



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 Grafis

Menurut Landa (2014), desain grafis adalah suatu bentuk komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada target audiens dalam wujud visual. Desain juga merupakan gambaran visual dari suatu ide yang mengacu pada kreasi, seleksi, dan penyusunan elemen visual. Solusi desain yang tepat akan memiliki dampak yang efektif dalam membentuk kepercayaan dan mempengaruhi perilaku target.

2.1.1 Elemen Desain

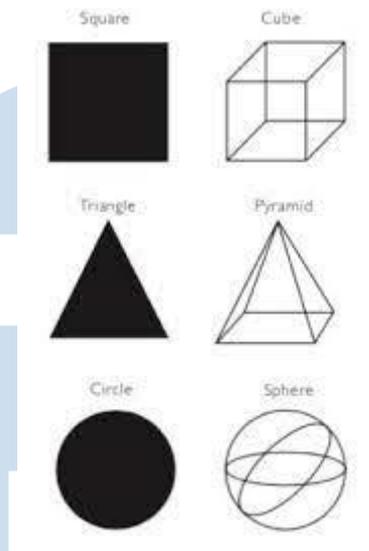
Komponen dari elemen desain terdiri atas garis, bentuk, warna, dan tekstur

2.1.1.1 Garis

Garis yang merupakan perpanjangan dari sebuah titik, memiliki banyak peran dalam komposisi dan komunikasi. Titik sendiri adalah satuan terkecil dari elemen garis yang dapat terlihat seperti bentuk bundar. Garis memiliki arah untuk mengarahkan mata audiens dan kualitas untuk membentuk huruf, gambar, pola, dan bentuk lain

2.1.1.2 Bentuk

Bentuk merupakan permukaan dua dimensi yang terbentuk dari garis tertutup, warna, atau tekstur. Termasuk di dalamnya figure/ground untuk menarik audiens terhadap suatu komposisi. Setiap bentuk yang tercipta berasal dari tiga bentuk dasar, yaitu persegi, segitiga, dan lingkaran berhubungan dengan bentuk volume kubus, piramida, dan bola.



Gambar 2. 1 Bentuk Dasar

a) Figure/ Ground

Figure/ground yang dapat juga disebut dengan ruang positif dan negatif merupakan prinsip awal dari persepsi visual yang mengacu pada hubungan dengan bentuk dari suatu figur di atas latar belakang.

b) Tipografi Bentuk

Dalam desain grafis, bentuk huruf, angka, dan tanda baca juga dapat digolongkan ke dalam kategori bentuk yang disebut sebagai tipografi bentuk. Tipografi bentuk dapat dibuat secara digital atau manual dan dibentuk seperti bujur sangkar, lengkung, geometris, atau organis

2.1.1.3 Warna

Warna adalah elemen desain yang bisa memancarkan energi yang ingin disampaikan, maka dari itu sangat berpengaruh dan provokatif dalam desain. Warna dapat dilihat jika cahaya mengenai suatu permukaan objek atau dapat disebut dengan pantulan warna. Warna terbagi dalam 3 kategori,

yaitu hue, value, dan saturation. Hue merupakan istilah yang digunakan untuk penamaan suatu warna, misalnya merah, hijau, atau biru. Hue juga bisa diartikan sebagai temperatur, yaitu warna hangat atau warna dingin. Sebagai contoh, warna kuning, oranye, merah masuk ke dalam kelompok warna-warna hangat. Sedangkan ungu, biru, dan hijau termasuk sebagai warna-warna dingin.

Value adalah tingkatan gelap terangnya sebuah warna. Sebagai contoh, warna hijau terang hingga hijau gelap, atau warna biru terang hingga biru gelap. Sedangkan saturasi adalah tingkat kecerahan suatu warna.

a) Warna Primer

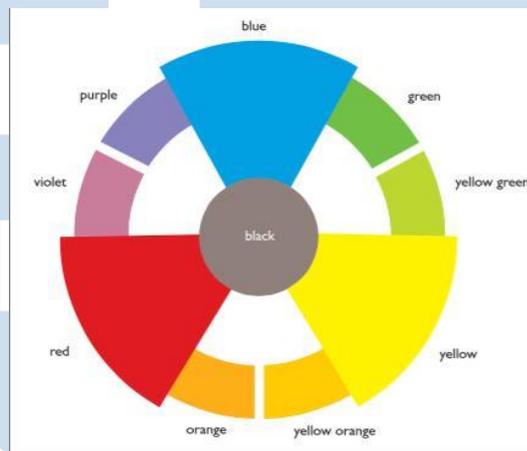
Warna primer dapat juga disebut sebagai warna dasar, yang terdiri atas warna merah, hijau, dan biru atau disebut juga sebagai RGB. Ketiga warna ini jika digabungkan akan menghasilkan warna putih atau dikenal juga sebagai primer aditif.



