



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

Mengungkapkan bahwa desain grafis merupakan suatu bentuk komunikasi visual yang digunakan dalam menyampaikan pesan atau informasi kepada target audiens. Ini merupakan representasi visual yang berasal dari ide yang mengandalkan kreasi, seleksi, dan organisasi elemen visual oleh karena itu desain grafis merupakan kreativitas berwujud visual. Menurut Robbins dalam Landa (2011) desain grafis adalah solusi yang dapat membujuk, menginformasikan, mengidentifikasi, memotivasi, meningkatkan, mengatur, merk, yang membawa berbagai makna (Landa, 2011).

2.1.1 Elemen Desain

Bentuk visual yang berasal dari sebuah ide didasari oleh elemen desain. Didalam Landa (2011, hlm. 16-23) terdapat 8 elemen desain yang saling bergantung sama lain, yaitu:

2.1.1.1 Garis

Garis merupakan titik yang memanjang, merupakan tanda yang dibuat dengan alat visualisasi saat digambar. Garis dikenali dengan cara panjangnya bukan lebarnya, garis termasuk didalam elemen formal karena memiliki banyak peran terutama didalam komposisi dan komunikasi (Landa, 2011).



Gambar 2. 1 *Little Needs Campaign*

Sumber: www.behance.net/gallery/47442843/GOONJ-Little-Needs-Advertising-campaign

Seperti gambar 2.1 garis yang digunakan didalam kampanye *Little needs* membentuk ilustrasi celana pada anak.

2.1.1.2 Bentuk

Garis adalah bentuk umum dari segala bentuk tersebut yang digambarkan pada permukaan dua dimensi yang dibuat baik sebagian atau seluruhnya berdasarkan garis. Suatu bentuk pada dasarnya flat artinya bentuk 2 dimensi yang dapat diukur lebar dan tingginya, bagaimana bentuk digambar untuk memberikan kualitas. Bentuk pada awalnya berasal dari 3 penggambaran yaitu segitiga, persegi, dan lingkaran (Landa, 2011).



Gambar 2. 2 World Water Day, Child

Sumber: www.adsoftheworld.com/media/outdoor/al_ain_zoo_world_water_day_child

Seperti gambar 2.2 bentuk yang digunakan didalam *world water day, child* merupakan jenis bentuk *accidental shape* sebagai bentuk seorang anak.

2.1.1.3 Figur/Ground

Juga disebut sebagai ruang positif dan negative, ini adalah prinsip dasar persepsi visual yang akan mengacu kepada bentuk dan gambar dipermukaan dua dimensi. Ruang positif merupakan bentuk yang pasti terlihat bentuknya dan diantara gambar dikenal sebagai tanah atau bentuk negative (Landa, 2011).



Gambar 2. 3 *Shadow*

Sumber: <https://lailasnews.com/breakthecycle-project-alert-campaign/>

Menurut gambar 2.3 contoh figur yang digunakan didalam kampanye *shadow* menggunakan figur seorang anak yang mempunyai bayangan seorang yang sedang dipukuli.

2.1.1.4 Warna

Warna adalah suatu yang sangat kuat dan sangat provokatif didalam elemen desain karena warna merupakan energi cahaya dan dengan cahaya warna dapat terlihat. Warna yang berada dipermukaan benda dianggap sebagai cahaya yang dipantulkan, sehingga cahaya yang dipantulkan adalah warna yang dapat dilihat (Landa, 2011).



Gambar 2. 4 *Ocean Pollution*

Sumber: <https://www.surfrider.org/coastal-blog/entry/plastic-sushi-still-a-hit>

Menurut gambar 2.4 warna yang digunakan cenderung lembut yang tidak mengganggu mata saat membaca dan juga membuat konten didalam buku lebih terlihat.

2.1.1.5 Warna Nomenclature

Warna nomenclature merupakan warna yang lebih spesifik, elemen warna ini terbagi menjadi tiga yaitu hue, nilai, saturasi. Corak merupakan nama sebuah warna yang berarti merah atau hijau, atau biru atau orange. Didalam desain grafis shade, tone, dan tint adalah aspek nilai yang berbeda didalam elemen desain.



Gambar 2. 5 *Color Nomenclature*
Sumber: Landa (2011)

2.1.1.6 Warna Primer

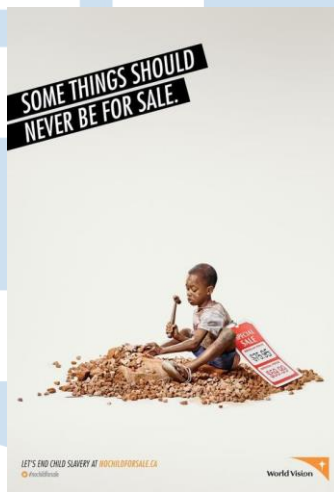
Untuk lebih mendeskripsikan warna terdapat tiga warna utama atau warna primer yaitu merah, hijau, dan biru (RGB). Tiga warna utama ini juga dapat disebut sebagai warna primer aditif, karena bila warna primer dijumlahkan sama jumlah maka akan menciptakan cahaya putih.

