



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

Desain grafis adalah cara untuk menyampaikan pesan dan informasi dengan bentuk komunikasi visual. Pemilihan ide dengan mengandalkan penciptaan, elemen visual serta pemilihan menjadi representasi dari Desain Grafis. Desain Grafis dapat menjadi solusi untuk memberikan Informasi, mengidentifikasi, memberikan motivasi dan menyampaikan berbagai makna (Landa,2014, h.1).

2.1.1 Elemen Desain

Di dalam Desain Grafis terdapat elemen, prinsip dan alat untuk membangun sebuah desain. Elemen-elemen ini berfungsi untuk dimanfaatkan sebagai bentuk untuk mengekspresikan sebuah komunikasi (Landa,2014, h19).

2.1.1.1. Garis

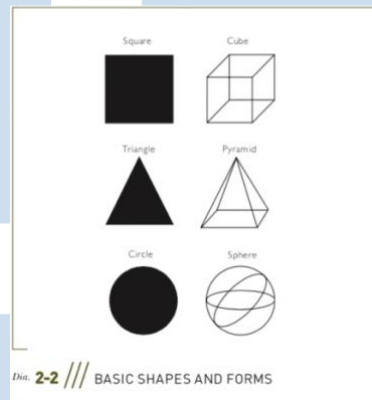
Perpanjangan titik disebut dengan garis. Garis dibuat dengan menggunakan alat yang dibuat secara memanjang. Peran dari elemen ini terdiri dari pembentukan pola, bentuk, huruf dan membuat suatu komposisi. Garis mempunyai kualitas yang terdiri dari garis tipis, tebal, halus dan pecah (Landa,2014, h19).



Gambar 2.1 Garis yang dibuat dari berbagai alat (Landa,2014)

2.1.1.2. Bentuk

Bentuk adalah area yang digambarkan sebagai dua dimensi dan dibuat dari berbagai garis. Pada dasarnya, terdapat tiga dasar jenis bentuk yaitu Lingkaran, Persegi dan segitiga. Ketiga dasar bentuk ini dapat menjadi bangun ruang berupa bola, kubus dan piramida (Landa,2014 h 20-21).



Gambar 2.1 Bentuk dasar

(Landa,2014)

Bentuk-bentuk terdiri dari :

1. Bentuk Lengkung

Bentuk yang dibuat dari berbagai garis lengkung serta dibuat secara lepas sehingga terlihat menjadi natural.

2. Bentuk Geometris

Bentuk Geometris dibentuk dari sudut terukur, tepi garis lurus serta garis yang kaku.

3. Bentuk Bujur Sangkar

Bentuk ini dibuat dari sudut yang terukur dan garis lurus.

4. Bentuk yang Dibuat Secara tidak Sengaja

Bentuk yang terjadi akibat dari hal yang tidak disengaja. Contohnya, tumpahan cat serta adanya gesekan.

5. Bentuk yang tidak teratur

Bentuk ini dibuat dengan gabungan antara garis lurus dan lengkung.

6. Bentuk Non-Objektif

Bentuk yang tidak ada makna apapun didalamnya seperti alam, manusia ataupun barang.

7. Bentuk Abstrak

Bentuk ini dibuat dari manipulasi bentuk dengan tujuan menyampaikan pesan.

8. Bentuk Representasional

Bentuk yang dapat dikenali karena menampilkan bentuk sebenarnya sehingga orang mengingat bentuk tersebut.

2.1.1.3 Figure/ ground

Bentuk yang terbentuk dari ruang positif dan negatif. Bentuk ini terbentuk dari hubungan latar belakang dengan elemen dua dimensi. Bentuk pasti disebut dengan sisi positif. Sementara itu, Sisi negatif terbentuk dari latar belakang. (Landa, 2014, h 21).



Gambar 2.3 *Figure/ ground*
(Landa, 2014)

2.1.1.4 Typographic Shapes

Di dunia Desain Grafis, Angka, Huruf dan tanda baca masuk ke dalam bentuk. Bentuk Tipografi sama jenisnya seperti bujur sangkar, Geometris dan non-geometris. (Landa, 2014, h 23).

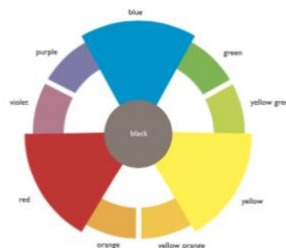


Gambar 2.4 Typographic Shapes
(Landa, 2014)

2.1.1.5. Warna

Cahaya yang dipantulkan oleh permukaan benda disebut dengan warna. Jika pantulan cahaya mengenai tomat, maka warna merah merupakan warna yang dipantulkan. Sisanya, warna tersebut diserap oleh tomat. Tiga elemen warna terdiri dari *Hue*, *Value* serta *Saturation*. *Hue* merupakan nama dari sebuah warna. Tingkatan Terang dan Gelap warna disebut dengan *Value* dan tingkatan dari kecerahan suatu objek disebut dengan *Saturation*.

