

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

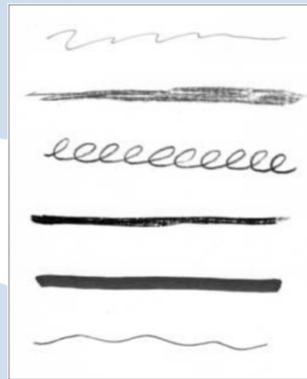
2.1 Perancangan (Desain)

2.1.1 Elemen Desain

Menurut Landa (2011) terdapat elemen-elemen untuk membangun visual dalam bentuk dua dimensi, sebagai berikut:

2.1.1.1 Garis

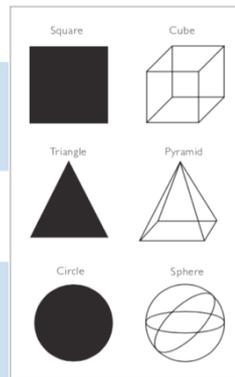
Garis merupakan penghubung dari beberapa titik, garis sendiri dapat diukur dari Panjang dan tebalnya. Garis memiliki peran dalam komposisi dan komunikasi. Ada beberapa karakteristik garis yang membuatnya menjadi petunjuk bagi pembaca. Karakteristik itu sendiri ada yang halus, kasar, tegas, dan lain-lain Landa (2011, hlm. 16).



Gambar 2.1 Garis
Sumber: Landa (2011)

2.1.1.2 Bentuk

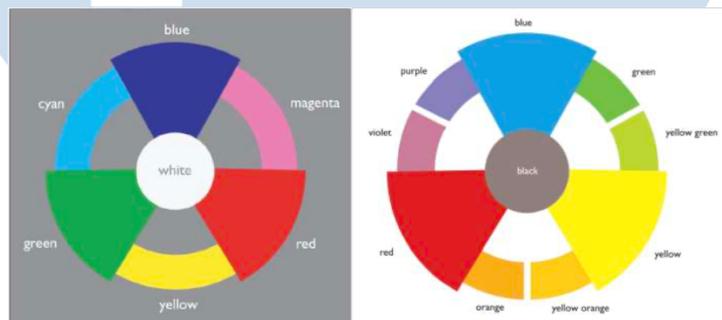
Pada dasarnya, bentuk adalah outline dari sesuatu, atau dengan kata lain bentuk merupakan struktur dua dimensi yang tertutup. Bentuk dapat dilihat dari Panjang dan lebarnya. Bentuk terdiri dari: kotak, segitiga, dan lingkaran. Bentuk-bentuk tersebut dapat berkalaborasi dengan wujud volume, seperti: kubus, piramida dan bola Landa (2011, hlm. 17).



Gambar 2.2 Bentuk
Sumber: Landa (2011)

2.1.1.3 Warna

Ketika objek ditembak oleh sejumlah cahaya, sebagian dari cahaya akan diserap dan sebagian lainnya akan dipancarkan menjadi warna Landa (2011, hlm. 19).



Gambar 2.3 Warna
Sumber: Landa (2011)

1. Warna Primer

Warna Primer adalah warna yang terdiri dari warna merah (*red*), hijau (*green*), dan biru (*blue*) (RGB). Warna primer dapat disebut juga dengan warna aditif karena ketika ketiga warna tersebut dicampurkan dengan perbandingan yang sama maka akan menghasilkan warna putih (hlm. 20).

2. Hue

Merupakan nama dari suatu warna, contohnya ialah merah atau hijau, oranye atau biru (hlm. 20).

3. Value

Menunjukkan tingkat terang atau gelapnya suatu warna, contohnya hijau terang atau merah gelap, dan sebagainya. Warna netral yaitu hitam dan putih dapat digunakan untuk mengatur value pada suatu warna (hlm. 22).

4. *Saturation*

Menunjukkan tingkat kecerahan dan kekusaman suatu warna. Warna yang bersaturasi dengan maksimal ketika tidak mengandung warna netral sama sekali, warna netral yang dimaksud yaitu warna hitam dan putih. Warna yang tercampur dengan warna hitam, putih, atau abu-abu akan menyebabkan kekusaman warna, karena warna netral tersebut akan mencairkan warna lain (hlm. 22).