2.1.1.7 Pertimbangan Teknis

Memilih dan membuat warna tertentu untuk solusi desain memerlukan pemahaman aspek teknis produksi warna. Printer adalah salah satu alat yang sangat membantu para desainer dalam perangkat percetakan berwarna.

2.1.1.8 Tekstur

Kualitas sentuhan berasal dari suatu permukaan atau representasi dari suatu kualitas permukaan yang disebut tekstur. Dalam seni terdapat dua kategori tekstur yaitu taktil dan visual. Tekstur taktil adalah kualitas sentuhan yang secara fisik dirasakan, sementara tekstur visual dibuat dengan tangan sehingga merasakan tekstur sebenarnya (Landa, 2011).



Gambar 2. 6 World Vision

Sumber: https://www.adsoftheworld.com/media/print/world_vision_child_1

Berdasarkan gambar 2.6 tekstur yang akan dirasakan oleh fisik adalah permukaan kampanye cenderung halus.

2.1.2 Prinsip Desain

Menurut Landa (2011) mengungkapkan bahwa memanfaatkan prinsip desain sangat penting didalam kombinasi dengan pengetahuan tentang konsep, ketik, integrasi gambar, dan elemen formal untuk diterapkan kedalam prinsip-prinsip desain kesetiap komunikasi visual.

2.1.2.1 Format

Format adalah perimeter yang ditentukan dari sebuah bidang desain. Didalam desain grafis format adalah area desain yang akan digunakan pada suatu proyek. Seperti dalam bidang atau substart

(selembar kertas, layar ponsel, billboard) untuk desain grafis. Desain grafis harus bekerja dengan berbagai format (Landa, 2011).



Gambar 2. 7 *Little Needs*

Sumber: www.behance.net/gallery/47442843/GOONJ-Little-Needs-Advertising-campaign

Berdasarkan gambar 2.7. format sangat diperlukan didalam pembuatan kampanye agar lebih memudahkan pembaca untuk mengerti desain yang dibuat.

2.1.2.2 Keseimbangan

Keseimbangan didalam desain grafis bearti elemen desain yang memiliki bobot dalam pembagian menyeluruh didalam satu komposisi. Arti visual weight didalam desain grafis bearti besar ukuran, titik perhatian, dan pentingnya suatu elemen didalam suatu komposisi. Terdapat 2 jenis keseimbangan, yaitu keseimbangan asimetris dan simetris. Keseimbangan asimetris merupakan desain yang memiliko visual weight yang sama dengan suatu elemen. Sementara, keseimbangan simetris merupakan keseimbangan desain yang memiliki visual weight sama persis.

2.1.2.3 Hierarki Visual

Salah satu tujuan utama dari desain grafis adalah untuk mengkomunkasikan suatu informasi, sementara kekuatan hierarki visual adalah mengatur informasi dan mengklarifikasi komunikasi.

Dalam desain grafis desainer menggunakan hierarki visual untuk mengatur grafik sesuai penataan elemen visual (Landa, 2011).



Gambar 2. 8 A Warm Welcome Death

Sumber: https://www.coroflot.com/designerve_cb/Design-POSTER1

Berdasarkan contoh pada gambar 2.8. hierarki visual merupakan susunan didalam elemen desain grafis yang membuat urutan penting dari kampanye, karena hierarki membuat mata pembaca diarahkan focusnya kedalam urutan.

2.1.2.4 Emphasis

Untuk menetapkan hierarki visual, putuskan pentingnya elemen grafis tersebut dari sebuah bagian komponen seperti visual dan tipe yang telah dirancang. Ada beberapa cara untuk empahasis, yaitu *emphasis by isolation*, *emphasis by placement*, *emphasis through scale*, *emphasis through contrast*, *emphasis through direction and pointers*, *emphasis through diagrammatic structures*, *nest structure*, dan *stair structures*.

2.1.2.5 Ritme

Dalam desain ritme adalah pengulangan elemen desain yang dilakukan secara konsisten agar dapat membuat mata pembaca

bergerak keseluruh area desain. Sehingga ritme membuat desain lebih jelas dan membuat saling terkait dari satu halaman ke halaman lainnya. Repetisi dan variasi didalam ritme harus dipahami oleh desainer untuk menciptakan ritme. Arti dari repetisi adalah mengulang beberapa elemen visual. Sementara, variasi adalah alterasi dari sebuah elemen pada desain yang membuat pembaca semakin tertarik.

