



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 Kampanye

Venus (2018) menyatakan bahwa kampanye merupakan sebuah cara berkomunikasi yang memiliki struktur dan batas waktu tertentu yang diharapkan dapat mewujudkan hasil tertentu di kalangan masyarakat. Ada empat hal yang wajib dimiliki suatu aktivitas kampanye, yaitu tindakan kampanye dengan tujuan memberikan dampak dan efek tertentu, target sasaran yang besar, berpusat di kurun waktu tertentu, dan dilangsungkan dengan tindakan komunikasi yang sistematis.

2.1.1 Jenis Kampanye

Pada dasarnya, kampanye merupakan suatu ajakan kepada kalangan masyarakat agar termotivasi dan ikut terlibat dalam sesuatu yang dikampanyekan tersebut. Dikutip dari Charler U. Larson (1992), kampanye dibagi menjadi tiga jenis (Venus, 2018)

1) *Product Oriented Campaign*

Kampanye ini bertujuan untuk mendapat keuntungan dari sebuah produk. Umumnya kampanye ini dilakukan oleh pembisnis dengan mengiklankan produk jualannya.

2) *Candidate Oriented Campaign*

Jenis kampanye ini digunakan untuk mempromosikan seorang kandidat yang biasanya ada dalam ranah politik. Kampanye ini di kenal juga sebagai *political campaigns* (kampanye politik) karena biasanya bertujuan untuk mendapatkan kekuasaan yang tinggi dalam bidang politik.

3) *Cause Oriented Campaign*

Kampanye ini dilakukan dengan tujuan tersendiri. Umumnya kampanye ini dilakukan untuk mengatasi masalah sosial dalam lingkup tertentu. Kampanye ini bergerak untuk mengubah suatu *behaviour* masyarakat dalam isu sosial.

2.1.2 Tujuan Kampanye

Tujuan dari sebuah kampanye dapat beragam sesuai dengan jenis dan target sasarannya. Namun menurut Venus (2018), setiap kampanye memiliki tiga tahapan yang selalu terkait satu dengan yang lain. tiga tahapan ini juga disebut sebagai '3A'.

1) *Awareness*

Tahapan pertama ini dilakukan untuk mengenalkan isu, produk, dan kandidat yang dikampanyekan sehingga target sasaran mengenal dan sadar.

2) *Attitude*

Tahapan selanjutnya dilakukan untuk mengubah sikap target sasaran. Tujuannya adalah untuk menanam ketertarikan, rasa suka, hingga simpati terhadap isu yang dikampanyekan.

3) *Action*

Tahapan yang terakhir merupakan aksi. Tujuan dalam tahapan ini adalah untuk mengubah sikap maupun pola pikir target untuk melakukan sebuah tindakan. Tindakan ini dapat bersifat sekali dalam waktu tertentu juga dapat bersifat terus menerus (berkelanjutan).

2.1.3 Saluran Kampanye

Menurut Venus (2018) dalam sebuah kampanye dibutuhkan media untuk menyalurkan pesan. Media massa dijadikan sebagai media utama dalam merancang sebuah kampanye, karena media massa dapat meraih target audiens dengan jumlah yang besar. Media itu sendiri tergolong menjadi 2 yaitu :

1) **Saluran langsung**

Mengkomunikasikan pesan secara langsung terhadap masyarakat sekitar melalui percakapan antar individu.

2) **Saluran tidak langsung**

Mengkomunikasikan pesan secara tidak langsung melalui beberapa macam media sebagai berikut :

- a. Media umum (Poster, Koran, dll)

- b. Media sosial (Facebook, Instagram, dll)
- c. Media massa (Radio, TV, dll)

Adapun faktor-faktor yang memberikan pengaruh dalam keefektifan media yang telah dipilih sebagai saluran kampanye. Dengan menggabung dan mengkombinasikan seluruh saluran kampanye, dapat memastikan media yang terpilih menjadi efektif dalam kegiatan kampanye. Hal ini dapat digunakan untuk menutupi kekurangan yang dimiliki salah satu media dengan kelebihan media lainnya.

Sebagai alat saluran pesan dari kampanye, media yang digunakan juga harus dipilih dengan mengukur dan menganalisa berbagai aspek. Hal yang perlu diperhatikan sebelum memilih sebuah media adalah sebagai berikut.

