



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Desain Komunikasi Visual

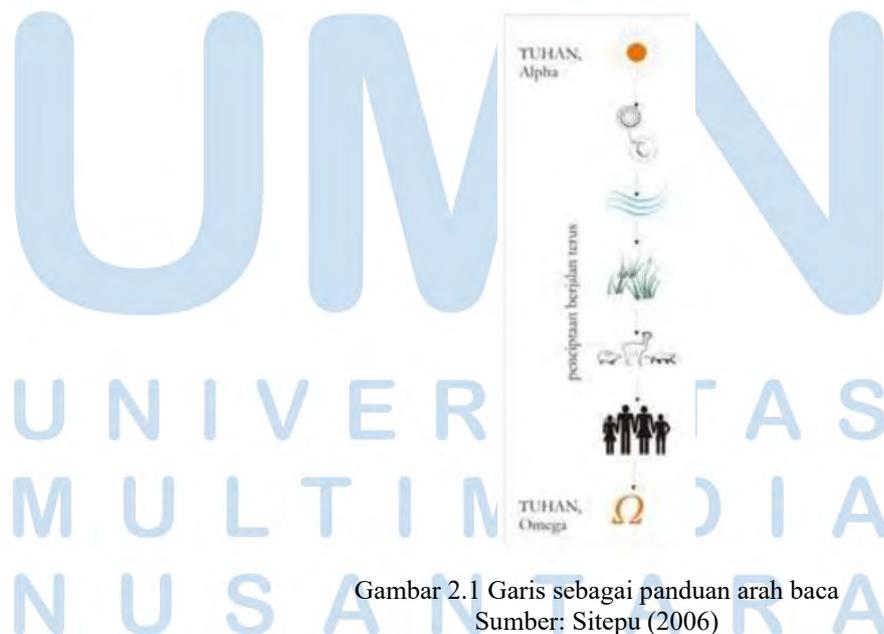
Desain Komunikasi Visual adalah sebuah bidang keilmuan yang mempelajari media komunikasi secara visual, didasari oleh kreativitas dalam membangun setiap elemen grafis di dalamnya (Kusrianto, 2007:100).

2.1.1 Elemen Desain

Menurut Sitepu (2006:16), pengetahuan terkait elemen desain merupakan hal penting untuk menciptakan sebuah keindahan atau estetika. Elemen desain terbagi menjadi garis, bentuk, ruang, tekstur, dan warna.

1. Garis

Dalam dunia grafis, garis terbagi menjadi 4 macam antara lain vertikal, horisontal, diagonal, dan kurva. Garis dapat dipersepsikan sebagai sarana pemisah antar objek, dan juga digunakan untuk menjelaskan arah baca dari suatu informasi yang disampaikan.



Gambar 2.1 Garis sebagai panduan arah baca
Sumber: Sitepu (2006)



Gambar 2.2 Garis sebagai batas pemisah antar konten
Sumber: Sitepu (2006)

2. Bentuk

Bentuk adalah suatu bidang yang dibatasi garis dan atau perbedaan warna dan atau perbedaan *value* di setiap sisinya. Bentuk dapat berwujud geometris maupun organis. Bentuk digunakan sebagai representasi dari objek tertentu.



Gambar 2.3 Bentuk organik yang merepresentasikan daun
Sumber: Sitepu (2006)



Gambar 2.4 Bentuk siluet sebagai representasi kuda
Sumber: Sitepu (2006)