2.1.2.6 Kesatuan

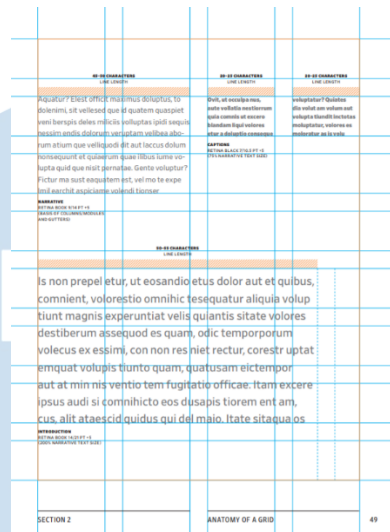
Kesatuan adalah dimana semua elemen desain grafis yang terdapat didalam desain saling terkait satu sama lain sehingga membentuk kesatuan yang lebih besar. Tata letak yang ideal dapat dilihat dari komposisi elemen desain grafis yang menyatu secara keseluruhan.

2.1.3 Layout

Layout merupakan salah satu yang paling penting dalam membentuk ekspresi visual dan komunikasi, yang digunakan untuk penempatan jenis, gambar, warna, dan elemen desain lainnya. Metode ini dimana desainer mengatur, menempatkan, dan menyusun elemen visual yang pada akhirnya mempengaruhi pemahaman terhadap informasi (Poulin, 2018).

2.1.4 Grid

Menurut Poulin, grid merupakan batasan desain yang vertical dan horizontal yang digunakan untuk menyusun dan menampilkan elemen visual yang digunakan kedalam layout. Setiap system grid dapat menciptakan banyak peluang yang dapat digunakan oleh desainer untuk menyesuaikan komposisi kebutuhan desain.



Gambar 2. 9 *Anatomy of Grid*
Sumber: Poulin (2018)

Berdasarkan Poulin, terdapat beberapa anatomi dari sebuah grid, yaitu:

2.1.4.1 Margin

Margin adalah batas yang terletak diantara tepi atau suatu komposisi tata letak suatu desain dan menentukan area hidup visual. Proporsi margin adalah pertimbangan yang penting karena margin membantu membangun keseimbangan secara keseluruhan tata letak komposisi halaman.

2.1.4.2 Kolom

Kolom adalah perataan berbentuk vertical yang membuat pembagian vertical antara area margin tata letak suatu komposisi desain, terkadang semuanya sama lebar dan yang berbeda hanya jenis konten atau informasi tertentu didalam kolom.

2.1.4.3 Modul

Modul adalah unit ruang individu yang didalam system grid yang dipisahkan dengan interval regular dan unit terkecil dari komposisi grid yang dapat diulang sehingga memenuhi halaman lalu membentuk baris dan kolom.

2.1.4.4 *Spatial Zones*

Kelompok didalam sebuah modul dalam grid system yang akan membentuk bidang berbeda, untuk menampilkan informasi yang serupa seperti gambar atau kolom teks.

2.1.4.5 *Flowlines*

Flowlines atau disebut hanglines adalah keselarasan dalam system grid yang berbentuk horizontal, yang digunakan untuk mengatur konten visual atau naratif menjadi jelas.

2.1.4.6 *Markers*

Indikator yang digunakan untuk penempatan didalam kotak system yang digunakan untuk mendukung informasi halaman, seperti header atau footer, folio, dan halaman angka. Menempati lokasi yang konsisten didalam halaman untuk tata letak.

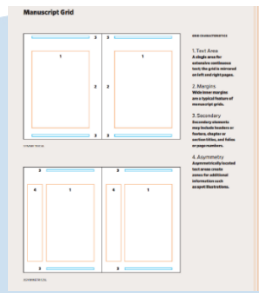
2.1.4.7 *Gutters & Alleys*

Gutters merupakan jarak pasif didalam grid yang memisahkan kolom, sementara *alleys* adalah margin yang berada ditengah didalam sebuah grid dan membuat kedua halaman tersebut berada ditengah.

2.1.5 Sistem Grid

Grid telah diandalkan sebagai pedoman dalam prinsip komposisi oleh seniman renaissans dalam pelaksanaan sketsa dan gambar sesuai proporsi mural. Tugas desainer adalah menyusun elemen visual secara estetik, rasional, hingga mencapai kesatuan komposisi (Poulin, 2018). Didalam buku Poulin (2018) menurut Brockmann, grid merupakan jaminan dalam mencapai komposisi desain agar berhasil. Grid juga dapat dikembangkan sesuai kebutuhan desainer agar hasilnya tetap personal namun tetap fleksibel. Bila grid disusun dengan baik maka akan menghasilkan peluang komposisi yang tidak terbatas. Menurut Poulin (2018), terdapat 6 sistem grid yaitu:

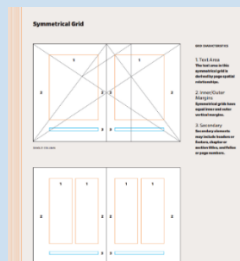
1) *Manuscript grid*



Gambar 2. 10 *Manuscript Grid*
Sumber: Poulin (2018)

Merupakan grid yang paling sederhana, yang merefleksikan teks blok kiri dan kanan dengan margin yang lebar yang membuat focus ditengah.