1.1.1.7 **Tekstur**

Merupakan suatu yang dapat diraba pada permukaan objek. Dalam desain, tekstur dibagi menjadi dua, yakni: Tekstur *Tactile* dan Tekstur Visual Landa (2011, hlm. 23).

a. *Tekstur Tactile*

Tekstur *Tactile* adalah tekstur yang bisa dirasakan dengan indra peraba (sentuhan), biasa disebut pula tekstur aktual. Teknik *printing* untuk memproduksi tekstur *Tactile* salah satunya bisa dengan teknik embos, dan lain-lain (hlm. 23).

b. *Tekstur Visual*

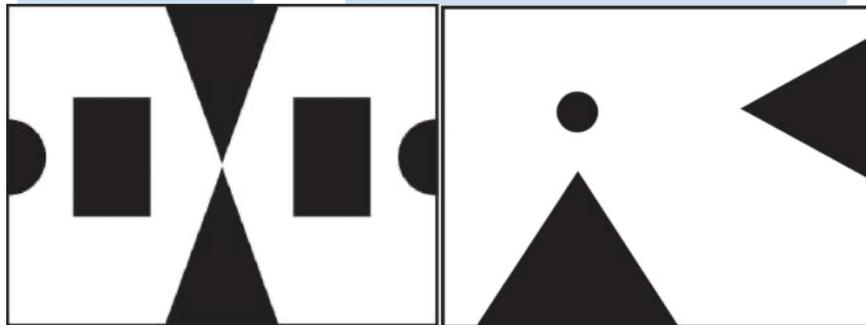
Tekstur yang dibuat dengan gabungan dari ilusi dan tekstur asli, antara lain fotografi, lukisan, dan lain-lain (hlm. 23).

2.1.2 **Prinsip Desain**

Menurut Landa (2011) prinsip desain akan menjadi suatu kebiasaan tanpa disadari dan harus diperhatikan saat belajar mengenai desain. Pada dasarnya prinsip desain memiliki ketergantungan antara satu dengan yang lain, yaitu sebagai berikut Landa (2011, hlm. 24)

2.1.2.1 Balance

Adalah keseimbangan dan stabilitas dalam visual. Hal tersebut erat kaitannya dengan komposisi yang stabil. Keseimbangan merupakan sebuah prinsip yang harus disesuaikan dengan prinsip lainnya, keseimbangan sendiri memiliki dua jenis yaitu simetris dan asimetris. Keseimbangan simetris dapat terjadi ketika unsur-unsur yang di gunakan memiliki hal yang sama pada kanan dan kirinya atau bisa di sebut juga refleksi dari sisi sebelahnya. Keseimbangan asimetri adalah keseimbangan tanpa merefleksikan sisi lainnya Landa (2011, hlm. 24).

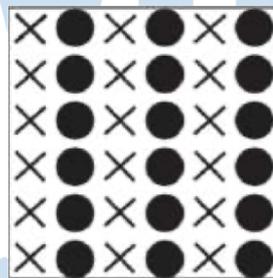


Gambar 2.4 Balance

Sumber: Landa (2011)

2.1.2.2 Unity

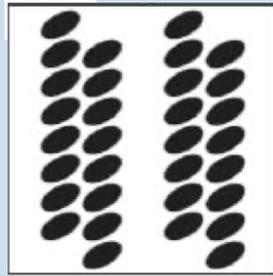
Merupakan kesatuan dari banyak elemen dimana elemen tersebut saling berhubungan satu sama lain, untuk menciptakan sebuah kesatuan. Prinsip kesatuan ini juga dapat memberikan pencapaian sebuah keselarasan dalam sebuah karya Landa (2011, hlm. 24).



Gambar 2.5 Unity
Sumber: Landa (2011)

2.1.2.3 Proximity

Merupakan sebuah prinsip desain dalam mengatur elemen dengan saling mendekatkan antar objek. Prinsip ini menjadikan sebuah objek atau beberapa objek menjadi satu kesatuan Landa (2011, hlm. 31).