3. Ruang

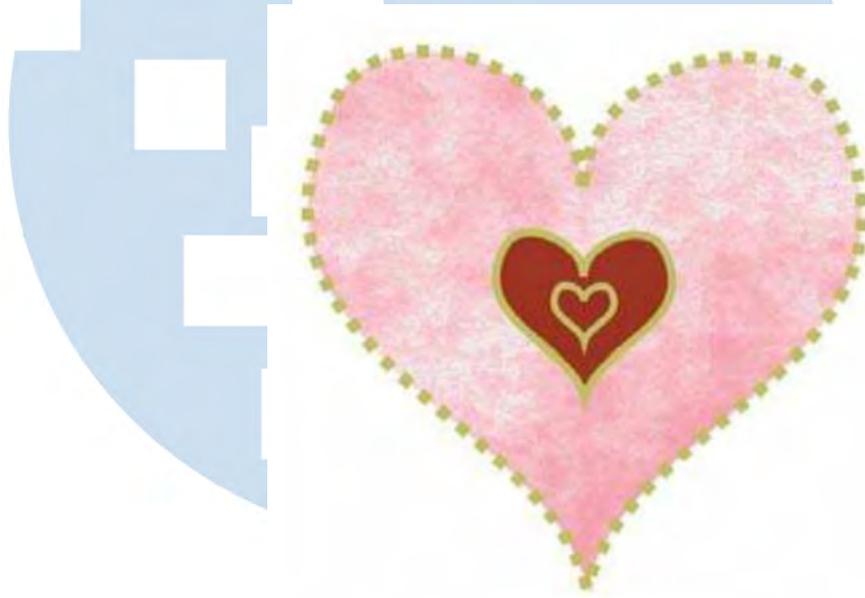
Pemahaman tentang ruang dimunculkan oleh persepsi tentang kedalaman dan jarak yang meliputi jauh, dekat, tinggi, dan rendah. Dalam dunia grafis, elemen desain ini digunakan sebagai ruang bernafas *audiens* di tengah penyampaian informasi. Contohnya seperti *white space* (ruang kosong) yang berfungsi untuk membuat struktur desain terlihat lapang dan rapi.



Gambar 2.5 Penerapan ruang kosong pada halaman tabloid
Sumber: Sitepu (2006)

4. Tekstur

Tekstur adalah elemen desain yang menjelaskan permukaan bidang. Tekstur sangat erat kaitannya dengan bahan (material) yang digunakan pada suatu bidang. Dalam dunia desain, tekstur digunakan untuk mencapai rupa yang diinginkan dengan mengaplikasikan tekstur ke permukaan suatu objek.



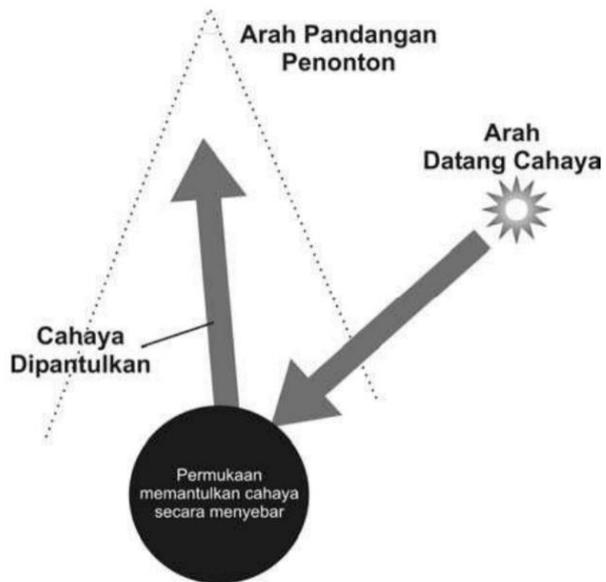
Gambar 2.6 Pola acak dan perbedaan warna mengesankan tekstur kasar
Sumber: Sitepu (2006)

5. Warna

Warna adalah spektrum tertentu yang muncul karena adanya pantulan cahaya. Pantulan cahaya kemudian direpresentasikan oleh mata menjadi warna-warna yang berbeda. Istilah dalam warna antara lain *hue*, *saturation*, dan *lightness*. *Hue* adalah warna, *saturation* adalah kepekatan warna, dan *lightness* adalah tingkat gelap-terang warna. Gabungan ketiga komponen tersebut menghasilkan kesan yang berbeda untuk setiap warna yang ditampilkan.



Gambar 2.7 Panjang gelombang cahaya
Sumber: Sitepu (2006)



Gambar 2.8 Skema pemantulan cahaya terhadap suatu warna
Sumber: Sitepu (2006)



Gambar 2.9 Warna mempengaruhi kesan yang diberikan
Sumber: Sitepu (2006)

2.1.2 Prinsip Desain

Menurut Sitepu (2006:27), prinsip desain penting untuk dipahami dan diaplikasikan oleh seorang desainer grafis. Prinsip desain berperan sebagai pedoman dalam berproses desain. Prinsip desain terbagi menjadi kesederhanaan, keseimbangan, kesatuan, penekanan, dan irama.

1. Kesederhanaan

Prinsip kesederhanaan bertujuan untuk mempermudah penyampaian informasi. Minimnya elemen aksesoris dapat mempermudah *audiens* untuk menerjemahkan informasi yang ditampilkan secara visual.