Hangat dinginnya warna dapat ditentukan dari *Hue*. Warna Merah, Oranye dan Kuning merupakan warna hangat. Sementara itu, warna Hijau, Biru serta Ungu disebut dengan warna dingin.



Gambar 2.5 Warna Substratif
(Landa, 2014)

2.1.1.6. Tekstur

Tekstur adalah kualitas dari sentuhan permukaan atau representasi dari kualitas permukaan itu. Terdapat dua jenis Tekstur yaitu taktil dan visual. Tekstur yang dirasakan oleh fisik serta dibuat dengan metode cetak khusus disebut dengan tekstur Taktil. Tekstur Taktil bisa disebut dengan tekstur asli.

Sementara itu, Tektstur yang memanfaatkan ilusi visual serta dibuat dari Gambar, Fotografi atau dipindai disebut dengan Tekstur Visual. (Landa, 2014 h 28).



Gambar 2.6 Tekstur Taktil dan Visual
(Landa,2014)

2.1.2 Prinsip Desain

Dalam mendesain, diperlukan kemampuan untuk menggunakan prinsip desain dasar. Prinsip-prinsip ini dapat berupa penempatan Tipografi,

2.1.2.1. Format

Batas yang ditentukan untuk membuat suatu desain. Batasan ini digunakan sesuai dengan aturan untuk keperluan merancang nanti. Format juga dapat digunakan untuk deskripsi desain seperti Poster, Sampul CD, Layar ponsel serta Billboard.



Gambar 2.7 Format
(Landa, 2014)

2.1.2.1. Balance

Keseimbangan yang diciptakan dari penyebaran elemen-elemen visual untuk membuat komposisi disebut dengan *Balance*. Ketika sebuah desain mencapai keseimbangan maka desain tersebut telah mencapai harmoni. Komposisi desain yang seimbang dapat mempengaruhi penyampaian komunikasi dalam sebuah desain. Ukuran, bentuk, warna, tekstur serta nilai, menjadi tanda untuk berkontribusi pada elemen visual (Landa, 2014 h 31). Berikut merupakan macam-macam dari Keseimbangan :

1. Simetri

Simetri adalah bobot visual yang mencerminkan elemen yang sama. Bobot visual ini tersebar secara merata.

2. Asimetri

Asimetri merupakan bobot visual yang disebarakan tanpa mencerminkan elemen yang sama. Untuk mencapai keseimbangan, diperlukan pertimbangan dalam meletakkan Ukuran, bentuk, warna, nilai dan tekstur dalam penyebaran elemen visual.

3. Keseimbangan radial

Keseimbangan radial adalah gabungan dari elemen yang diletakkan dari Vertikal dan Horizontal. Sehingga, keseimbangan ini tercapai dari elemen yang tersebar dari titik tengah.



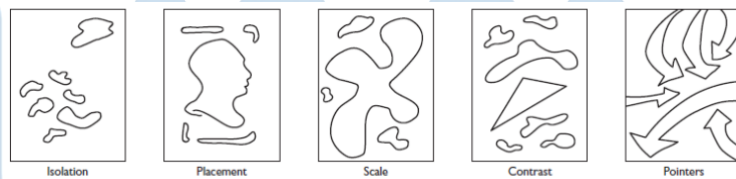
/// SYMMETRICAL ARRANGEMENT (TOP)
ASYMMETRICAL ARRANGEMENT (MIDDLE)
RADIAL ARRANGEMENT (BOTTOM)

Gambar 2.8 Balance

(Landa, 2014)

2.1.2.2. Hierarchy Visual

Hierarchy Visual adalah aturan yang digunakan dalam memberikan informasi. Aturan ini digunakan untuk menyampaikan urutan informasi yang akan disampaikan kepada pembaca, serta memandu Desainer Grafis dalam mengatur peletakan elemen grafis. Dalam mengatur peletakan elemen-elemen grafis dapat diatur melalui *Emphasis*. *Emphasis* adalah penataan elemen visual yang menekankan elemen berdasarkan kepentingannya. Sehingga, satu elemen yang ditekankan tersebut lebih mendominasi dibandingkan elemen lainnya.



Gambar 2.9 Hierarchy Visual

(Landa, 2014)

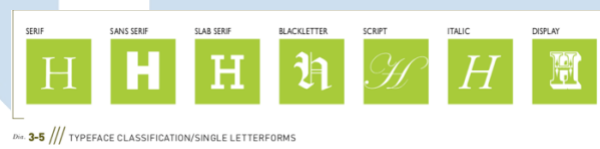
2.1.2.3 Unity

Unity adalah kesatuan dalam desain. Pada Desain yang sudah memiliki satu kesatuan akan membuat desain tersebut menjadi lebih menarik. Cara mencapai Unity dapat menggunakan *Gestalt*. *Gestalt* adalah cara mengelompokkan lokasi, warna dan bentuk untuk menyamakan persepsi (Landa, 2014, h 36).