Gambar 2. 2 Warna Aditif

b) Warna Sekunder

Warna yang dihasilkan dari pantulan cahaya terhadap permukaan suatu objek, seperti tinta di kertas, pensil warna, atau cat air yang merupakan kumpulan warna merah, biru, dan kuning. Warna-warna tersebut disebut juga warna subtraktif yang dikenal sebagai CMYK, apabila digabungkan akan menghasilkan warna abu-abu.



Gambar 2. 3 Warna Subtraktif

2.1.1.4 Tekstur

Tekstur adalah rasa yang dihasilkan dari meraba suatu permukaan dari objek. Tekstur dibagi menjadi dua, yaitu tekstur sentuhan dan tekstur visual. Tekstur sentuhan dapat dirasakan oleh indera peraba secara fisik. Contohnya hasil cetak dengan teknik *embossing*, *stamping*, *engraving*. Sedangkan tekstur visual merupakan ilusi dari tekstur asli seperti pada foto.

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



Gambar 2. 4 Tekstur

2.1.2 Prinsip Desain

Prinsip desain merupakan prinsip yang dipakai dalam memadukan konsep, tipografi, foto, dan elemen lainnya. Prinsip desain terbentuk melalui format, keseimbangan, hirarki visual, ritme, kesatuan, dan skala.

2.1.2.1 Format

Format merupakan suatu prinsip desain yang menjadi hal pertama untuk dipahami. Format merupakan sebuah batasan atau tolak ukur bidang yang digunakan untuk membatasi karya desain dengan sebuah standar. Beberapa contoh karya desain yang memiliki format adalah kertas, layar, billboard, dan lainnya. Sebagai seorang desainer grafis penting untuk memiliki kemampuan mengatur format komposisi elemen dengan efektif dan sesuai dengan medium yang digunakan.

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



2.1.2.2 Keseimbangan

Keseimbangan merupakan prinsip desain yang lebih mengarah untuk mengembangkan intuisi dari seorang desainer. Keseimbangan merupakan pendistribusian dari berat visual pada setiap sisi dengan tepat. Tujuannya untuk menciptakan suatu harmoni dalam karya.

1) Simetri

Pembagian visual yang merata yang menghasilkan cerminan elemen dari satu sisi terhadap sisi satunya,



2) Asimetri

Pembagian visual yang saling menyeimbangkan elemen yang berbeda dengan bobot yang sama

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



2.1.2.3 Hirarki Visual

Hirarki diperlukan untuk mengkoordinasikan informasi yang hendak disampaikan pada komunikasi visual. Penggunaan hirarki memiliki maksud untuk mengarahkan mata audiens pada suatu *emphasis*. *Emphasis* merupakan kesatuan dari elemen visual yang mencolok dan menjadikannya suatu *focal point*. Berikut adalah lima cara yang bisa dilakukan untuk memperoleh hirarki visual.

1. *Emphasis* melalui isolasi

Mengisolasi atau menjauhkan suatu elemen dengan elemen lainnya sehingga akan menciptakan pusat perhatian.

2. *Emphasis* melalui penempatan

Ketika audiens memiliki preferensi ketika melihat sebuah halaman, desainer bisa memanfaatkan itu dengan menempatkan

3. *Emphasis* dengan menggunakan skala

Skala suatu objek menentukan bagaimana suatu *emphasis* tercipta. Objek dengan skala besar tentu lebih menarik perhatian, sebaliknya objek kecil pun juga bisa menjadi

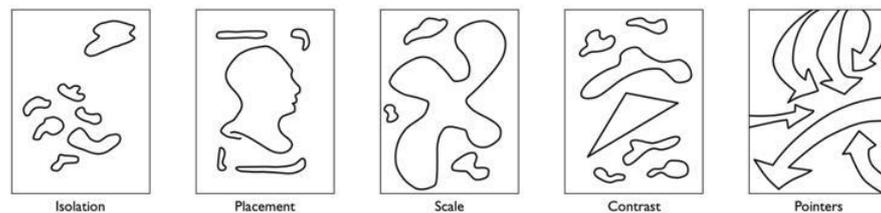
emphasis apabila diletakkan diantara objek ukuran besar.