2) *Symmetrical grid*



Gambar 2. 11 *Symmetrical Grid*
Sumber: Poulin (2018)

Kedua halaman atau refleksi kedua halaman yang terlihat seimbang, biasa digunakan didalam majalah dan website.

3) *Modular grid*



Gambar 2. 12 *Modular Grid*
Sumber: Poulin (2018)

Terbentuk atas beberapa kolom horizontal dan vertical, yang akan membentuk spatial zones. System ini memiliki tingkat fleksibilitasnya tinggi.

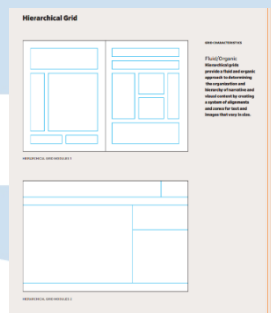
4) *Baseline grid*



Gambar 2. 13 *Baseline Grid*
Sumber: Poulin (2018)

Dibentuk berdasarkan ukuran type dan leading secara spesifik, sehingga sangat efektif bila digunakan pada halaman yang memiliki jumlah narasi yang banyak.

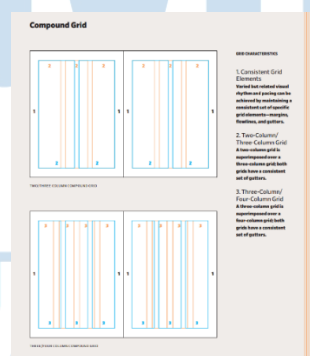
5) *Hierarchical grid*



Gambar 2. 14 *Hierarchical Grid*
Sumber: Poulin (2018)

Merupakan system yang bervariasi dari satu halaman kehalaman lainnya yang membuat kontennya dinamis, biasanya dipakai dalam *packaging, website, dan poster promosi.*

6) *Compound grid*



Gambar 2. 15 *Compound Grid*
Sumber: Poulin (2018)

Sistem grid yang dibuat atas interegasi dua grid menjadi satu struktur. Membuat komposisi layout bertambah karena memisahkan halaman kesalah satu halaman proporsi.

2.1.6 Tipografi

Menurut Cullen (2012, hlm.12), tipografi merupakan kerajinan halus yang membuat Bahasa dapat terlihat. Desainer membuat bahasa dengan berbagai tipe, dengan peran semantik dan estetika tipe yang mengekspresikan teks terbaik dengan menyajikan dua peran sekaligus. Sehingga tipografi merupakan proses penyusunan bahasa kedalam bentuk visual yang mencapai nilai estetika namun tetap efektif. Bila dilakukan dengan benar tipogarki dapat menyampaikan informasi bahkan emosi bagi pembaca.

2.1.7 Klasifikasi *Typeface*

Menurut Felici (2011), terdapat beberapa klasifikasi typeface yaitu:

- 1) *Serif dan sans serif*



Seriffed
Sans Serif

Gambar 2. 16 *Serif dan Sans Serif*
Sumber: Felici (2011)

Serif lebih sering digunakan karena secara umum lebih mudah dibaca, cenderung digunakan dalam judul dan typeface besar lainnya. Sementara sans serif lebih sering digunakan dalam teks bacaan yang desainnya tidak terinspirasi dari geometri.

- 2) *Typeface weight*



U N I V Futura T A S
M U L T Optima D I A
N U S A N T A R A

Gambar 2. 17 *Typeface Weight*
Sumber: Felici (2011)

merupakan ukuran ketebalan goresan utama dari suatu huruf yaitu stroke dan stroke pada typeface berbeda-beda, mulai dari yang light hingga ke bold.

3) *Roman & italics*



Novarese
Novarese
Garamond
Garamond

Gambar 2. 18 *Roman & Italic*
Sumber: Felici (2011)

Typeface roman merupakan typeface yang berbentuk tegak lurus. Sementara, italics merupakan typeface yang memiliki struktur huruf yang miring.

4) *Typeface families*

Keluarga jenis huruf merupakan huruf yang telah dirancang saling bekerja sama, contoh times new roman yang typefacenya saling melengkapi dengan regular, bold, italic, dan bold italic.

2.2 Kampanye

Kampanye adalah tindakan komunikasi yang telah direncanakan sehingga memiliki suatu tujuan, dan dilakukan dalam periode waktu tertentu agar mengubah pola pikir, membujuk, ataupun persuasif terhadap audiens. Kampanye dapat dilakukan secara berkelanjutan agar mencapai dampak yang ingin dituju (Venus, 2019).

2.2.1 Jenis Kampanye

Berdasarkan Venus (2019), kampanye memiliki berapa jenis yang dibagi berdasarkan latar belakang suatu kampanye, yang kemudian menjadi tujuan kampanye. Terdapat tiga jenis kampanye yaitu:

1) *Product-oriented Campaign*

Kampanye ini bertujuan untuk memasarkan suatu produk ataupun menjual produk. Kampanye ini biasanya digunakan untuk meningkatkan pemasaran kepada target pasar terhadap suatu perusahaan.