2.2. Tipografi

Tipografi merupakan komponen-komponen yang terdiri dari angka, huruf serta angka. Huruf ini ditempatkan berdasarkan keseimbangan dan proporsi bentuk. Jenis-jenis Tipografi terdiri dari *Transitional, modern, old style or humanist, Sans Serif, Slab Serif, Blackletter, display* dan *script*. Untuk pemilihannya, dilakukan pertimbangan yang disesuaikan dengan informasi yang ingin disampaikan. Agar pembaca merasakan kenyamanan saat membaca suatu konten dibutuhkan *Readability*. Agar orang dapat mengenali keterbacaan tersebut dapat menggunakan *Legibility* (Landa 2014, h 44-49).

2.2.1 Jenis-Jenis Huruf



Gambar 2.10 Jenis Huruf
(Landa,2014)

Terdapat beberapa klarifikasi pada huruf berdasarkan dari sejarah dan gaya pada huruf. Dan masuk ke berbagai kategori :

1. Transitional

Merupakan jenis *Typeface* serif dari abad 18 yang mewakili transisi gaya lama kearah gaya modern. Hal ini ditunjukkan dari karakteristik desain hurufnya. Contoh-contoh dari huruf ini adalah : *ITC Zaph International, Century* dan *Baskerville*.

2. Modern

Jenis *Typeface* Serif yang berkembang di abad 18 dan 19. Dalam konstruksinya, *Typeface* ini lebih geometris ketimbang tipe *Oldstyle or*

Humanist atau tipe lama. Tipe ini memiliki ciri khas pada goresan tebal tipis yang kontras serta tekanan vertical. Dari semua tipe *Typeface*, tipe modern merupakan tipe tipografi yang tersimetris. Contohnya terdiri dari : *Bodoni, Didot* dan *Walbaun*.

3. Old Style or Humanist

Merupakan *Typeface* yang diperkenalkan pada abad ke 15 dan merupakan tipe romawi dan termasuk ke dalam serif. *Typeface* ini dibuat melalui mata pena yang lebar. Ciri khas hurufnya adalah, dengan adanya sudut pada hurufnya serta adanya tegangan dalam huruf. *Typeface* yang termasuk serif ialah, *Times New Roman, Caslon, Garamond* serta *Hoefler Text*.

4. Sans Serif

Typeface yang diperkenalkan pada abad ke 19 dan mempunyai ciri khas yang tidak mempunyai serif. *Typeface* yang termasuk sans serif adalah *Futura, Univers* dan *Helvetica*. Bentuk Sans Serif juga ada yang memiliki goresan yang tebal dan tipis seperti *Franklin Gothic, Grotesque, Futura* dan *Frutiger*. Terdapat pula subkategori sans serif seperti *Humanist, Geometric* dan *Grotesque*.

5. Slab Serif

Merupakan jenis serif yang memiliki karakteristik huruf yang berat dan berbentuk seperti lempengan. *Slab Serif* diperkenalkan pada abad ke 19. Slab serif terdiri dari *American Typewriter, ITC Lubalin Graph, Clarendon*, serta *Bookman*. Subkategorinya adalah *Egyptian* dan *Clarendon*.

6. Blackletter

Merupakan bentuk huruf yang dibuat pada abad ke 13 sampai ke abad 15 yang didasarkan pada manuskrip di era gotik. Huruf ini memiliki karakteristik di garis yang berat serta garis tebal dengan beberapa kurva. *Guttenbergs Bibble* merupakan contoh alkitab yang dituliskan dengan *Typeface Blackletter*. *Rotunda*, *Schwabacher* dan *Fraktur* merupakan salah satu jenis dari *Blackletter*.

7. Display

Typefaces yang didesain untuk keperluan *Headline* karena memiliki desain huruf yang ukurannya lebih besar. *Typeface* ini akan sulit untuk dibaca ketika menjadi huruf text. Hal ini dikarenakan, terkadang mereka dibuat dengan bentuk dekoratif, lebih rumit desainnya serta dibuat secara *Handmade*.

8. Script

Merupaka jenis *Typefaces* yang paling menyerupai Tangan. Jenis ini memiliki bentuk yang miring serta meniru bentuk yang dibuat dari pena bermata pahat, Pena Fleksible, Pena runcing, Pensil maupun kuas. *Brush Script*, *Shelley Allegro Script* serta *Roundhand Script*.