Gambar 2.6 Proximity

Sumber: Landa (2011)

2.1.2.4 Emphasis

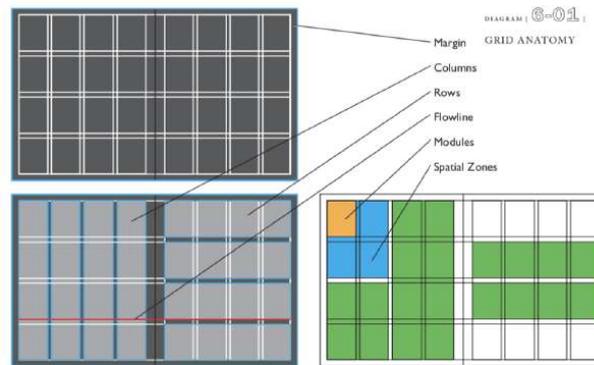
Merupakan prinsip dimana elemen visual dapat meningkatkan kejelasan dalam komunikasi, prinsip ini memiliki fungsi untuk mengatur informasi yang akan di sampaikan. Biasanya prinsip ini digunakan sebagai pengarah audience dengan memberikan intonasi yang berbeda, perbedaan yang dimaksud adalah dengan memberikan elemen yang lebih menonjol dari elemen lainnya sehingga dapat mengatur cara membaca sebuah karya Landa (2011, hlm.29)

2.1.2.5 Rhythm

Merupakan prinsip dimana adanya aliran dari satu elemen ke elemen lainnya, ritme juga berfungsi untuk memberikan jeda pada sebuah desain Landa (2011, hlm. 24).

2.1.2.6 Grid

Grid merupakan panduan dalam membuat sebuah komposisi, grid sendiri terdiri dari garis vertikal dan horizontal yang menciptakan kolom dan margin. Grid dapat membantu dalam penyusunan tipografi dan ilustrasi. Landa (2011, hlm. 154-161).



Gambar 2.7 Grid
Sumber: Landa (2021)

Grid sendiri memiliki beberapa jenis, yakni:

a. *Single Column Grid*

Grid ini memiliki fitur blok teks dimana biasa di gunakan dalam penulisan esai, laporan maupun buku.

b. *Two Column Grid*

Grid ini memiliki dua buah kolom dimana biasanya digunakan untuk mengatur jumlah teks dengan membaginya menjadi dua.

c. *Multi Column Grid*

Grid ini memiliki kemampuan untuk membagi konten menjadi lebih dari dua bagian yang dapat di atur dengan fleksibel. Biasanya grid ini digunakan dalam web atau majalah.

d. *Modular Grid*

Grid ini menggabungkan 2 buah garis yaitu vertical dan horizontal penggunaan grid ini dapat mengontrol konten yang dimana diatur dengan structural ruang yang lebih kecil sehingga dapat mengisi informasi lebih banyak.

e. *Hierarchical grid*

Grid ini menggunakan hirarki secara horizontal, sehingga dengan pembagian ruang ini akan membantu arah pembacaan yang sesuai.

2.1.1.7 Typography

Typeface adalah satu set karakter yang di jadikan satu dan memiliki konsistensi, dimana dari konsistensi ini menciptakan sebuah karakter yang penting dari sebuah *typeface*, yang akan tetap dikenali walaupun dimodifikasi Landa (2011, hlm. 44). *Typeface* di bagi menjadi beberapa jenis yaitu:

a. Old style atau Humanist

Di perkenalkan pada akhir abad ke-15, tipografi romawi ini memiliki ciri khas yaitu ketebalan garis goresannya yang tidak kontras. Contoh tipografi yang menggunakan gaya ini adalah: Caslon, Times New Romans, dan Garamond

b. Transisional

Typography ini berasal dari abad ke-18, memiliki transisi gaya *typography* lama ke modern. Contoh *typography* yang menggunakan gaya ini: Baskerville, dan Century.

c. Modern

Typography ini dikenalkan pada akhir abad ke-18 dan awal abad ke-19. Berbentuk geometris, dengan ciri yaitu tingginya tingkat kontras dari ketebalan goresan dan merupakan *typography* serif yang simetris. Contoh *typography* yang menggunakan gaya ini: Didot dan Bodoni.