Gambar 2.10 Huruf *Black Letter* pada *bodytext* menurunkan keterbacaan
Sumber: Sitepu (2006)

2. Keseimbangan

Prinsip keseimbangan mampu memunculkan kesan visual tertentu. Prinsip ini terbagi menjadi keseimbangan formal (simetris) dan keseimbangan informal (asimetris). Keseimbangan formal (simetris) memunculkan kesan rapi, kokoh, dan konsisten, sedangkan keseimbangan informal (asimetris) memunculkan kesan dinamis, bebas, dan lepas.



Gambar 2.11 Keseimbangan formal yang terkesan rapi
Sumber: Sitepu (2006)



Gambar 2.12 Keseimbangan informal yang terkesan dinamis
Sumber: Sitepu (2006)

3. Kesatuan

Prinsip kesatuan bertujuan untuk memunculkan kesan kohesi, konsisten, dan utuh. Prinsip ini penting sebagai acuan identitas visual.

4. Penekanan

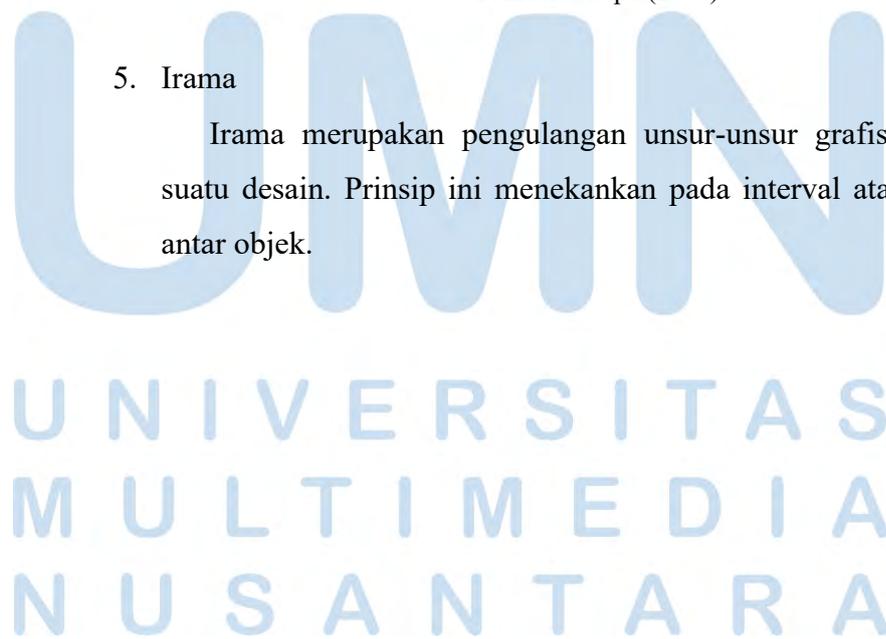
Prinsip penekanan bertujuan untuk menarik perhatian *audiens* dengan memunculkan *emphasis* pada salah satu objek dalam desain.



Gambar 2.13 Penekanan pada bagian *header*
Sumber: Sitepu (2006)

5. Irama

Irama merupakan pengulangan unsur-unsur grafis dalam suatu desain. Prinsip ini menekankan pada interval atau jarak antar objek.



Creative Business newsletter - the only publication devoted exclusively to the business of graphic design. Information is at

Delve Magazine - Delve was created to explore visual culture through experimentation in design, photography, illustration, and other related visual arts. contributing artists are encouraged to explore aspects of their chosen medium that fall outside of conventional or commercial applications.

Design Graphics Online - Online australian design magazine.

Design Tutor - Here you will find an expanding number of on-site and downloadable tutorials, helpful links and other material all aimed at helping you get the best from your web design and desktop publishing software.

Digit - The world of digital creativity. Digit magazine is a cross-platform magazine published by IDG for creative professionals working in digital media. Areas of interest include graphic design, 3D, Web, DTP, video, multimedia and animation.

Digital Media Designer - A resource for the digital designer.

Digital Output - The business guide for electronic publishers and digital imagers.

Digital Producer - Digital Producer Magazine is the first choice of professional digital content creators using computers for digital video, special effects and 3D animation.

Digital Web - The web designer's online magazine of choice.

Gambar 2.14 Repetisi huruf tebal & huruf normal membentuk sebuah irama
Sumber: Sitepu (2006)

2.1.3 Tipografi

Menurut Sitepu (2006:33), tipografi adalah cabang ilmu dari Desain Komunikasi Visual yang mempelajari tentang bentuk huruf. Jenis tipografi terdiri dari huruf *Serif*, huruf *Sans Serif*, huruf Blok, huruf *Script*, huruf *Black Letter*, dan huruf *Graphic*.