4. *Emphasis* dengan menggunakan kontras

Penggunaan warna gelap dan terang akan memberikan kontras di antara objek sehingga mudah dibedakan satu sama lain. Selain warna, kontras bisa dilakukan menggunakan bentuk, posisi, atau ukuran.

5. *Emphasis* menggunakan petunjuk atau arahan

Penggunaan elemen berbentuk panah dengan sengaja akan mengarahkan titik fokus pada elemen yang deemphasis

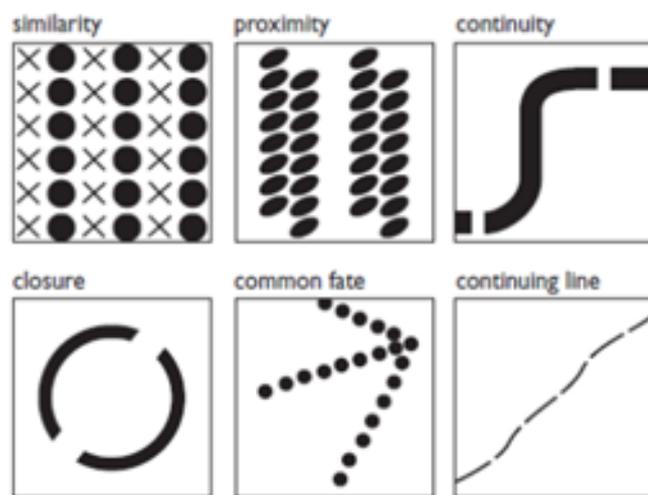


2.1.2.4 Ritme

Ritme merupakan pengulangan atau repetisi yang bersifat konsisten dan akan mengarahkan pembaca untuk membaca keseluruhan karya desain. Stabilitas ritme ini dibutuhkan dalam pengaplikasian desain untuk membuat flow pada setiap halaman agar pembaca tetap merasa tertarik untuk terus melihat ke halaman-halaman selanjutnya. Ritme dapat diciptakan lewat warna, tekstur, figure dan ground, bentuk, emphasis, dan juga keseimbangan.

2.1.2.5 Kesatuan

Seluruh elemen visual dalam desain harus dapat mencapai tujuan menjadi suatu kesatuan, tentunya banyak cara dalam menyatukan elemen grafis dalam suatu desain. Kesatuan akan tercapai jika tata letak dan komposisi dari elemen terlihat menunjukkan suatu kesatuan harmoni dan tidak dapat terpecah secara sendirian.



Gambar 2. 5 Prinsip Kesatuan

2.1.2.6 Skala

Skala merupakan ukuran pada suatu elemen grafis yang didasari atas proporsi tiap bentuk. Skala dapat memberikan variasi visual, menambah kontras, atau bahkan menciptakan ilusi pada ruang.

2.2 Tipografi

Tipografi adalah satu set karakter huruf, angka, symbol, tanda baca, dan tanda aksen yang membentuk sebuah kesatuan. Satu set tipografi memiliki konsistensi dan keunikannya masing-masing yang membedakannya dengan tipografi lain.

2.2.1 Klasifikasi

Tipografi dibedakan berdasarkan gaya dan urutan sejarahnya sebagai berikut

1. *Old style*

Gaya ini merujuk kepada typeface di Roma pada abad 15 dengan ciri khas memiliki sudut siku pada ujung huruf. Contohnya adalah Times New Roman, Caslon

2. *Transitional*

Dengan mempertahankan bentuk serif, typeface ini diperkenalkan di abad ke-18 sebagai transisi dari gaya lama ke modern. Contohnya adalah Baskerville dan Century.

3. *Modern*

Typeface Modern dikembangkan di akhir abad 18 dengan bentuk serif yang lebih geometris. Ciri utamanya adalah memiliki garis tebal dan tipis yang kontras. Contohnya adalah Bodoni, Walbaum.

4. *Slab serif*

Ciri khasnya adalah berbentuk serif yang tebal dengan sudut seperti papan. Typeface ini diperkenalkan di awal abad 19. Contohnya adalah American Typewriter, Memphis, dan Bookman.

5. *Sans serif*

Typeface ini merupakan kebalikan dari serif pada bentuknya. Contohnya adalah Helvetica dan Futura.