d. Slab Serif

Typography ini dikenalkan pada akhir abad ke-19, *typography* ini memiliki ketebalan goresan yang seragam. *Typography* ini juga dikenal sebagai huruf Egyptian. Contoh *typography* yang menggunakan gaya ini: Memphis dan Bookman

e. Sans serif

Typography ini dikenalkan pada awal abad ke-19, tidak memiliki serif dan memiliki ketebalan goresan yang seragam. Contoh *typography* yang menggunakan gaya ini: Grotesque dan Futura.

f. Blackletter

Typhography ini dikenalkan pada kahir abad ke-15 pertengahan, gaya ini juga di sebut juga Gothic. *Typhography* ini memiliki ciri utama yaitu goresannya yang tebal, dan hurufnya yang padat dan memiliki lengkungan. Contoh *typhography* yang menggunakna gaya ini: Tectura dan Rotunda.

g. Script

Typhography ini sangat identic dengan tulisan tangan. Contoh *typhography* yang menggggunakan gaya ini: Brush script dan Allegro script.

h. Display

Typography ini merupakan *typography* yang kurang cocok untuk di jadi kan teks karena sulit terbaca. *Typography* ini memiliki bentuk yang kompleks, karena terdapat ornament.

2.2 Kampanye

2.2.1 Pengertian Kampanye

Menurut Ruslan (2013) kampanye ialah sebuah aktifitas untuk mengajak masyarakat menjadi partisipatif terhadap suatu kegiatan yang sedang berlangsung. Kegiatan tersebut memiliki tema dan narasumber yang jelas, kemudian pada akhirnya memberikan dampak yang baik untuk pihak yang terlibat (hlm. 24).

2.2.2 Jenis-jenis Kampanye

Menurut Larson dalam Ruslan (2013) ada beberapa jenis kampanye yang bertujuan untuk mencapai suatu titik pencapaian tertentu, yaitu dijabarkan sebagai berikut (hlm. 25-26):

a. Product – Oriented Campaigns

Jenis kegiatan kampanye komersial berdasarkan pada produk baru yang sedang ingin dipromosikan.

b. Candidate – Oriented Campaigns

Jenis kegiatan kampanye komersial mengenai calon anggota untuk kepentingan politik. Kampanye ini bertujuan untuk

mempromosikan calon sehingga mendapat banyak dukungan dari masyarakat.

c. Ideological or Cause – Oriented Campaigns

Jenis kegiatan kampanye sosial untuk mencapai suatu perubahan sosial.

2.2.3 Teknik Kampanye

Dalam menyampaikan pesan kampanye kepada khalayak diperlukan teknik kampanye yang tepat agar penyampaian pesan tersebut menjadi efektif. Menurut Ruslan (2013) ada beberapa teknik kampanye, yaitu sebagai berikut (hlm. 71-74):

a. Partisipasi

Merupakan teknik yang memberi peran audiens untuk terlibat atau berpartisipasi dalam kegiatan kampanye. Teknik ini bertujuan untuk meningkatkan rasa toleransi dari khalayak yang terlibat.

b. Assosiasi

Merupakan teknik kampanye dengan mengambil fenomena yang sedang naik daun ditengah masyarakat, sehingga khalayak semakin tertarik dalam kampanye tersebut.

c. Teknik Integratif

Merupakan teknik dimana komunikator kampanye memposisikan diri untuk bersatu dengan target audiens, yaitu dengan pemakaian kata ‘kita’, ‘kami’, dan sebagainya, sehingga audiens dapat beranggapan bahwa kampanye ini diperuntukkan bagi kepentingan bersama.

d. Teknik Ganjaran

Merupakan teknik yang memberi ganjaran kepada audiens, yakni berupa manfaat atau ketakutan saat melihat kampanye tersebut.

e. Teknik Penataan Patung Es

Merupakan teknik kampanye dengan penataan cerita dan pemilihan kata yang memberi rasa emosional kepada target audiens, sehingga dapat dipandang baik dan menarik perhatian.

f. Memperoleh Empati

Merupakan teknik kampanye yang menempatkan diri pada sisi audiens, agar dapat merasakan sisi emosional mereka.

g. Teknik Koersi atau Paksaan

Merupakan teknik kampanye yang memberikan ancaman sehingga muncul rasa takut jika tidak mengikuti kampanye tersebut.

2.3 Social Media

Kata media sosial merupakan hasil dari penggabungan dua kata, yaitu “media” dan “sosial”. Kata “media” sendiri memiliki arti media komunikasi (Laughey, 2007; McQuail, 2003). Untuk kata “sosial”nya sendiri berasal dari kenyataan bahwa setiap orang memiliki kontribusinya tersendiri dalam berperan sebagai masyarakat. Pernyataan ini menegaskan hal tersebut adalah hasil dari sebuah proses sosial (Durkheim dalam Fuchs, 2014).

Berdasarkan maksud dari setiap kalimat tersebut di simpulkan media sosial adalah media sosial merupakan _nakan oleh setiap individu untuk menjalankan proses sosial. Namun untuk mendapatkan definisi dari media sosial itu sendiri, diperlukan observasi perkembangan hubungan individu dengan media.

2.4 Kampanye

Sex-texting memiliki beberapa definisi, namun beberapa dari definisi tersebut belum memiliki sebuah bentuk nyata dan tegas seperti apa bentuk *texting* yang dimaksud. Menurut Temple-Smith, Walker, dan Sanci pada tahun 2013, mengatakan bahwa *sex-texting* merupakan sebuah kegiatan membuat dan menyebarkan gambar secara gamblang mengandung konten seksualitas melalui teknologi komunikasi. (Ayala dan Gomes, 2014) mengatakan bahwa *handphone* merupakan media komunikasi terbaik untuk melakukan *sexting*.

Handphone dapat digunakan sebagai alat untuk memotret dan menyebarkan foto diri sendiri yang memuat konten seksual, namun dalam penyebarannya tidak

harus berisikan foto potret diri, melainkan dapat berupa potret orang lain dan kontennya pun tidak harus berupa foto melainkan dapat berupa pesan ataupun video (Zhang, 2010). Baurmeister, Pingel dan meanley (2014) mengatakan pada dasarnya, sexting dapat dijabarkan dengan gabungan dari dua kata yaitu seks (*sex*) dan pesan pendek (*texting*) (Baurmeister, pingel dan meanley, 2014). Berdasarkan tolak ukur tersebut, definisi dari *sex-texting* paling luas di jabarkan yaitu sebagai aktivitas berbagi pesan singkat, foto atau gambar, dan video melalui handphone (ponsel) Vogel, Surbey, Drouin & Stills, 2013; Weisskirch & Delevi, 2011).

Dalam mendefinisikan *sex-texting*, difokuskan kepada isi dari pesan itu sendiri dan media penyebarannya, sehingga tidak dinyatakan kepada siapa mereka melakukan sexting. Namun banyak juga penelitian yang menyatakan bahwa sexting memang dilakukan oleh pasangan (Delevi & Weisskirch, 2013)

Dalam mendefinisikan *sex-texting*, tidak dinyatakan kepada siapa mereka melakukan *sex-texting*, karena definisi itu sendiri difokuskan kepada isi dari pesan itu sendiri dan media penyebarannya. Namun banyak juga penelitian yang menyatakan bahwa sexting memang dilakukan oleh pasangan (Delevi & Weisskirch, 2013). Gordon-Messer, Grod-zinski, Zimmerman dan Bauermeister pada tahun 2013 membagi sexting menjadi beberapa kategori. Pertama adalah *senders* atau penerima, yaitu adalah orang yang mengirim foto, gambar, pesan atau video yang berisikan konten seksual. Kedua ada *reciever* atau yang bisa di sebut sebagai penerima , yaitu orang yang menerima gambar, foto, pesan atau video yang berisikan konten seksual. Dan yang terakhir adalah *two-way sexters* yaitu orang yang mengirim dan menerima gambar, foto, pesan, atau video seksual. Namun menurut McKinnon, Rullo, dan Sustaita (2013) biasanya orang yang terlibat dengan *sextexting* lebih banyak akan menjadi *sender* dan *reciever* dibandingkan yang pasif atau yang hanya sebagai penerima atau pengirim saja.