2.2.2 Type Family

Merupakan variasi jenis huruf yang disebut juga dengan *Typestyle* dan menawarkan berbagai jenis huruf namun tetap mempertahankan karakternya. Terdiri dari variasi berdasarkan berat (*Light*, *medium*, *Bold*), Lebar (*Condensed*, *regular*, *extended*), sudut (*Roman* dan *italic*) dan elaborasi pada bentuk dasar (*Outline*, *Shaded* dan *Decorated*).



ITC Stone Informal Medium
ITC Stone Informal Medium Italic
ITC Stone Informal Semibold
ITC Stone Informal Semibold Italic
ITC Stone Informal Bold
ITC Stone Informal Bold Italic
ITC Stone Sans Medium
ITC Stone Sans Medium Italic
ITC Stone Sans Semibold
ITC Stone Sans Semibold Italic
ITC Stone Sans Bold
ITC Stone Sans Bold Italic
ITC Stone Serif Medium
ITC Stone Serif Medium Italic
ITC Stone Serif Semibold
ITC Stone Serif Semibold Italic
ITC Stone Serif Bold
ITC Stone Serif Bold Italic

Gambar 2.11 contoh *Typefamily*

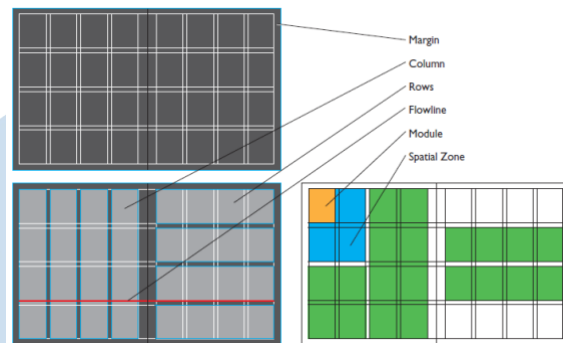
(Landa, 2014)

2.3. Grid

Grid adalah panduan untuk mengatur tata letak visual (Ilustrasi atau fotografi) serta teks yang digabung menggunakan gabungan garis Horizontal dan vertical. Di dalam grid terdapat *Flowlines*, *Grid Modules* dan *Spatial Zones*. *Flowlines* digunakan dalam keselarasan horizontal di dalam kotak serta membantu aliran visual. *Grid Modules* adalah unit yang dibuat melalui perpotongan kolom garis horizontal dan vertical. Ketika memakai *Grid Modules* dapat memakai teks atau gambar yang diposisikan di dalam modul. *Spatial Zone* adalah modul grid yang dikelompokkan untuk membentuk berbagai bidang.

Hal ini diperuntukan agar mengatur penempatan elemen grafis. *Spatial Zone* digunakan untuk teks atau gambar bahkan keduanya. Grid memiliki banyak jenis yaitu Single Column Grid, Modular grid dan Multicolumn Grid. Komposisi implementasi desain seperti *Website*, majalah, Infografis dan buku menggunakan grid (Landa 2014, h 174-181).

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



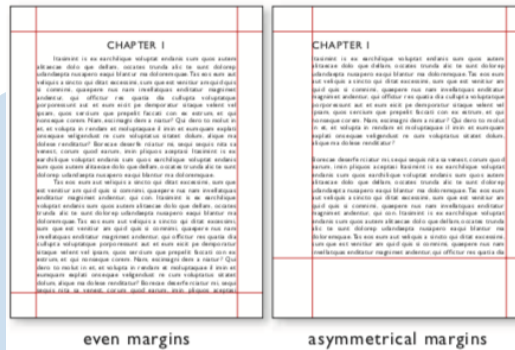
Gambar 2.12 Grid
(Landa,2014)

Menurut Landa (2014), terdapat beberapa jenis Grid yaitu :

2.3.1 Single Column Grid

Merupakan Jenis Grid yang strukturnya ditentukan oleh satu kolom dan dikelilingi oleh margin. Margin ini berada pada tepi kiri, kanan, atas dan bawah. Fungsi dari margin adalah untuk struktur bingkai agar proposional disekitar konten baik visual maupun tipografi. Dalam media Cetak ataupun media digital seperti *Handphone*. Margin ini berfungsi untuk mengetahui seberapa dekat gambar atau teks mendekati tepi format. Hal ini juga untuk mencegah agar konten tidak terlalu berhimpitan dengan tepi format. Baik media *Digital* atau cetak.

Dalam *Single Column Grid* terdapat jenis *Symmetrical Margin* dan *Asymmetrical Margin*. Dalam *Symmetrical Margin*, margin memiliki ukuran yang sama. Sementara, *Asymmetrical margin* memiliki ukuran yang berbeda. Tujuan kedua jeni *Single Column Grid* ini ditentukan melalui tujuan desain ini dibuat. Seperti, letak ibu jari pembaca saat memegang halaman ataupun *Ponsel*. Atau, bagaimana jika media tersebut dicetak (Landa, 2014 h 175).