6. *Blackletter*

Dikenal juga sebagai gothic, typeface ini terinspirasi dari huruf manuskrip zaman pertengahan abad 13-19. Bentuknya dapat dikenali lewat goresan yang tebal dan pendek. Contohnya adalah Rotunda dan Fraktur.

7. *Script*

Bentuk typeface ini menyerupai tulisan tangan karena miring dan bersambung. Salah satu jenis typeface ini adalah Brush Script, Shelley Allegro Script, dan Palace Script.

8. *Display*

Typeface ini didesain untuk keperluan tulisan dengan ukuran besar seperti judul atau headline.

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

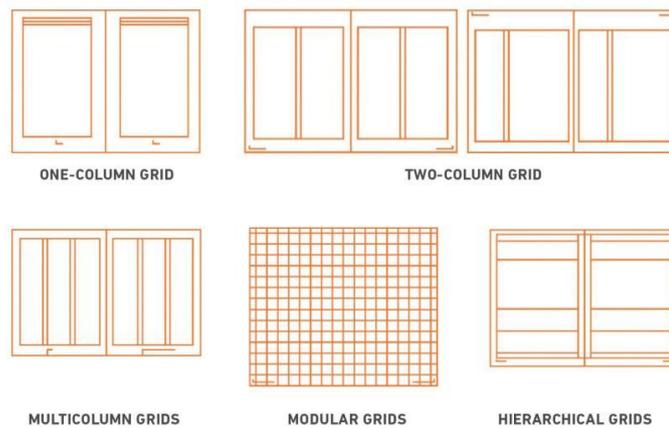
Gambar 2. 6 Klasifikasi Tipografi

2.2.2 Readability dan Legibility

Readability adalah kemudahan suatu teks untuk terbaca oleh audiens. Readability didapat melalui pengaturan spasi, margin, ukuran. Faktor yang mempengaruhi tingkat readability suatu teks adalah ukuran, spasi, hirarki, hingga kontras warna. Sedangkan legability adalah bagaimana suatu tipografi mudah dikenali setiap karakternya. Faktor yang mempengaruhi legability antara lain adalah display teks, penggunaan serif/ sans serif, dan X height. Pada display teks, diberikan ukuran besar kecil sebagai pembeda dan semakin tinggi suatu X height maka suatu teks akan semakin legible.

2.3 Grid

Grid adalah panduan garis vertical dan horizontal yang membagi-bagi suatu halaman menjadi kolom dan margin. Penggunaan grid membantu untuk mengatur letak tulisan dan elemen lain agar mudah dibaca dan dilihat.



2.3.1 Komponen Grid

Menurut Poulin (2011), grid terdiri atas beberapa komponen yaitu margins, flowlines, modules, columns, spatial zones, markers, dan gutters.

a) Margins

Margin merupakan batasan pada sebuah halaman untuk memberikan penegasan area dalam komposisi halaman

b) Flowlines

Flowlines merupakan sebuah garis horizontal yang berfungsi mengatur posisi tiap elemen serta mengarahkan mata audiens

c) Modules

Modules adalah unit individu pada grid yang jika digabungkan akan membentuk kolom dan baris

d) Columns

Columns atau kolom adalah area vertikal pada margin halaman yang berfungsi untuk meletakkan gambar atau tulisan

e) Spatial Zones

Spatial Zones merupakan kumpulan beberapa module yang menyajikan informasi atau gambar sejenis

f) Markers

Indikator grafis yang bertujuan untuk menjaga informasi halaman seperti, nomor halaman, footer, atau elemen lain agar tetap berada di tempat yang sama

g) Gutter

Gutter adalah jarak vertikal yang berada di antara kolom.

2.3.2 Jenis Grid

1) Single Column

Jenis grid dengan struktur halaman paling dasar yang terdiri atas satu kolom dan dikelilingi margin. Grid ini bisa dipecah menjadi one column grid, two column grid hingga four column grid

2) Multicolumn

Terdiri atas gabungan beberapa kolom dan dapat digunakan dengan menggabungkan gambar dan teks.

2.4 Copywriting

Moriarty, Mitchell, dan Wells (2012) memaparkan pentingnya sebuah *copywriting* sebagai pelengkap dari suatu visual iklan. Orang yang bertugas untuk menciptakan *copywriting* dalam kegiatan komunikasi pemasaran disebut sebagai *copywriter*.

Suatu *copywriting* harus singkat dan fokus pada satu poin utama.