2) *Candidate-oriented Campaign*

Kampanye ini digunakan untuk menarik perhatian masyarakat untuk mendapatkan suara masyarakat mengenai calon kandidat tertentu, biasanya kampanye ini bersifat politik.

3) *Ideological or Cause-oriented Campaign*

Kampanye ini merupakan kampanye yang bersifat sosial yang memiliki tujuan untuk merubah suatu keadaan yang ada di masyarakat. Sehingga cakupan kampanye ini cukup luas.

2.2.2 Strategi Kampanye

Berdasarkan Sugiyama dan Andree (2011), seiring berjalannya waktu teknik komunikasi yang digunakan didalam kampanye untuk menarik perhatian audiense dikenal sebagai AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*) yang memiliki arti sebagai berikut:

1) *Attention*

Pada tahap ini digunakan untuk menarik perhatian audiense. Topik yang digunakan tidak hanya dilihat dan dibaca oleh target, namun dapat menimbulkan rasa ingin tahu dari audiense.

2) *Interest*

Setelah menarik perhatian audiense, tahap ini dilakukan untuk menarik minat audiense lebih lagi dengan membuat audience termotivasi untuk mengetahui lebih dalam mengenai topik yang disampaikan.

3) *Search*

Dalam tahapan search audience akan mencari lebih dalam lagi mengenai informasi topik kampanye yang disampaikan kepada audience.

4) *Action*

Pada tahap ini audience sudah mengerti akan informasi yang disajikan didalam kampanye dan audience terlibat dalam aksi kampanye yang bertujuan untuk merubah pola pikir atau perilaku.

5) *Share*

Pada tahap ini, audience akan menyebarkan informasi yang mereka dapatkan dari kampanye kepada orang lain.

2.2.3 Media Kampanye

Media kampanye memiliki empat jenis kategori yang didasari pada eksistensi interaksi bagi penyelenggara kampanye dengan audience (Venus, 2019), yaitu:

1) *Above the line*

Media yang digunakan untuk meningkatkan awarness kepada audience dengan menjangkau audience lebih banyak.

2) *Below the line*

Menggunakan media yang menarik minat audience terhadap kampanye yang digunakan untuk melengkapi media above the line untuk menguatkan kampanye. Contohnya brosur, banner, dan lainnya.

3) *Through the line*

Merupakan gabungan dari kedua media kampanye yang menyampaikan pesan lebih spesifik terhadap target, seperti menggunakan media sosial.

4) *Ambient*

Media ini merupakan media yang memanfaatkan keadaan sekitar untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat tanpa menyinggung perasaan masyarakat sehingga tidak merusak lingkungan.

2.2.4 Kampanye Pada Media Sosial

Media sosial merupakan media yang sering digunakan oleh masyarakat Indonesia yang dapat dijadikan sebagai saluran untuk melakukan kampanye sosial, karena media sosial cukup populer dijadikan sebagai kampanye online yang bersifat interaktif.

Menurut Venus (2019), media sosial memiliki hasil yang positif dalam melakukan kampanye karena menghasilkan komunikasi dua arah antara audience yang kampanye sehingga pesan yang ingin disampaikan kepada audience dapat dimengerti oleh audience. Media sosial juga membuat audience kampanye semakin ingin berpartisipasi dengan cara menggunakan hashtag kampanye, dan lainnya.

2.3 Copywriting

Copywriting adalah cara sebuah pesan dalam menyampaikan ide yang menarik dengan menggunakan kalimat yang digunakan dalam komunikasi pemasaran. Penggunaan copywriting sendiri sangat penting karena dapat menyampaikan suatu pesan dengan kompleks dan dengan abstrak yang lebih mudah. Dalam membuat copywriting yang efektif dibutuhkan kalimat yang ringkas, spesifik, menggunakan bahasa yang sopan (Moriarty, Mitchell, & Wells, 2012). Copywriting memiliki berbagai bagian yaitu:

1) *Headlines*

Kalimat pembuka dengan ukuran yang lebih besar agar lebih mencolok dibandingkan kalimat lainnya agar menarik perhatian target.

2) *Overlines dan Underlines*

Merupakan jembatan bagi headline dan bodycopy sehingga target lebih mudah menerima pesan.

3) *Bodycopy*

Kalimat penjelas dari headline yang memiliki tulisan lebih kecil, biasanya bodycopy memiliki kalimat yang panjang.

4) *Subheads*

Kalimat yang memudahkan target untuk mengerti pesan yang disampaikan walaupun hanya membaca sekilas.

5) *Call-Outs*

Kalimat yang menggunakan garis pada elemen visual untuk menjelaskan poin dari suatu visual.

6) *Captions*

Kalimat pendek yang akan menjelaskan seluruh gambar secara langsung.

7) *Taglines*

Kalimat singkat yang digunakan inti pesan yang ingin disampaikan.

8) *Slogan*

Kalimat yang dijadikan motto dalam kurun waktu yang cukup lama.