Gambar 2.13 *Single Column Grid*

(Landa, 2014)

2.3.2 Multi Column Grid

Grid yang memiliki beberapa Kolom. Kolom Merupakan Perataan atau pengaturan secara Vertikal untuk meletakkan gambar serta teks. Di dalam Grid, jumlah kolom ditentukan melalui kebutuhan desain. Pada *Multicolumn Grid*, satu atau lebih kolom dapat didedikasikan untuk gambar atau teks saja. Setiap kolom dapat bergantung pada ukuran dan format yang dibutuhkan. Misalnya, diakomodasikan untuk setiap teks yang lebih besar/Ataupun, diperlukan untuk visual yang lebih besar (Landa,2014 h 177-179)

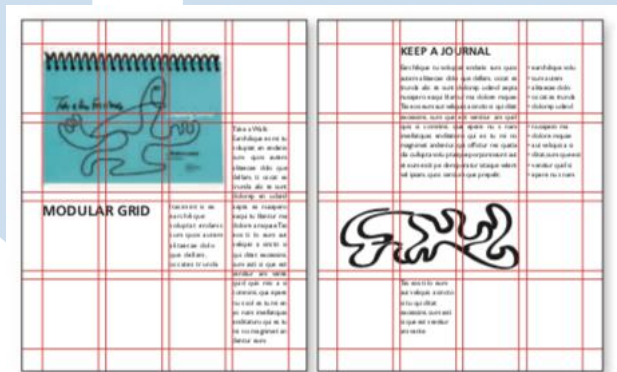


Gambar 2.14 *Multi Column Grid*

(Landa, 2014)

2.3.3 Modular Grid

Modular grid merupakan grid yang dibuat di persimpangan kolom dan *Flowlines*. Gambar dan teks dapat menempati satu modul. *Modular Grid* dapat berfungsi menjadi pemotong informasi menjadi modul atau individu yang dikelompokkan menjadi zona. Zona tersebut harus dirancang pada *Hierarchy Visual* yang jelas. Pada saat merancang konten, *Modular Grid* memiliki fleksibilitas yang tinggi. Dalam pendesainan konten, *Modular grid* dapat menampung suatu teks yang sedang berjalan sehingga dapat berkelanjutan (Landa, 2014 h 181)



Gambar 2.15 *Modular Grid*

(Landa, 2014)



2.4 Ilustrasi

Ilustrasi merupakan bentuk komunikasi secara visual yang disampaikan dengan tujuan penyampaian pesan pada pembaca. Perbedaan dari lukisan dan kartun adalah, Ilustrasi mempunyai pesan didalamnya yang ingin disampaikan kepada pembaca (Male, 2017 h 8).

2.4.1 Jenis Ilustrasi

Jenis Ilustrasi terbagi menjadi dua yaitu Ilustrasi Literal dan Ilustrasi Konseptual. Dalam menggambarkan Ilustrasi Literal, Ilustrasi Literal haruslah memakai gambaran dengan keadaan yang sesuai realita serta kredibel. Pada Ilustrasi Konseptual, Ilustrasi haruslah memakai metaphor untuk menyampaikan ide atau pesannya. Ilustrasi literal terdiri dari *Hyperrealism*, *Pictorial Truths*, *Sequential Imagery*, *Chocolate Box* serta *Stylize Realism*. Sementara, pada Konseptual terdiri dari *Abstraction*, *Diagram* dan *Suarealism*.

2.4.1.1 Ilustrasi Literal

1. *Hyperrealism*

Merupakan Ilustrasi yang memiliki warna, tekstur dan komposisi yang beragam. Sehingga, mempunyai fungsi untuk menghasilkan gambar yang tidak bisa diproduksi oleh Fotografi.

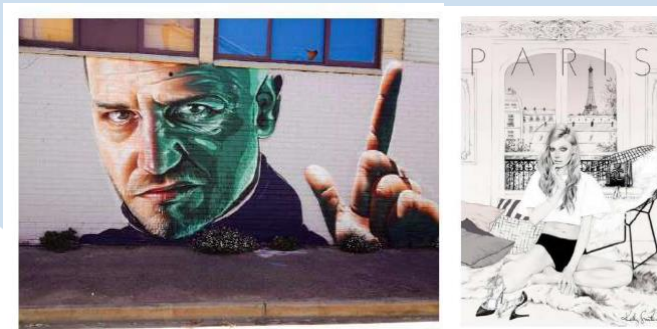


Gambar 2.16 *Hyperrealism*

(Male, 2017)

2. *Pictorial Truths*

Ilustrasi yang menggambarkan objeknya sesuai kebenaran, tidak ditambahkan elemen. Sehingga sangat literal untuk menggambarkan objek sebenarnya. Teknik ini terbagi menjadi dua yaitu Teknik Tonal dan Linear. Teknik Tonal adalah Teknik yang digunakan dengan memakai tone warna dalam menggambarkan suatu situasi. Sedangkan, Teknik Linear adalah teknik dengan menggunakan garis dalam menggambarkan sebuah situasi dan tidak mengandalkan warna.