- 1) **Jangkauan**
Jumlah batasan orang yang ingin dijangkau dengan kampanye ini.
- 2) **Tipe Target**
Ciri-ciri dari target yang ingin dijangkau.
- 3) **Ukuran Target**
Banyaknya orang yang ingin dijangkau.
- 4) **Biaya**
Modal yang dimiliki untuk produksi dan pembelian media.
- 5) **Tujuan Komunikasi**
Target yang ingin dicapai dari perancangan kampanye ini.
- 6) **Waktu**
Batasan/jangka waktu yang ditentukan dalam masa kampanye ini berlangsung.
- 7) **Kalkulasi Pembelian Media**
Waktu penyiapan dan memesan media selama beberapa minggu sebelumnya.
- 8) **Batasan atau Aturan**
Pencegahan konten-konten lain dari media tertentu.

9) **Aktivitas Pesaing**

Kenapa, mengapa, kapan, dimana dan bagaimana aktivitas pesaing.

2.1.4 Aspek Perancangan Kampanye

Dalam merancang sebuah kampanye ada berbagai aspek yang harus dilakukan secara bertahap. Tahapan ini dibagi menjadi tujuh. Berikut merupakan tahapan yang dapat dilakukan untuk merancang kampanye.

1) **Analisis masalah**

Narasi dari latar belakang program kampanye yang berisikan analisa isu dan masalah. Menjabarkan mengapa kampanye ini bersifat penting untuk menarik perhatian target sasaran.

2) **Tujuan**

Menjelaskan tujuan dari kampanye yang dirancang secara detail dan spesifik.

3) **Pesan Kampanye**

Menjabarkan dengan poin, pesan yang spesifik dari perancangan kampanye.

4) **Target Sasaran Kampanye**

Mengelompokan target sesuai dengan analisa yang telah dilakukan. Dengan ini target sasaran akan lebih mudah diraih.

5) **Strategi dan Taktik**

Merancang kampanye secara keseluruhan, dengan mempertimbangkan hasil yang jelas dan terukur.

6) **Alokasi Waktu dan Sumber Daya**

Menjabarkan durasi kampanye dan memperkirakan sumber daya apa yang dibutuhkan dalam perancangan ini.

7) **Evaluasi**

Menjabarkan keterangan dengan garis besar pelaksanaan kampanye.

2.2 Pedofilia

Pedofilia ada sebutan yang ditujukan untuk mereka yang mempunyai kehendak untuk berhubungan seksual dengan anak-anak. Umumnya ditemukan

pada minat seksual laki-laki namun, julukan ini digunakan para ahli kejiwaan untuk mendeskripsikan hasrat seksual kepada anak-anak. Pedofilia mengacu kepada korban anak-anak yang berumur di bawah 18 tahun (Prasetyo, 2018)

Sebutan bagi pelaku dari tindakan ini adalah pedofil. Hal ini sering disebut sebagai penyimpangan seksual yang terberat bagi pelakunya didapatkan hukuman yang berat. Dan bagi yang mengulangi perbuatannya akan dihukum penjara minimal 4-8 tahun (Hagan, 2013)

2.2.1. Dampak Pedofilia

Dampak dari kekerasan seksual pedofilia terhadap korban dapat menyebabkan trauma dalam jangka panjang. Hal ini akan sangat mengganggu psikologi korban, bahkan dapat menyebabkan keinginan untuk bunuh diri karena tidak kuat menanggung beban traumanya. Selain itu, kekerasan seksual pedofilia bukan hanya dapat menyebabkan trauma saja, melainkan dapat menimbulkan disorientasi seksual dimana adanya pemahaman yang salah mengenai seksualitas dan maskulinitas. Pada masa sekarang ini, korban kekerasan seksual pedofilia terhadap laki - laki sudah bukanlah hal yang langka (Prasetyo, 2018)

Di Thailand, banyak laki - laki yang menjadi korban kekerasan seksual pedofilia bahkan sampai terjerumus menjadi gigolo. Dapat dilihat seberapa terancamnya masa depan seseorang ketika mengalami trauma kekerasan seksual pedofilia. Penegakan hukum dan pengajaran secara psikologis belum menjadi upaya pencegahan yang optimal. Beberapa upaya yang dibutuhkan untuk mewujudkan pencegahan kekerasan seksual pedofilia seperti memberikan pengenalan kepada anak-anak muda mengenai seksualitas sebagai bekal untuk dapat memahami apa yang menjadi pembatas dari tindakan kekerasan seksual pedofilia atau bukan. Selain itu, upaya lain yang dapat dilakukan yaitu dengan menumbuhkan kepekaan sosial dengan menjalin hubungan yang erat di lingkungan masyarakat dan meningkatkan kinerja agen sosial seperti PKK, sekolah, dan lainnya. Dan yang paling terutama adalah peran keluarga dalam membimbing anaknya mengenai hal-

hal yang terkait dengan seksualitas dimana orang tua mampu mendidik hal-hal seksualitas secara baik dan benar. Sehingga bekal pemahaman sudah tertanamkan sejak muda dan memahami hal seperti apa yang menjadi kekerasan seksual pedofilia atau bukan (Prasetyo, 2018).

2.2.2. Karakteristik Peofilia

Umumnya pelaku pedofil memiliki tiga ciri yaitu terlalu obsesif, seperti predator, dan *introvert* (Prasetyo, 2018).

1) Obsesi

Sifat obsesi ini merupakan sifat yang mengganggu pikiran dan sulit untuk diubah maupun dihilangkan. Seorang pedofil memiliki obsesi yang sangat tinggi. Layaknya fanatik, seorang pedofil akan melakukan segala cara untuk mendapatkan targetnya. Sedangkan anak-anak yang penjagaannya masih kurang memiliki kemungkinan yang besar untuk tidak curiga.

2) Predator

Umumnya pelaku pedofilia tidak memiliki spesifikasi yang detail untuk mencari korban. Ketertarikan para pedofil termasuk fleksibel. Setelah menentukan targetnya, pelaku akan melakukan apapun dan berusaha agar mendapatkan target.

3) *Introvert*

Introvert merupakan salah satu jenis sifat manusia. Sifat *introvert* merupakan sifat yang tertutup. Hal ini membuat para *introvert* untuk menyimpan rasa dan pikirannya untuk diri sendiri. *Introvert* juga identik dengan orang yang pendiam dan minim melakukan interaksi juga sosialisai kepada sekitarnya.

2.3 Dewasa Awal

Menurut Jahja (2017), manusia dewasa adalah masa dimana seorang pribadi beradaptasi terhadap pola kehidupan serta pola pikir yang baru terhadap lingkungan sosial tertentu. Ketika seseorang mulai memerankan sesuatu kehidupan yang baru seperti sebagai pasangan ataupun karir dengan jabatan tertentu, tentunya akan memiliki pola pikir yang baru untuk berusaha mempertanggung jawabkan terhadap

kehidupan yang dimilikinya tersebut. Tuntutan baru pada masa dewasa ini membuat masa ini dapat dikatakan sebagai masa sulit karena seorang pribadi yang memiliki tuntutan tertentu atau tanggung jawab tertentu akan selalu memiliki ketergantungan terhadap tuntutan yang dimilikinya tersebut. Adapun ciri - ciri masa dewasa, yaitu:

1) **Masa Pengaturan**

Masa ini biasanya seorang pribadi melakukan "coba - coba" dalam rangka menentukan apakah sesuatu tersebut memberikan kesesuaian terhadap kebutuhan hidupnya. Ketika kesesuaian itu terjadi, seorang pribadi akan mengembangkan hal tersebut menjadi nilai - nilai dalam kehidupannya.

2) **Masa Usia Produktif**

Disebutkan masa produktif karena orang yang berada dalam masa ini memiliki organ reproduksi yang produktif sehingga merupakan waktu yang tepat bagi seseorang dalam menentukan pasangan serta bereproduksi atau menghasilkan keturunan.

3) **Masa Bermasalah**

Dalam menjalani masa dewasa, tentunya ada peran baru yang harus dipertanggung jawabkan. Seperti seorang suami atau istri yang bertanggung jawab terhadap keluarganya dan seorang pekerja yang bertanggung jawab terhadap seluruh pekerjaannya. Apabila seseorang tidak dapat memenuhi tanggung jawabnya, maka akan menuai permasalahan. Ada tiga faktor yang menjadi penyebab mengapa masa dewasa ini dikatakan sebagai masa bermasalah. Yang pertama, seseorang yang belum siap untuk menanggung semua tanggung jawabnya dalam menjalani perannya yang baru dalam masa dewasa tersebut. Kedua, seseorang memegang tanggung jawab yang terlalu banyak sehingga tidak teratasi dengan baik. Ketiga, seseorang yang tidak didukung oleh lingkungan sekitarnya dalam menyelesaikan suatu masalah.

4) **Masa Ketegangan Emosional**

Seseorang pada masa dewasa dengan rentang umur 20 tahun hingga 30 tahun, cenderung memiliki kondisi emosional yang kurang stabil dan mudah memberontak terhadap sesuatu. Namun saat menyentuh usia 30 tahun ke atas, seseorang cenderung memiliki kondisi emosional yang stabil.