1. Huruf *Serif*

Pada jenis huruf ini terdapat garis tipis pada ujung badan huruf. Garis tipis tersebut disebut *counterstroke* dan selalu memiliki posisi tegak lurus terhadap badan huruf. Huruf *serif* lebih mudah terbaca dikarenakan terdapat kait yang dapat menuntun arah baca. Salah satu contoh huruf *serif* adalah Times New Roman.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

Times New Roman

Jenis huruf ini memiliki garis-garis kecil yang disebut *counterstroke* pada ujung-ujung badan huruf. Garis-garis tersebut berdiri horisontal terhadap badan huruf. Huruf serif dikenal lebih mudah dibaca karena kaitnya tersebut menuntun pandangan pembaca membaca baris teks yang sedang dibacanya.

Jenis huruf ini memiliki garis-garis kecil yang disebut *counterstroke* pada ujung-ujung badan huruf. Garis-garis tersebut berdiri horisontal terhadap badan huruf. Huruf serif dikenal lebih mudah dibaca karena kaitnya tersebut menuntun pandangan pembaca membaca baris teks yang sedang dibacanya.

Jenis huruf ini memiliki garis-garis kecil yang disebut *counterstroke* pada ujung-ujung badan huruf. Garis-garis tersebut berdiri horisontal terhadap badan huruf. Huruf serif dikenal lebih mudah dibaca karena kaitnya tersebut menuntun pandangan pembaca membaca baris teks yang sedang dibacanya.

Gambar 2.15 Huruf *Serif*
Sumber: Sitepu (2006)

2. Huruf *Sans Serif*

Jenis huruf ini memiliki struktur yang menyerupai huruf *serif*. Perbedaannya adalah huruf *sans serif* tidak memiliki bagian *counterstroke*. Huruf ini memunculkan kesan yang lebih modern. Salah satu contoh huruf *sans serif* adalah Arial.

Arial

Jenis huruf ini tidak memiliki garis-garis kecil yang disebut *counterstroke*. Huruf ini berkarakter *streamline*, fungsional dan kontemporer. Contoh: Arial, Futura, Avant Garde

Jenis huruf ini tidak memiliki garis-garis kecil yang disebut *counterstroke*. Huruf ini berkarakter *streamline*, fungsional dan kontemporer. Contoh: Arial, Futura, Avant Garde

Jenis huruf ini tidak memiliki garis-garis kecil yang disebut *counterstroke*. Huruf ini berkarakter *streamline*, fungsional dan kontemporer. Contoh: Arial, Futura, Avant Garde

Gambar 2.16 Huruf *Sans Serif*
Sumber: Sitepu (2006)

3. Huruf Blok

Huruf ini memiliki tampilan yang gemuk dan kokoh yang disebabkan ketebalan pada badan huruf. Jenis huruf ini cocok

digunakan untuk judul. Salah satu contoh huruf blok adalah Impact.



Haettenschweiler
Futura Xblk BT
Impact Freshet

Gambar 2.17 Huruf Blok
Sumber: Sitepu (2006)

4. Huruf *Script*

Huruf *script* memiliki keunikan yakni menyerupai tulisan tangan. Jenis huruf ini memunculkan kesan alami dan personal. Salah satu contoh huruf *script* adalah Freeport.



Freeport

Jenis huruf ini menyerupai tulisan tangan sehingga mengesankan karakter yang alami dan personal.

Gambar 2.18 Huruf *Script*
Sumber: Sitepu (2006)

5. Huruf *Black Letter*

Huruf *Black Letter* memunculkan karakter klasik. Jenis huruf ini dikenal sebagai huruf Jerman oleh sebagian orang. Salah satu contoh huruf *Black Letter* adalah Centaurus.



Centaurus
Antlia
Aquarius

Gambar 2.19 Huruf *Black Letter*
Sumber: Sitepu (2006)

6. Huruf *Graphic*

Jenis huruf ini menampilkan kesan ilustrasi yang kuat. Selain unik, jenis huruf ini juga menampilkan kesan eksperimental yang kuat. Salah satu contoh huruf *graphic* adalah Snap ITC.