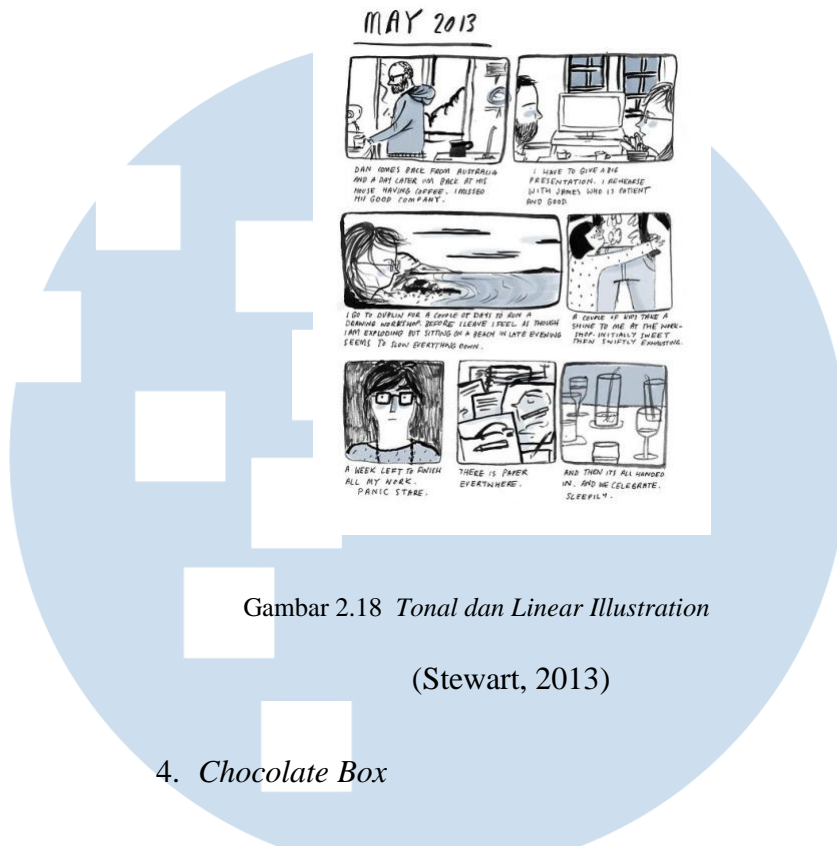


Gambar 2.17 *Tonal dan Linear Illustration*

(Male, 2017)

3. *Sequential Imagery*

Merupakan Jenis Ilustrasi yang berasal dari penggabungan serangkaian ilustrasi. Penggabungan ini ditujukan untuk menyampaikan sebuah informasi. Penggambarannya berupa karikatur yang masih menggambarkan realita.



Gambar 2.18 Tonal dan Linear Illustration

(Stewart, 2013)

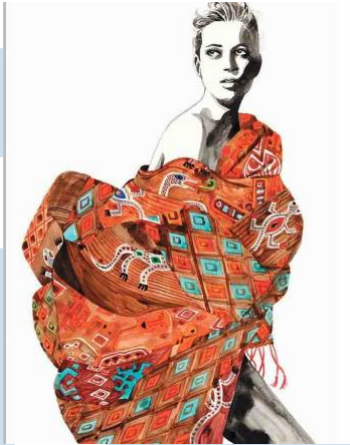
4. *Chocolate Box*

Chocolate Box adalah ilustrasi yang memakai benda objek yang digambarkan secara cantik untuk menarik perhatian. Ilustrasi ini biasa digunakan dalam iklan.

5. *Stylize Realism*

Merupakan jenis ilustrasi yang digambarkan sesuai dengan realita kemudian ditambahkan berbagai elemen untuk menyampaikan ekspresi. Ilustrasi ini memiliki bentuk yang tidak terdistorsi.

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



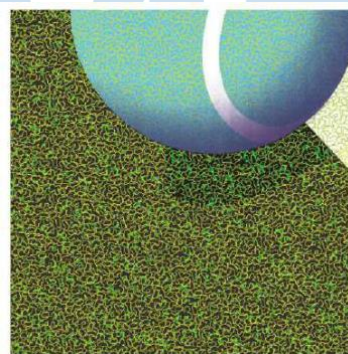
Gambar 2.19 *Stylize Realism*

(Noor, 2020)

2.4.1.2 Ilustrasi Konseptual

1. *Abstraction*

Merupakan Ilustrasi yang digambarkan sangat berbeda dengan realitanya. Ilustrasi ini dapat menggunakan kolase atau digambarkan dengan menggunakan permainan bentuk serta warna oleh pembuatnya.