5) **Masa Keterasingan**

Masa ini adalah masa dimana seseorang mengalami terisolasi atau terasingkan dari lingkungan sosial. Keterasingan ini mewujudkan batas sosial karena adanya tekanan pekerjaan ataupun hal - hal tertentu.

6) **Masa Komitmen**

Masa ini adalah masa dimana seseorang menyadari bahwa sangat penting berkomitmen terhadap setiap tanggung jawab yang dimiliki untuk memiliki pola hidup yang dituju.

7) **Masa Ketergantungan**

Pada masa kedewasaan seseorang pasti akan terikat terhadap sesuatu di lingkungannya seperti organisasi atau instansi dimana orang tersebut terlibat.

8) **Masa Perubahan Nilai**

Ketika seseorang memasuki masa dewasa, maka orang tersebut akan memiliki wawasan yang lebih luas karena pengalaman dan hubungan sosial yang dimiliki juga semakin luas. Wawasan tersebut dapat menjadi nilai positif terhadap lingkungan di sekitarnya. Selain itu, seseorang akan selalu menggunakan kacamata dewasanya dalam menilai sesuatu.

9) **Masa Penyesuaian Diri dengan Hidup Baru**

Orang yang memasuki masa dewasa tentu harus lebih bertanggung jawab terhadap peran yang dijalannya seperti sebagai suami atau istri, ataupun menjabat pekerjaan tertentu.

2.4 **Desain Grafis**

Desain grafis merupakan sebuah sarana visual yang dapat dikomunikasikan kepada target audiens yang hendak dituju. Desain grafis mencakup studi mengenai teori desain, kritik, pemahaman gambar, persuasi, sejarah dunia, dan topik tertentu yang terkait. Desain grafis selalu dipengaruhi oleh beberapa hal seperti peristiwa tertentu, budaya, musik, dan penyusunan elemen visual. Dengan demikian, desain grafis dapat menjadi sarana komunikasi visual yang efektif terhadap audiens ketika

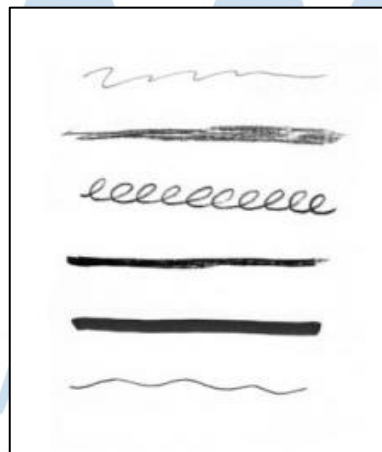
desain tersebut memiliki visual yang memberikan solusi dari masalah terkait sehingga mampu menimbulkan sebuah reaksi ketertarikan dari audiens yang dituju (Landa, 2014, hlm.1)

2.4.1 Elemen Desain

Elemen desain memiliki empat elemen dasar dalam perancangan sebuah desain grafis. Empat elemen tersebut yaitu garis, bentuk, warna, juga tekstur (Landa, 2014, hlm. 19).

1) Garis

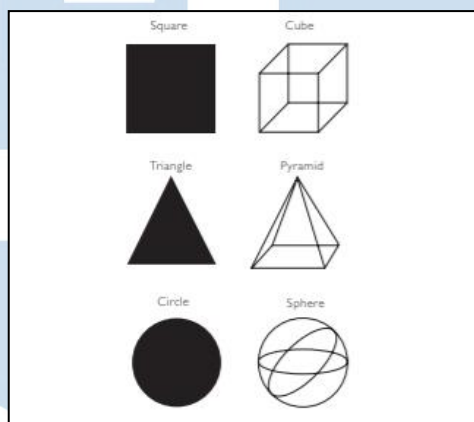
Garis merupakan sebuah titik yang berbentuk memanjang ke arah tertentu. Dengan demikian garis memiliki arah tertentu sesuai dengan sebagaimana garis itu dibuat. Seperti lurus, melengkung, ataupun bersudut. Adapun karakter yang dimiliki garis seperti tebal dan tipis dari sebuah garis. Fungsi dari garis yaitu sebagai pembatas dari sebuah bentuk gambar yang dibuat dan sebagai penentusebuah penulisan huruf atau pola tertentu (Landa, 2014, hlm. 19)



Gambar 2. 1 Garis
Sumber. Landa (2014)

2) Bentuk

Bentuk merupakan garis, warna, nada atau tekstur yang digambar dalam permukaan dua dimensi dan membentuk sebuah area tertutup. Bentuk dapat diukur dari tinggi dan lebarnya. Suatu bentuk tercipta dari turunan tiga bentuk dasar. Bentuk dasar meliputi bentuk segitiga, persegi, dan lingkaran. Dari setiap bentuk dasar ini memiliki bentuk lain setelah ditambahkan volume yaitu bentuk kubus, limas, dan bola (Landa, 2014, hlm 20-21)

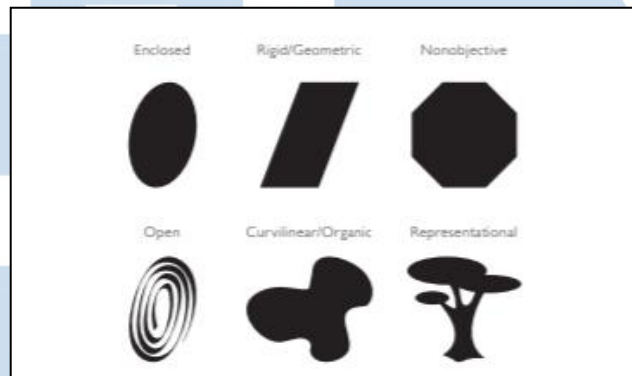


Gambar 2. 2 Bentuk
Sumber. Landa (2014)

Bentuk-bentuk dasar dapat dikembangkan lagi menjadi bentuk yang baru menjadi:

- Bentuk geometris atau juga disebut sebagai bentuk yang kaku, merupakan bentuk dengan tepi yang lurus dan sudut yang terukur.
- Bentuk lengkung atau organic terbentuk oleh kurva yang mengalir. Bentuk ini memberikan nuansa dan kesan yang naturalistik.
- Bentuk *rectilinear* bujur sangkar terbentuk dari sudut dan garis yang lurus.
- Bentuk *irregular* atau bentuk yang tidak beraturan ini terbentuk dari kombinasi garis lurus dan melengkung.
- Bentuk *non-objective* merupakan bentuk yang tidak dapat dihubungkan dengan objek manapun di lingkungan.

- f. Bentuk *abstract* adalah bentuk dengan penataan ulang yang kompleks.
- g. Bentuk *representational* adalah bentuk yang mencirikan objek yang nyata dan aktual.



Gambar 2. 3 Bentuk
Sumber. Landa (2014)

3) **Warna**

Warna merupakan sebuah elemen yang sangat penting dari sebuah desain. Pada dasarnya, warna yang dapat dilihat oleh manusia adalah hasil pantulan cahaya yang ditangkap oleh mata manusia. Proses pantulan cahaya tersebut terjadi saat cahaya menyentuh suatu objek, dimana pantulan cahaya tersebut diserap oleh objek dan sisa pantulan cahaya lainnya yang ditangkap oleh mata manusia. Warna memiliki tiga elemen penting yaitu *hue*, *value*, dan *saturation*.

Hue dapat dikatakan memiliki warna yang bernuansa hangat seperti merah, oranye, dan kuning. *Value* mengacu pada terang atau gelapnya sebuah warna. Elemen *value* pada warna memiliki tiga elemen lagi didalamnya yaitu *shade*, *tone*, dan *tint*. *Saturation* mengacu pada kecerahan pada suatu warna. Dalam pembuatan sebuah karya desain selalu berpedoman pada tiga warna primer yaitu RGB (*Red, Green, Blue*).

Selain itu, untuk warna primer dalam pigmen yaitu merah, biru, dan kuning. Dan untuk warna primer dalam percetakan *offset* yaitu CMYK yang

mengandung warna *cyan*, magenta, dan kuning. Untuk warna sekunder yaitu oranye, hijau, dan ungu (Landa, 2014, hlm 23-24).



Gambar 2. 4 Warna
Sumber. Landa (2014)

4) **Tekstur**

Tekstur merupakan sebuah kualitas sentuhan fisik pada suatu permukaan. Tekstur dapat disentuh dan dirasakan secara fisik. Adapun beberapa jenis tekstur yang dihasilkan dari teknik pencetakan seperti *emboss*, *debossing*, *letterpress*, *stamping*, dan *engraving*. Selain digunakan untuk teknik percetakan, tekstur juga dapat diaplikasikan pada keterampilan lainnya seperti melukis ataupun media lainnya (Landa, 2014, hlm 28).

2.4.2 **Prinsip Desain**

Dalam perancangan suatu desain grafis memerlukan sebuah prinsip. Prinsip-prinsip ini digunakan untuk membangun konsep, tipografi, gambar, dan elemen visual lainnya (Landa, 2014, hlm. 29). Prinsip-prinsip tersebut diantara lain adalah:

1) **Format**

Format adalah batasan yang ditentukan desainer dalam suatu desain yang dikerjakan. Format dapat juga disebut sebagai hasil akhir atau jenis proyek yang desainer buat. Format dapat berupa bidang atau *substart* (lembaran kertas, ponsel, billboard, dan lainnya). Dalam sebuah desain,

format yang ditetapkan memiliki standar ukuran yang berbeda-beda menyesuaikan format yang dipilih (Landa, 2014, hlm 29).

2) **Keseimbangan**

Keseimbangan adalah sebuah prinsip dalam karya desain, dimana bobot visual yang sama rata sehingga menjadikan komposisi pada sebuah karya sama rata pada setiap sisinya. Fungsi dari keseimbangan yaitu untuk menciptakan sebuah stabilitas dan harmoni dari sudut pandang audiens secara visual. Karena banyak audiens tidak nyaman dengan komposisi yang tidak sama rata dan memungkinkan menimbulkan reaksi negatif pada suatu karya desain yang tidak memiliki keseimbangan tersebut. Keseimbangan terdiri dari dua jenis, yaitu simetris dan asimetris. Simetris adalah keseimbangan yang memiliki bobot sama rata pada kedua sisi yang dipisah oleh pembatas tertentu misalnya sebuah garis atau bentuk tertentu. Sedangkan asimetris adalah keseimbangan yang tidak memprioritaskan bobot yang sama rata terhadap kedua sisi yang terpisah oleh sebuah batas. Keseimbangan asimetris mempertimbangkan beberapa hal seperti warna, bentuk, ukuran atau hal lainnya untuk mencapai suatu keseimbangan asimetris yang optimal (Landa, 2014, hlm 30-31).

3) **Hierarki Visual**

Hierarki visual merupakan sebuah sarana penataan informasi yang penting bagi audiens. Dengan hierarki visual, informasi yang disampaikan kepada audiens dapat diterima secara jelas. Dengan hierarki visual, penyusunan setiap elemen dalam sebuah karya menciptakan sebuah penekanan terhadap karya desain tersebut. Hal ini yang disebut dengan *emphasis*. *Emphasis* bertujuan untuk menekankan sebuah elemen visual yang menjadi fokus utama dalam sebuah karya. Penekanan dalam *emphasis* dapat dilakukan dengan beberapa cara seperti mengatur ukuran sebuah elemen, mengatur intensitas ataupun kontras pada sebuah elemen, penempatan posisi sebuah elemen dan memberikan arahan seperti tulisan ataupun arah panah (Landa, 2014, hlm 33).

4) **Irama**

Irama dalam desain dapat diartikan sebagai pengulangan dan juga konsistensi desain. Dalam mendesain sesuatu penting untuk memiliki alur sehingga audiens dapat mengerti dan mendapatkan informasi dari desain yang dibuat. Pada format yang memiliki halaman seperti buku, situs *website*, majalah dan gambar yang bergerak, penting untuk memiliki irama dan repetisi dalam elemen visualnya (Landa, 2014, hlm 35).

5) **Kesatuan**

Kesatuan adalah sebuah hubungan antar elemen yang saling berkaitan antara satu dengan yang lainnya sehingga membentuk sebuah kesatuan yang besar. Hal ini dikarenakan manusia cenderung lebih mudah memahami sesuatu yang sudah terangkum secara satu kesatuan. Selain itu, manusia juga memiliki pemikiran yang selalu berusaha untuk menyederhanakan sesuatu dengan membuat pengelompokan terhadap suatu hal ataupun menciptakan sebuah persepsi susunan secara visual (Landa, 2014, hlm 36).

2.5 Grid

Menurut Landa (2014) *Grid* adalah suatu pembatas yang terdiri dari garis horizontal maupun vertikal yang membentuk sebuah *margin* terhadap sebuah objek. Dengan *grid*, tentunya audiens akan lebih terbantu secara visual dan dapat memudahkan audiens membaca konten yang divisualisasikan. *Grid* dibagi menjadi beberapa bagian yaitu sebagai berikut :

1) ***Single Column Grid***

Single Column Grid adalah *grid* yang memiliki *margin* yang membatasi sebuah objek ataupun berupa teks.

2) ***Multicolumn Grid***

Seperti namanya, *Multicolumn grid* ini terdiri dari beberapa kolom yang bentuknya memanjang. *Grid* jenis ini dapat menyesuaikan dengan objek yang memiliki konten yang banyak.

3) **Modular Grid**

Grid ini mirip seperti *Multicolumn grid*, namun memiliki beberapa tambahan garis horizontal sehingga membentuk sebuah ruang terhadap objek. *Grid* jenis ini biasanya digunakan saat terdapat objek antara gambar dengan teks sehingga terlihat rapih.

Selain itu terdapat komponen penyusun sebuah *grid* yaitu sebagai berikut :

1) **Columns**

Sebuah ruang yang menempatkan sebuah objek dengan bentuk vertikal.

2) **Modules**

Sebuah *Modules* yang dikombinasikan akan membentuk *column* dan juga *row*.

3) **Margins**

Sebuah jarak yang diberikan antara suatu objek dengan tepi halaman.

4) **Spatial Zones**

Sebuah gabungan *Modules* yang membentuk suatu area dimana area tersebut diisi sebagai konten.

5) **Flowlines**

Merupakan garis yang memandu pembaca dalam membaca isi konten.

6) **Markers**

Merupakan penanda halaman seperti *header*, *footer*, dan nomor halaman.

2.6 Ilustrasi

Male (2017) ilustrasi adalah seni visual yang memiliki tujuan untuk menyampaikan sebuah informasi kepada audiens. Ilustrasi sendiri memiliki spesifikasi tertentu berdasarkan informasi apa yang ingin didapatkan oleh audiens. Dengan demikian, ilustrasi merupakan sebuah fasilitas yang berfungsi sebagai alat komunikasi secara visual terhadap kebutuhan klien ataupun orang tertentu. Ilustrasi memiliki beberapa peran yaitu :

1) Documentation, Reference, and Instruction

Ilustrasi berperan sebagai visual yang memberikan gagasan instruksi tertentu ataupun referensi tertentu terhadap sesuatu.

2) Commentary

Penggunaan ilustrasi dapat mencakup dunia media cetak seperti majalah, koran, dan lainnya. Komentar visual menjadi hal penting dalam aspek penerbitan.

3) Storytelling

Buku anak - anak, novel, dan bacaan lainnya tentu melibatkan ilustrasi sehingga pembaca memiliki gambaran cerita dan dapat terlibat secara emosional.

4) Persuasion

Ilustrasi juga dapat memberikan gambaran terhadap sesuatu dengan bersifat ajakan. Hal ini membuat ilustrasi juga dapat berperan memberikan *awareness* dan mengajak audiens untuk terlibat.

5) Identity

Ilustrasi memberikan identitas tertentu yang mudah diingat oleh audiens. Contohnya seperti logo suatu *brand* yang mewakili sebuah perusahaan tertentu.

2.6.1 Jenis Ilustrasi

Menurut Zeegan (2005), ilustrasi terdiri dari beberapa jenis yaitu sebagai berikut.

1) Editorial Illustration

Ilustrasi editorial merupakan aspek dasar ilustrasi dalam penyampaian komentar secara visual. Biasanya sering dikerjakan oleh beberapa pekerja profesional dalam membuat ilustrasi pada koran ataupun majalah untuk mendukung isi sebuah konten. Hasil dari ilustrasi yang dibuat memiliki konsep untuk menyampaikan sebuah gagasan yang jelas dan dikemas dengan menarik secara visual.

2) ***Book Publishing***

Visual yang diharapkan untuk ilustrasi dalam sebuah buku berbeda dengan surat kabar dan majalah. Diperlukan untuk membuat versi awal dari apa yang akan menjadi karya terakhir. Visual yang dibuat akan merinci posisi dari setiap elemen dalam gambar dan juga akan mencakup detail gambar dari sebuah karakter utama buku. Memahami konteks buku baik secara artistik maupun komersial, atau dari terjemahan visual sebuah teks, serta pembuatan desain secara keseluruhan yang menarik bagi penonton, merupakan aspek-aspek fundamental yang patut terpenuhi dalam mewujudkan keberhasilan sebuah ilustrasi pada buku.

3) ***Fashion Illustration***

Beberapa istilah ilustrasi identik terhadap sebuah karya ilustrasi busana. Meskipun sudah kehilangan popularitas dari fotografi pada era tahun 1930, ilustrasi busana telah bergerak secara bertahap dalam mendokumentasikan karya busana untuk majalah. Tahap gambar sketsa tetap menjadi titik awal bagi banyak perancang busana dengan membuat visualisasi di atas kertas mengenai struktur dan kain untuk busana yang sedang dirancang.