3000 BAMBOO
ANGLO SAXON
bard **BASEHEAD**
NEON DISPLAY **NIXON**

Gambar 2.20 Huruf *Graphic*
Sumber: Sitepu (2006)

2.1.4 Layout

Menurut Rustan (2008:27), *layout* adalah kerangka visual berupa pengelompokan elemen grafis guna penyampaian informasi serta menciptakan suatu nilai estetika. Elemen dalam layout terbagi menjadi elemen teks, elemen visual, dan *invisible elemen*.

1. Elemen teks

Elemen teks terdiri dari judul, *deck*, *byline*, *bodytext*, subjudul, *pull quotes*, *caption*, *callout*, *kickers*, *initial caps*, *indent*, *lead line*, spasi, *header & footer*, *running head*, catatan kaki, nomor halaman, *jumps*, *signature*, *nameplate*, *masthead*.

2. Elemen visual

Elemen visual terdiri dari foto, *artwork*, *infografis*, garis, kotak, *insert*, poin.

3. Invisible Element

Invisible element terdiri dari *margin* dan *grid*.

2.1.5 Foto dan Ilustrasi

Menurut Sitepu (2006:44), foto dan ilustrasi bergabung menjadi satu bagian yang disebut gambar (*image*). Gambar menjadi bagian penting dalam sebuah desain karena informasi berupa teks yang panjang dapat disederhanakan menjadi satu gambar. Selain itu, gambar juga berperan untuk memperjelas serta memperkuat informasi yang disajikan lewat teks.



Gambar 2.21 Penerapan ilustrasi dalam sebuah desain
Sumber: Sitepu (2006)



Gambar 2.22 Penerapan foto dalam sebuah desain
Sumber: Sitepu (2006)

2.1.6 Metode Perancangan

Metode perancangan yang digunakan penulis didasarkan pada metode perancangan Robin Landa dalam bukunya yang berjudul *Advertising by Design* (2010). Dijelaskan bahwa tahapan perancangan terbagi menjadi tahapan *overview, strategy, ideas, design, production, dan implementation*.

2.2 Kampanye

Kampanye adalah teknik komunikasi yang ditujukan untuk menciptakan suatu perubahan persepsi dan tindakan *audiens* sesuai dengan keinginan pemberi pesan (Cangara, 2007).

2.2.1 Fungsi dan Tujuan Kampanye

Menurut Venus (2004:9), fungsi kampanye antara lain berperan sebagai sarana informasi pengubah pola pikir masyarakat, memunculkan kesadaran sebagai sarana informasi pengubah pola pikir masyarakat, memunculkan kesadaran masyarakat terhadap suatu isu, sarana pengembangan usaha lewat kampanye suatu produk, serta membangun citra positif pelopor kampanye. Berdasarkan uraian mengenai fungsi kampanye, dapat disimpulkan tujuan dari diadakannya kampanye adalah sebagai *channel* komunikasi guna menyampaikan informasi persuasif terkait perubahan perilaku dan pola pikir *audiens* hingga membangun citra positif pelaku kampanye.

2.2.2 Jenis Kampanye

Menurut Ruslan (2007:25), jenis kampanye terbagi menjadi *product oriented campaign*, *candidate-oriented campaign*, dan *ideological or cause oriented campaign*.

1. *Product oriented campaign*

Jenis kampanye yang menjadikan suatu produk sebagai fokus utamanya, bersifat komersial dan bertujuan untuk membangun citra positif dari produk tersebut.

2. *Candidate-oriented campaign*

Jenis kampanye yang berpusat pada kegiatan politik. Bertujuan untuk membangun citra positif dari seorang kandidat politik dan organisasi yang menaunginya.

3. *Ideological or cause oriented campaign*

Jenis kampanye *non-profit* yang berorientasi pada isu sosial. Kampanye ini secara langsung maupun tidak langsung akan melibatkan berbagai lapisan masyarakat dalam penerapannya.

2.2.3 Teknik Komunikasi Kampanye

Menurut Ruslan (2007:26), teknik komunikasi kampanye terdiri atas partisipasi, asosiasi, integratif, teknik ganjaran, teknik penataan patung es, empati, serta koersi.

1. Partisipasi

Teknik komunikasi kampanye yang berusaha untuk mengikutsertakan *audiens* ke dalam suatu kegiatan kampanye.

2. Asosiasi

Teknik komunikasi kampanye yang berusaha mengaitkan isu yang sedang terjadi pada jalannya kampanye.

3. Integratif

Teknik komunikasi kampanye dengan tujuan utama untuk memunculkan kesan persatuan dan kekerabatan dengan menekankan kata-kata kami, kita, dan anda sekalian.

4. Teknik ganjaran

Teknik komunikasi kampanye yang menggunakan ganjaran baik berupa manfaat (*reward*) maupun ganjaran buruk berupa ancaman (*threat*).

5. Teknik penataan patung es

Teknik komunikasi kampanye yang menekankan tata cara penyampaian isi kampanye dengan penggambaran indah, enak dilihat, dibaca, dan didengar.

6. Empati

Teknik komunikasi kampanye yang bekerja dengan cara penempatan diri pada suatu posisi atau peristiwa.

7. Koersi

Teknik komunikasi kampanye yang melibatkan unsur paksaan sehingga memunculkan kekhawatiran dan kecemasan apabila menentang jalannya kampanye.

2.2.4 Komunikasi Persuasif Kampanye

Menurut Ruslan (2007:27), komunikasi persuasif dalam kampanye bertujuan untuk memunculkan dampak tertentu. Dampak tersebut terdiri dari dampak kognitif, dampak afektif, dan dampak *behavioral*.

1. Dampak Kognitif

Dampak kognitif adalah capaian pertama dari komunikasi persuasif yakni merubah pola pikir suatu individu.

2. Dampak Afektif

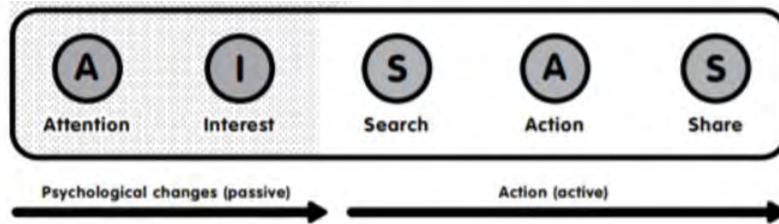
Dampak afektif adalah kelanjutan dari dampak kognitif. Setelah mempengaruhi pola pikir, komunikasi persuasif kemudian ditujukan untuk menggerakkan hati *audiens*.

3. Dampak *Behavioral*

Dampak *behavioral* adalah capaian akhir dari komunikasi persuasif. Pada tahapan ini, diharapkan kampanye tidak hanya memengaruhi pola pikir dan perasaan, namun juga dapat memengaruhi tindakan dari seorang individu.

2.2.5 Model Komunikasi AISAS

Menurut Sugiyama & Andree (2010:79), model komunikasi AISAS adalah suatu teknik untuk melakukan pendekatan pada *audiens*. Model komunikasi ini terbagi menjadi *Attention, Interest, Search, Action, dan Share*. Kelima metode ini tidak selamanya harus bekerja secara linier, namun dapat berubah menyesuaikan pada target capaian.



Gambar 2.23 Model Komunikasi AISAS
Sumber: Sugiyama & Andree (2010)

1. *Attention*

Tahapan ini difokuskan untuk menarik perhatian *audiens* terhadap informasi yang ingin disampaikan.

2. *Interest*

Pada tahapan ini, diharapkan dapat memunculkan daya tarik dan rasa penasaran seorang *audiens* terhadap suatu informasi yang ingin disampaikan.

3. *Search*

Tahapan ini dapat dilakukan setelah *audiens* mendapatkan daya tarik terhadap suatu informasi. Pada tahapan ini, *audiens* akan melakukan riset untuk mencari informasi lebih dalam.

4. *Action*

Tahapan ini berupa perwujudan tindakan *audiens* setelah mereka mendapatkan informasi pada tahapan sebelumnya.

5. *Share*

Tahapan ini ditujukan untuk menyebarluaskan informasi yang telah diterima oleh seorang *audiens*.

2.2.6 Media Kampanye

Menurut Ruslan (2007:31), media kampanye terbagi menjadi media elektronik, media cetak, media komunikasi kelompok, media luar-ruangan, dan media digital.

1. Media elektronik

Media elektronik terdiri dari radio dan televisi.

2. Media cetak

Media cetak terdiri dari tabloid, majalah, koran.

3. Media komunikasi kelompok

Media komunikasi kelompok terdiri dari pameran, seminar, dan diskusi panel.

4. Media luar-ruangan

Media luar-ruangan terdiri dari poster, *banner*, dan *billboard*.

5. Media digital

Media digital terdiri dari sosial media, *website*, *email*.

The logo for Universitas Multimedia Nusantara (UMMN) features the letters 'UMMN' in a large, bold, light blue, rounded sans-serif font. The letters are slightly shadowed, giving them a three-dimensional appearance as if they are floating above the text below.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A