Gambar 2.20 *Abstraction*

(Male, 2017)

2. *Diagram*

Diagram adalah ilustrasi yang digunakan untuk menyampaikan tahapan atau proses informasi menggunakan simbolik. Ilustrasi ini dapat menyampaikan suatu informasi menjadi menarik. Hal inilah yang membuat ilustrasi ini digunakan untuk keperluan edukasi.



Gambar 2.21 *Diagram*

(Male, 2017)

3. *Surrealism*

Salah satu jenis ilustrasi yang tidak menggambarkan situasi sebenarnya serta memakai penggambaran dari interpretasi untuk orang yang melihatnya. Ilustrasi ini dapat diartikan menjadi berbagai interpretasi bagi orang-orang yang melihatnya, sesuai dengan keadaan orang tersebut.

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 2.22 *Surrealism*

(Kuroski, 2020)

2.4.2 Peran Ilustrasi

Menurut Male (2017), Terdapat beberapa Peran ilustrasi berdasarkan pesan yang disampaikan :

1. Ilustrasi Editorial

Merupakan Ilustrasi yang memiliki fungsi untuk menjelaskan suatu materi di bidang editorial. Contohnya adalah, Majalah dan koran. Ilustrasi ini memiliki bentuk karikatur serta humor sebagai kebutuhan untuk memberikan humor kepada pembaca majalah atau koran. Ilustrasi harus mudah dimengerti serta memiliki penjelasan materi yang baik.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

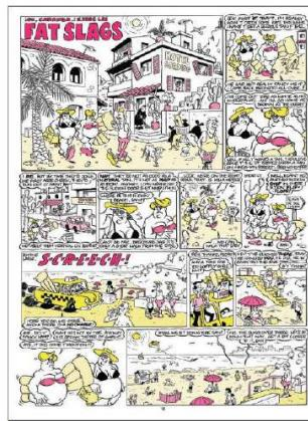


Gambar 2.23 Ilustrasi Editorial

(Noor, 2020)

2. Ilustrasi Narasi Fiksi

Ilustrasi Narasi Fiksi adalah Ilustrasi yang memiliki fungsi untuk menggambarkan cerita fiksi. Biasanya digunakan dalam buku Anak, Komik, Novel serta narasi yang mengandung fantasi. Ilustrasi ini harus mempunyai sifat imajinatif karena menjelaskan cerita fiksi serta membuat pembaca dapat menjadi tertarik dengan narasi yang disampaikan.

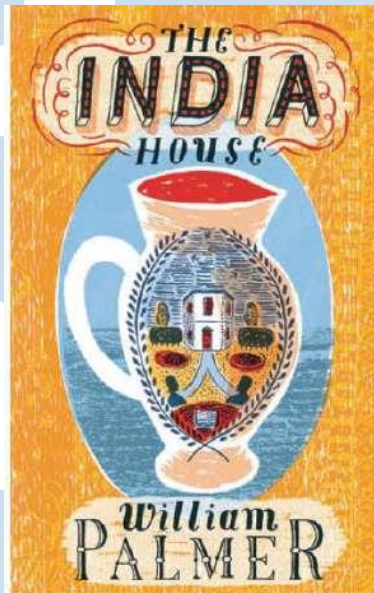


Gambar 2.24 Ilustrasi Narasi Fiksi

(Male, 2017)

3. Ilustrasi Identitas

Ilustrasi ini digunakan untuk keperluan *Brand*, contohnya dalam penggunaan *Packaging* atau *Corporate Identity*. Dalam penggunaannya, ilustrasi ini juga dapat berguna sebagai Desain produk, album musik ataupun Cover Buku.



Gambar 2.25 Ilustrasi Identitas

(Male, 2017)

4. Ilustrasi Persuasi

Ilustrasi yang digunakan untuk mengajak seseorang untuk melihat produk dan pesan. Merupakan salah satu jenis ilustrasi yang digunakan dalam kampanye maupun iklan. Dalam Ilustrasi ini, penyampaian pesan yang harus disampaikan harus sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan oleh

pembuat. Biasanya, Ilustrasi ini ditampilkan di dalam Televisi, Bioskop, Majalah, Koran serta *Billboard*.

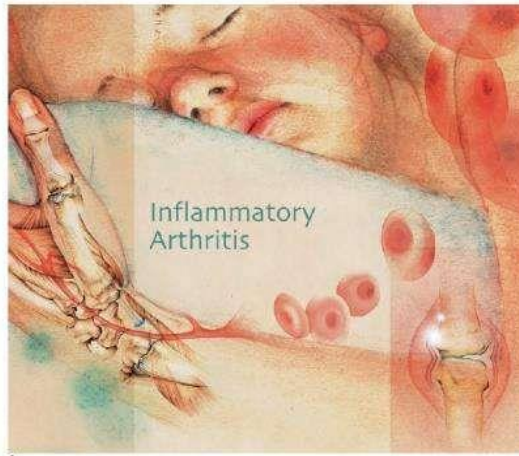


Gambar 2.26 Ilustrasi Persuasi
(Male, 2017)

5. Ilustrasi Dokumentasi, Intruksi dan Referensi

Salah satu Ilustrasi yang diperuntukan sebagai penjelasan dokumen, Instruksi ataupun pembelajaran. Fungsi dari Ilustrasi ini adalah sebagai Ilustrasi dalam media Informasi. Terdapat berbagai bentuk dalam ilustrasi ini, contohnya adalah Panduan, Ensiklopedia serta Dokumen dalam sejarah.