2.4.1 Headline

Pembuka dari sebuah iklan yang bisa dibedakan dari ukurannya yang lebih besar dan menarik perhatian audiens.

2.4.2 Body Copy

Kalimat penjelas dalam sebuah iklan dengan ukuran yang lebih kecil dari headline dan ditampilkan dalam sebuah paragraf.

2.4.3 Tagline

Susunan kalimat pendek yang catchy untuk mewakili ide kreatif keseluruhan iklan.

2.5 Segmentation, Targeting, dan Positioning

Armstrong dan Kotler (2017) menyatakan bahwa suatu perusahaan atau brand tidak dapat menarik kalangan yang terlalu luas sebagai target market, maka perlunya mengidentifikasi segmentation, targeting, dan positioning (STP) agar pesan dapat tersampaikan secara efektif dan relevan.

2.5.1 Segmentation

Segmentasi adalah pembagian market berdasarkan geografis, demografis, psikografis, dan perilaku yang serupa.

2.5.2 Targeting

Targeting adalah pembagian market berdasarkan kelompok yang lebih kecil dan spesifik dimana akan menaikkan profit bagi brand.

2.5.3 Positioning

Positioning adalah membangun citra suatu brand pada benak konsumen.

2.6 AISAS

Mendukung perancangan media promosi untuk Monumen Kapal Selam, penulis menggunakan model perilaku konsumen dari Sugiyama & Andree (2011) pada buku The Dentsu Way yaitu AISAS yang terdiri atas 5 tahap, *attention*, *interest*, *search*, *action*, dan *share*.

2.6.1 Attention

Audiens menunjukkan perhatian atau atensinya terhadap iklan.

2.6.2 Interest

Setelah mendapat perhatian, audiens kemudian akan timbul ketertarikan terhadap brand

2.6.3 Search

Audiens kemudian mengumpulkan dan mencari informasi yang berkaitan dengan brand tersebut lewat internet.

2.6.4 Action

Informasi yang telah diperoleh menjadi penentu audiens dalam membuat keputusan pembelian

2.6.5 Share

Audiens yang merasa puas akan menyebarkan informasi dan memberikan testimoni di internet.

2.7 Website

Menurut Landa (2014) website adalah kumpulan beberapa halaman berisi informasi yang saling terhubung di dalam World World Wide Web (WWW). Dalam perancangan sebuah website, perlu untuk memperhatikan penggunaan grid sebagai acuan dalam menyusun elemen teks hingga grafis. Selain grid, penting juga untuk menjaga konsistensi, ritme, dan flow. Terdapat sepuluh tahap dalam proses perancangan website sebagai berikut.

1. Perencanaan : menentukan orientasi dan tujuan yang ingin dicapai dari pembuatan website.
2. Creative brief : menentukan garis besar strategi kreatif, identitas, positioning, dan menentukan target audiens.
3. *Architecture Information (AI)* : membuat rencana, peta, dan konten serta informasi yang akan dimasukkan ke dalam website.
4. Menentukan benang merah konten
5. *Conceptual design* : menciptakan desain website berdasarkan strategi dan identity yang telah ditentukan di awal.
6. Visual design development : menempatkan elemen desain menggunakan bantuan grid.
7. *Technical specs*
8. Membuat *prototype*

9. Melaksanakan *Alpha* dan *Beta Test*

10. Implementasi : meluncurkan website, mempromosikan, dan melakukan update pada website.

2.8 Tourism

Menurut World Tourism Organization (Page, 2019), tourism/ pariwisata didefinisikan sebagai aktivitas manusia berjalan dan tinggal pada tempat diluar lingkungan yang mereka biasa tinggal selama tidak lebih dari satu tahun dengan tujuan bersenang-senang atau perjalanan bisnis yang tidak menghasilkan uang di tempat tersebut. Pengertian di atas memudahkan untuk mengidentifikasi pariwisata antar dan dalam negara. Tourism merujuk kepada semua aktivitas pengunjung baik itu yang singgah untuk bermalam maupun tidak. Pariwisata memiliki peran yang penting seperti mengembangkan perekonomian negara dan memberi lowongan kerja, menawarkan kualitas hidup yang lebih, meningkatkan

2.8.1 Museum

Museum merupakan lembaga nirlaba yang memberikan pelayanan bagi masyarakat berupa penyediaan, pelestarian, penelitian, dan pameran warisan sejarah manusia dengan tujuan edukasi dan rekreasi (ICOM, 2007).

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA