies gigi terjadi pada lekuk-lekuk yang ada pada mahkota gigi atau terjadi pada permukaan dua gigi yang berdampingan.

Apabila Karies tidak diobati, maka akan menjalar ke pulpa dan dapat menyebabkan radang dalam tulang rahang. Gigi yang meradang dapat menimbulkan rasa sakit yang sering disertai dengan pembengkakan gusi, dan dalam keadaan yang lebih buruk akan disertai dengan pembengkakan rahang. Karies gigi tidak dapat

sembuh dengan sendirinya, maka sangat penting untuk melakukan pemeriksaan yang teratur ke dokter gigi.

2. Kelainan pada Gusi

Kebersihan mulut yang kurang dijaga dan adanya bakteri akan mempermudah terjadinya peradangan pada gusi. Gusi yang sehat umumnya berwarna merah muda cerah, melekat dengan baik sekeliling leher gigi (tidak ada celah) dan mengkilap. Sedangkan gusi yang tidak sehat berwarna kemerah-merahan, mudah berdarah kalau tersentuh, agak bengkak, dan dalam keadaan lebih parah mungkin bernanah. Pelekatan sekitar gigi tidak baik dan tidak mengkilap.

Sisa-sisa makanan yang melekat pada gigi juga bisa mengeras karena pengendapan bahan kapur yang berasal dari ludah, membentuk karang gigi yang berwarna kuning dan melekat pada mahkota gigi. Sifat karang gigi ini adalah merusak pelekatan gusi pada gigi dan menyebabkan peradangan pada gusi.

3. Gigi Berlubang

4. Gigi Sensitif

2.13.7 Cara Menjaga Kesehatan Gigi

Hal penting yang harus diperhatikan untuk memelihara kesehatan gigi dan mulut diantaranya adalah dengan:

1. Memperhatikan makanan yang kita makan

Susunan makanan yang baik perlu untuk pertumbuhanyang baik dan kesehatan pada umumnya. Menu yang tersusun dengan baik adalah menu yang mengandung zat-zat

yang dibutuhkan oleh tubuh. Dan dalam hubungan dengan kesehatan gigi, makanan mempunyai tiga pengaruh, yaitu pengaruh selama pembentukan gigi, mengenali macam makanan yang akan dimakan (berserat, empuk atau lunak), dan sering tidak kita makan juga dapat memperngaruhi pembentukan gigi kita.

Pengaruh asam dan hidrat arang dalam mulut terjadi selama 30 menit pertama setelah makan, kalau kita makan tiga kali sehari, maka pengaruh asam hanya terjadi selama 3x30 menit = 150 menit. Makanan yang manis dan lengket yang dimakan sepanjang hari akan memperbesar pengaruh asam terhadap gigi, oleh sebab itulah anak-anak harus dijaga jangan smapai terlalu sering makan makanan semacam ini sepanjang hari.

2. Pahami cara dan waktu yang tepat saat membersihkan gigi

Cara yang mudah untuk menjaga kebersihan gigi dan mulut adalah dengan menggosok gigi, dan saat yang paling tepat adalah menggosok gigi sehabis makan.

Cara menyikat gigi berdasarkan arah pergerakan sikat gigi harus sama dengan arah gigi, yaitu dari gusi ke mahkota gigi. Dengan demikian maka sambil menyikat gigi kita juga memijat gusi. Dan untuk anak-anak dapat diterapkan dengan cara menyikat yaitu dataran pengunyah digosok dengan gerakan maju mundur, permukaan gigi yang menghadap pipi digosok dengan gerakan berputar dengan kedua rahang terkatup, dan permukaan gigi sebelah dalam, arah menyikatnya sesuai dengan arah tumbuhnya gigi.

Seselesainya menyikat gigi, berkumurlah dengan air bersih hingga tidak ada lagi sisa busa atau pasta gigi yang tertinggal dalam mulut.

Jadi secara keseluruhan, pedoman untuk menyikat gigi drngan baik harus memenuhi tiga syarat, yaitu menyikat gigi segera setelah makan, sikatlah tiap-tiap bagian paling sedikit sepuluh kali dan selalu harus dari gusi ke arah mahkota gigi, dan kumurlah dengan air bersih

3. Pemeriksaan Gigi ke Dokter Gigi

Pemeriksaan gigi perlu dilakukan secara teratur sebab dengan demikian dapat diketahui kelainan-kelainan yang ada di dalam mulut dan pada gigi kita.

Pemeriksaan sederhana yang dapat dilakukan adalah ada tidaknya gigi berlubang, apakah gusi sehat atau tidak, dan bersih atau tidaknya keadaan dalam mulut, bau mulut akibat dari masalah gigi atau gusi yang terinfeksi, dan lain-lain. Oleh sebab itu pemeriksaan gigi disarankan paling tidak dilakukan dalam jangka waktu enam bulan sekali.

2.14 Kaitan Teori dengan Penelitian

Teori tentang visualisasi desain untuk anak yang telah diuraikan di atas akan digunakan sebagai dasar pemahaman terhadap sumber data perancangan komunikasi visual kampanye sosial untuk anak-anak khususnya anak perempuan. Melalui teori-teori di atas penulis akan merancang desain yang sesuai dengan target penelitian yaitu anak-anak khususnya anak perempuan. Teori-teori di atas juga akan digunakan sebagai bahan pendamping untuk penulis melakukan penelitian-penelitian dengan metode-metode yang sesuai dengan proyek Tugas Akhir penulis.

Dalam proyek ini penulis akan merancang sebuah kampanye sosial dengan desain yang menarik dan informatif untuk anak-anak khususnya anak perempuan dengan media visual berupa *booklet* atau buku ringkas untuk anak-anak. Gaya desain yang digunakan adalah ilustrasi vektor dengan tema yang diusung untuk multimedia anak-anak.

Warna yang digunakan adalah warna-warna cerah pastel yang ceria, hangat dan feminim, warna-warna ini digunakan dengan fungsi estetik dan psikologis yang sesuai dengan karakter target penulis yaitu anak-anak perempuan dan objek penelitian penulis yaitu klinik Dentaris. Berdasarkan hasil data yang penulis dapatkan dari klinik Dentaris, persentasi pasien anak-anak perempuan lebih besar beberapa persen dibandingkan dengan anak laki-laki, oleh sebab itu penulis mendahulukan anak perempuan sebagai target utama dalam karakter visual kampanye ini.

Drg. Aan Afriyanto menjelaskan bahwa mayoritas pasien anak-anak kurang tertarik atau takut untuk menemui dokter gigi, ada beberapa dari mereka yang bahkan menangis dan merengek untuk pulang, hal ini dikarenakan dalam pikiran mereka sudah ter-*mindset* bahwa mengunjungi dokter gigi itu menakutkan. Kenyataannya tidak selalu seperti itu, karena selain memang karena masalah penyakit, kunjungan ke dokter gigi bisa hanya untuk sebatas memeriksakan gigi (*medical check up)* atau sekedar konsultasi dan mendapatkan edukasi.

Oleh karenanya desain dalam rancangan yang penulis pilih, baik dari segi karakter atau warna diharapkan mampu memberikan dampak psikologis yang baik untuk anak-anak saat mereka menunggu di ruang tunggu klinik. Untuk itu penulis

memilih warna-warna pastel yang lembut dan menenangkan, serta memberikan kenyamanan untuk menghilangkan rasa takut atau khawatir untuk anak-anak yang sedang menunggu di ruang tunggu klinik dokter gigi.

UMN