4) ***Advertising Illustration***

Kampanye iklan yang baik memiliki target yang dapat menghubungkan produk kepada publik. Ini akan mewujudkan sebuah gambaran produk untuk dapat dikenal secara cepat dan menciptakan *awareness* terhadap produk. Periklanan menggunakan berbagai media dalam pengerjaannya seperti papan reklame, sisi bus dan halte, yang disebut sebagai '*outdoor media*'. TV dan iklan bioskop dikenal sebagai '*on-air media*'.

5) ***Music Industry Illustration***

Hal yang dikerjakan sebagai ilustrator di bidang musik adalah *advertising illustration*. Membuat gambar untuk *merchandise*, *back-drop* dan animasi untuk *video promo band* adalah pekerjaan dalam bidang ini. Untuk beberapa musisi, bekerja dengan ilustrator seperti menghidupkan kembali

seni mereka sendiri. Karena tugas dari ilustrator adalah untuk menyampaikan pesan yang diberikan oleh musisi tersebut.

6) *Graphic Design Studio Collaboration*

Aspek dalam industri desain terdiri dari beberapa kompartemen dan departemen khusus di dalamnya. Seperti yang telah kita lihat yaitu iklan, majalah, surat kabar dan penerbitan buku, ada banyak sekali perusahaan desain yang mampu menawarkan layanan yang lebih luas.

7) *Self-Initiated Illustration*

Mempertahankan progres terhadap ilustrasi dapat dicapai dengan melanjutkan bekerja secara mandiri. Dengan sketsa untuk menciptakan karya seni baru dan umumnya menghabiskan waktu untuk meneliti dan mengeksplorasi cara baru untuk memvisualisasikannya. Menemukan waktu untuk mengerjakan proyek atas inisiatif sendiri dapat menjadi masalah ketika ilustrator sibuk berkolaborasi.

2.7 Tipografi

Menurut Landa (2014) *Typeface* merupakan serangkaian karakter yang disatukan dengan visual yang sama dan konsisten. Serangkaian karakter ini terdiri dari huruf, angka, symbol, tanda, tanda baca, dan tanda aksen. *Typeface* memiliki banyak jenis berdasarkan gaya dan sejarahnya. Jenisnya diantara lain adalah *old style*, *traditional*, *modern*, *slab serif*, *sans serif*, *blackletter*, *script*, dan *display*.

Readability dan *Legibility* atau keterbacaan merupakan hal yang penting untuk desainer perhatikan saat mendesain. Hal ini mempengaruhi mudah atau tidaknya audiens saat membaca. Desainer harus mempertimbangkan beberapa hal seperti, warna, ukuran, jarak, *margin*, dan ukuran kertas (Landa, 2014, hlm 53)

Di dalam tipografi terdapat klasifikasi tipografi, dimana klasifikasi tersebut bertujuan untuk pemilihan jenis tipografi yang tepat terhadap suatu media informasi yang diimplementasikan. Kalasifikasi tersebut terdiri atas delapan jenis, yaitu :

1) ***Humanist***

Huruf ini muncul sekitar akhir abad ke-15. Huruf ini memiliki ciri - ciri tipografi *roman, serif* bersudut, dan tanda kurung. Karakteristik *Humanist* ini serupa dengan seni kaligrafi.

2) ***Traditional***

Huruf ini muncul sekitar abad ke-18. Jenis *traditional* ini memiliki paduan karakter antara gaya *modern* dan gaya lama.

3) ***Modern***

Huruf *modern* ini muncul sekitar akhir abad ke-18. Huruf ini memiliki ciri *serif* dengan bentuk geometris disertai dengan goresan tebal dan tipis.

4) ***Slab serif***

Huruf ini muncul sekitar abad ke-19. Seperti namanya sendiri, *Slab serif* ini memiliki ciri *serif*.

5) ***Sans serif***

Huruf ini muncul sekitar abad ke-19. Walaupun namanya *Sans serif*, huruf ini tidak memiliki karakteristik *serif*. Huruf ini juga memiliki goresan tebal atau tipis terhadap huruf - huruf tertentu.

6) ***Black Letter***

Huruf ini hadir sekitar abad ke-13 hingga abad ke-15. Huruf ini dibentuk berdasarkan huruf manuskrip dengan memiliki ciri - ciri beberapa goresan berat dan memiliki kurva.

7) ***Script***

Huruf ini menyerupai tulisan dengan pena runcing atau kuas yang memiliki bentuk yang miring.

8) ***Display***

Huruf ini sangat cocok untuk penulisan judul karena memiliki ciri yang dekoratif dan rumit.