9) *Call to action*

Kalimat pada bagian terakhir yang bertujuan agar target merespon pesan yang telah disampaikan.

2.4 *Web Design*

Menurut Bank dan Cao (2014), mengatakan bahwa *web user experience* adalah suatu pengalaman seseorang dalam menggunakan *website*, sedangkan *user interface* adalah tampilan *website*, yang didalamnya meliputi desain, presentasi, dan elemen-elemen pada *website* yang digunakan sebagai tempat untuk user dalam berinteraksi dengan *website*.

2.4.1 **Prinsip Pada UI**

Menurut Shawn Borsky, UX tidak hanya hasil dari UI, namun ditambahkan dengan citra terhadap suatu merek, sehingga UI adalah dasar dalam perancangan suatu website yang akan mempengaruhi UX, berikut merupakan prinsip dalam merancang UI:

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

2.4.1.1 Konsistensi

Didalam setiap page dalam suatu website harus memiliki satu fungsi yang sama sehingga dapat memudahkan user dalam berinteraksi dengan website.

2.4.1.2 Sound Effect

Menambahkan efek suara dengan konsisten pada setiap action yang berbeda-beda dapat menambahkan suasana yang sesuai dengan konsep website, namun efek suara ini tidak boleh mengganggu user.

2.4.1.3 Skema Warna

Warna yang digunakan pada website seperti warna *background*, teks, dan elemen-elemen grafis yang digunakan dapat memberikan *mood* dalam pengalaman menggunakan website, penggunaan warna yang berbeda juga memberikan kesan dan makna yang berbeda.

2.4.1.4 Intruksi

Intruksi dibutuhkan agar *user* tidak kebingungan atau mengalami kesalahpahaman dalam menggunakan *website*, sehingga dibutuhkan penjelasan tentang cara penggunaannya.

2.4.1.5 Penyesuaian Pada Opsi

Memberikan kebebasan pada *user* dalam memilih pengaturan, tampilan, dan lain-lain sehingga user mendapat rasa sendiri dalam sentuhan personal dan juga rasa kepemilikan terhadap *website*.

2.4.2 Hierarki pada Website

Tampilan pada *website* sangat penting, karena tampilan merupakan tempat dimana informasi akan disampaikan kepada *user*, seperti konten yang

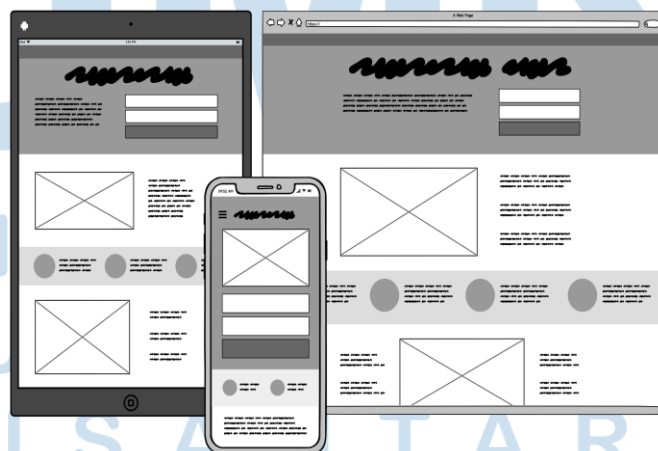
disediakan dapat menciptakan berbagai emosi yang dirasakan. Dalam perancangan tampilan *website* diperlukan hierarki visual yang meliputi, kontras, pola pembacaan, dan aset-aset visual (Bank & Cao, 2014). Pola pembacaan membuat mata para pembaca dapat bergerak secara otomatis pada *point of interest* yang ada dalam *website*. Perancangan halaman *website* dapat menggunakan pola pembacaan *F-pattern* atau *Z-pattern* yaitu pembacaan yang dimulai dari kiri hingga kekanan.

2.4.3 Perancangan Desain Website

Perancangan desain *website* dimulai dari sketsa, *wireframing*, kemudian desain dan prototyping (Bank & Cao, 2014), namun sering dijumpai desainer dapat melewati tahap *wireframing* dan langsung menuju pada tahap *prototyping*.

2.4.3.1 Wireframing

Wireframe adalah *basic outline* pada perancangan *website*, yang meliputi 3 lapisan informasi yaitu: konten, *layout*, dan juga *behaviour*. Sementara konten terdiri dari konten teks, elemen-elemen grafis, logo, form, judul halaman, dan lain-lain. Untuk *layout* meliputi *header*, *footer*, *branding*, konten area, dan juga hierarki visual. *Behaviour* juga meliputi tentang catatan fungsi yang tidak dapat digambarkan.

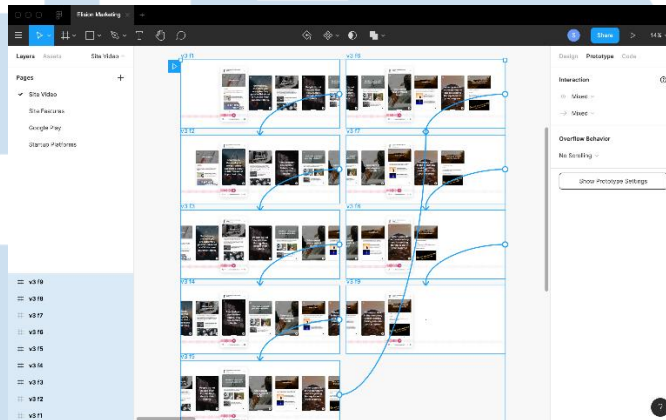


Gambar 2. 19 Wireframe pada Website

Sumber: <https://balsamiq.com/assets/learn/articles/mobile-web.png>

2.4.3.2 Prototyping

Setelah melakukan wireframe yang berfokus pada struktur didalam proses perancangan *website*, maka selanjutnya adalah *prototype* yang berfokus pada pengalaman.



Gambar 2. 20 *Prototype*

Sumber: https://miro.medium.com/max/3000/1*0d99XVsmGud0Xqtb-bGug.png

Tujuan *prototype* yaitu menstimulasikan interaksi *user* dengan *website*, fungsionalitas dari suatu *website* adalah hal utama pada proses ini.

2.5 Fotografi

Fotografi adalah usaha untuk merekam objek yang berbentuk fisik, kenangan, fenomena tertentu, atau pemandangan. Perekaman ini dibuat menggunakan kamera atau berbagai macam alat perangkat lainnya yang memiliki energi pancaran yang kemudian akan ditangkap melalui sensitivitas yang kemudian menghasilkan gambar dari proses tersebut (Ang, 2013).

2.5.1 Protrait Fotografi

Protait fotografi adalah jenis fotografi yang memiliki area kerja dengan batasan yang lebih jelas, dengan kamera yang memiliki kualitas profesional sehingga dapat dijangkau oleh khalayak umum.



Gambar 2. 21 Potrait Fotografi

Sumber: https://unsplash.com/photos/vh_pAs2FH_8

Fotografi jenis potrait ini menjadi lebih populer dan tidak hanya untuk para profesional saja namun non-profesionalpun dapat melakukannya. Potrait fotografi sendiri memiliki beberapa niche seperti hewan, anak-anak, selebriti, dan lain-lain.

2.5.2 Digital Imaging

Digital imaging merupakan proses untuk meningkatkan dalam manipulasi kualitas atau kesesuaian pada suatu foto sehingga, dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan. Proses digital imaging biasanya dikerjakan melalui komputer menggunakan software khusus (Davies dan Fennessy, 2001). Pada proses digital imaging suatu foto dapat mengubah aspek-aspek pada foto seperti: meningkatkan kecerahan, kontras foto, warna, menambahkan tone warna, membuat gambar lebih jernih, memperkecil noise, dan menghapus bagian gambar yang tidak terpakai.

2.6 Fear Appeal

Fear appeal adalah teori yang menggunakan daya tarik rasa takut pada ancaman yang membuat individu menjadi termotivasi dalam meningkatkan kontrol dalam suatu situasi atau mencegah suatu hasil yang tidak diinginkan (Williams, 2012). Teori *fear appeal* ini merupakan jenis iklan psikoaktif yang dapat menimbulkan rasa takut akan suatu efek dalam gaya hidup yang salah pada

individu. *Fear appeal* sendiri memiliki tiga konsep utama yaitu ketakutan, ancaman, dan kemanjuran yang dirasakan karena ketakutan merupakan emosi yang bervalensi negatif yang dapat disertai dengan peningkatan gairah fisiologis, sementara ancaman dapat menciptakan persepsi masyarakat yang menerima pesan bahwa mereka rentan terhadap suatu situasi. Kemanjuran yang dirasakan membuat seseorang yakin terhadap suatu pesan yang efektif dalam mengurangi ancaman yang digambarkan didalam pesan tersebut. *Fear appeal* dalam suatu perancangan dapat membuat masyarakat lebih termotivasi melakukan perubahan, mendistribusikan iklan ketarget audiense lebih tepat, dan menggunakan upaya komunikasi yang menciptakan perubahan didalam masyarakat.

2.7 Sindrom Sjogren

Menurut Wallace (2006) sindrom Sjogren adalah sekelompok tanda dan gejala yang membuat perubahan anatomi yang konsisten. Sehingga sindrom Sjogren merupakan penyakit autoimun, menurut Hendrik Sjogren didalam buku Wallace gejala yang sering dialami oleh penderita adalah mata kering dan mulut kering karena kurangnya produksi air mata dan air liur. Gejala kekurangan air liur dapat membuat kesulitan mengunyah, menelan ludah, dan berbicara serta dapat membuat karies gigi yang parah. Sehingga sindrom Sjogren merupakan peradangan kronis.

2.7.1 Faktor Penyebab Sindrom Sjogren

Kondisi ini disebabkan oleh kelainan genetik yang terjadi karena adanya infeksi baik infeksi karena bakteri maupun virus. Didalam buku Wallace (2006, hlm. 22) faktor genetik karena lingkungan seperti virus maupun bakteri adalah penyebab sindrom Sjogren, tapi faktor latar belakang genetic seseorang yang mempunyai sindrom Sjogren juga membuat orang tersebut lebih rentan terhadap penyakit auto imun. Sindrom Sjogren menjadi penyakit yang rumit karena banyaknya gen kerentanan dan faktor lingkungan yang berbeda yang sebagian besar belum diketahui. Menurut Wallace (2006) faktor genetik pertama kali ditemukan dalam sebuah keluarga yang menderita sindrom Sjogren yang melibatkan 3 generasi sekaligus pada tahun 1937.

2.7.1.1 Gejala Sindrom Sjogren

Gelaja yang sering dialami pasien yang terdiagnosa sindrom Sjogren adalah kekeringan. Sindrom Sjogren sendiri menyerang kelenjar yang memproduksi cairan sehingga pasien yang mengalami sindrom sjogren merasakan mata kering seperti terkena pasir, serak dibagian tenggorokan, kulit menjadi kering, bibir dan mulut kering, dan juga merasa haus. Bagi pasien wanita juga akan merasakan vagina kering. Menurut Yennel sebagai pasien yang terdiagnosis sindrom Sjogren, ia dapat menghabiskan 2-3 botol air minum di dalam perjalanan dari rumah Yennel yang berada di Bekasi sampai ke kantor di Kebayoran (Liputan6, 2020).

2.7.1.2 Sindrom Sjogren yang Sulit Terdiagnosa

Banyak pasien yang tidak mengetahui bahwa ia mengalami sindrom Sjogren karena sindrom Sjogren mirip dengan gejala penyakit lainnya salah satunya batuk kering dan juga masih banyak yang tidak mengetahui sindrom Sjogren itu sendiri. Banyak pasien yang terdiagnosa sindrom Sjogren setelah lima tahun kemudian, setelah merasakan gejala yang semakin lama semakin parah banyak pasien yang baru mulai curiga dan berkonsultasi dengan dokter namun tidak semua dokter dapat mendiagnosis sindrom Sjogren. Pasien akan semakin parah bila tidak ditangani dengan dokter yang sesuai. Gejala yang akan dialami bila sudah semakin berat adalah sulit menggerakkan anggota tubuh karena rematik autoimun. Menurut Yennel, sebagai pasien sindrom Sjogren, ia tidak menyadari bahwa ia terdiagnosis sindrom Sjogren dan tidak pernah diskusi dengan dokter hanya kadang merasa nyeri, lemas, jadi Yennel seringkali berkonsultasi dengan dokter syaraf. Yennel pun terdiagnosa saat tiba-tiba pingsan dan dibawa ke rumah sakit dan baru terdiagnosa sindrom sjogren. Gejala dimulai pada tahun 2012 namun baru terdiagnosa pada tahun 2014 (Liputan6, 2020).

2.7.1.3 Jenis Sindrom Sjogren

Sindrom Sjogren memiliki 3 tingkatan yaitu ringan, sedang, dan parah. Ringan merupakan gejala awal yang sering dialami oleh pasien seperti mata kering, bibir kering, kulit kering dan tenggorokan kering.

Tingkat sedang merupakan gejala yang sudah mulai mengganggu para pasien yang terdiagnosa sindrom Sjogren seperti nyeri dibagian tulang karena sindrom Sjogren merupakan penyakit seperti rematik autoimun.

Tingkat terakhir adalah sakit yang dialami sudah semakin mengganggu pasien yang sudah menjadi komplikasi penyakit dan menyerang organ tubuh pasien yang terdiagnosa sindrom Sjogren seperti terkena ginjal, jantung, hati, dan juga sistem syaraf yang membuat fungsi organ semakin menurun.

2.7.1.4 Sindrom Sjogren Bersifat Kronik

Sindrom Sjogren merupakan penyakit autoimun yang bersifat kronik sehingga pasien yang sudah terdiagnosa sindrom Sjogren akan menjalani pengobatan selama seumur hidup. Pasien harus rutin minum obat yang diberikan oleh dokter dan melakukan pemeriksaan darah satu bulan, tiga bulan, atau 6 bulan sekali tergantung keadaan pasien.

2.7.2 Fenomena Mengenai Sindrom Sjogren di Indonesia

Menurut dr. Alvina Widhani di dalam artikel FKUI, di Indonesia sindrom Sjogren seringkali tidak terdiagnosis karena gejalanya yang mirip dengan penyakit lainnya. Banyak pasien yang awalnya hanya mengeluh mata kering dan hanya menggunakan tetes mata, dan ada juga pasien yang datang dengan keluhan mulut kering. Sindrom Sjogren sendiri seperti lupus, yang kebanyakan dialami oleh perempuan, 9 dari 10 perempuan berusia 40 tahun keatas (FKUI, 2020).