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 2.27 Ilustrasi Dokumentasi, Intruksi dan Referensi
(Male,2017)

2.5 Logo

Menurut Landa (2014), Logo merupakan Simbol yang digunakan sebagai bentuk pengenal dari suatu identitas. Logo terdiri dari berbagai istilah yaitu *Mark*, *Brand Mark*, *Identifier* atau *Trademark*. Logo diambil dari kata *Logotype*. Biasanya, Logo menjadi bagian dari pengenal dari suatu proyek desain. Logo memiliki berbagai kategori yaitu , *Logotype*, *Lettermark* , *Symbol* dan *Character Icon*. Berikut merupakan Kategori-kategori dari logo (Landa 2014, h 246-251)

2.5.1 Logotype

Logotype merupakan logo yang dibentuk dari Tipografi ataupun dibentuk dari *Lettering*. Logo ini juga dapat disebut sebagai *Wordmark*.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.28 *Logotype*

(Landa, 2014)

2.5.2 Lettermark

Lettermark merupakan salah satu jenis logo yang dibuat dari inisial nama sebuah brand.



Gambar 2.29 *Lettermark*

(Landa, 2014)

2.5.3 Symbol

Logo yang berbentuk gambar ataupun memiliki bentuk yang abstrak kemudian logo ini dapat digabungkan dengan nama *brand*.

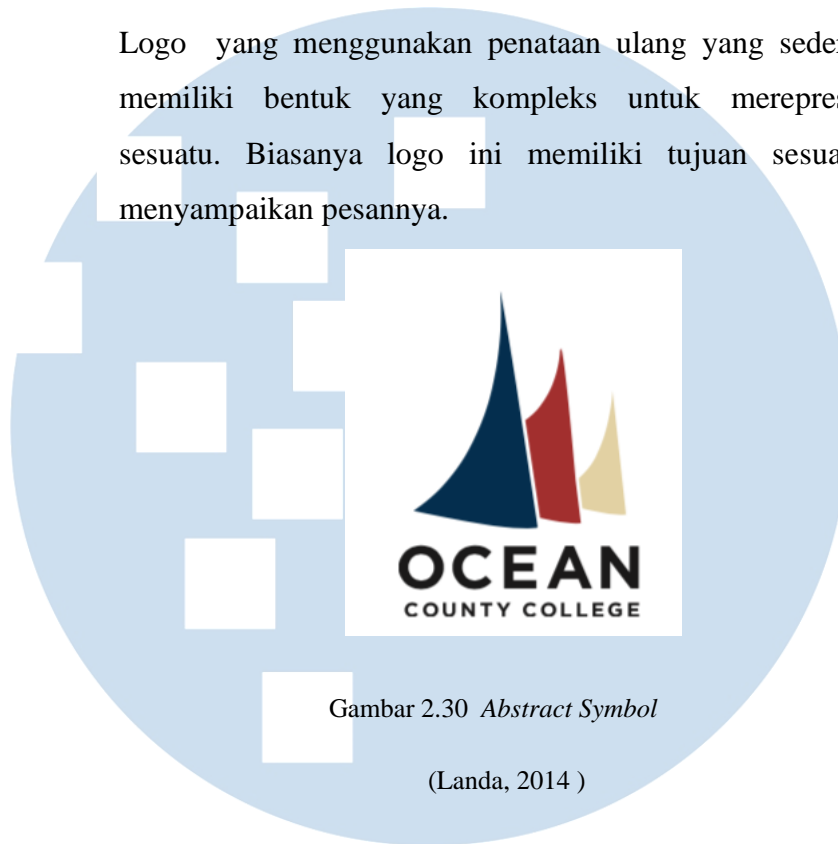
Logo bisa juga digunakan dengan tanpa digabungkan nama *brand*.

Symbol terdiri dari *Abstract Symbol*, *Nonpresentational* atau *Nonobjective Symbol*, *Letterform Symbol* dan *Pictoral Symbol*.

Berikut merupakan jenis-jenis dari *Symbol*.

1. *Abstract Symbol*

Logo yang menggunakan penataan ulang yang sederhana dan memiliki bentuk yang kompleks untuk merepresentasikan sesuatu. Biasanya logo ini memiliki tujuan sesuatu dalam menyampaikan pesannya.

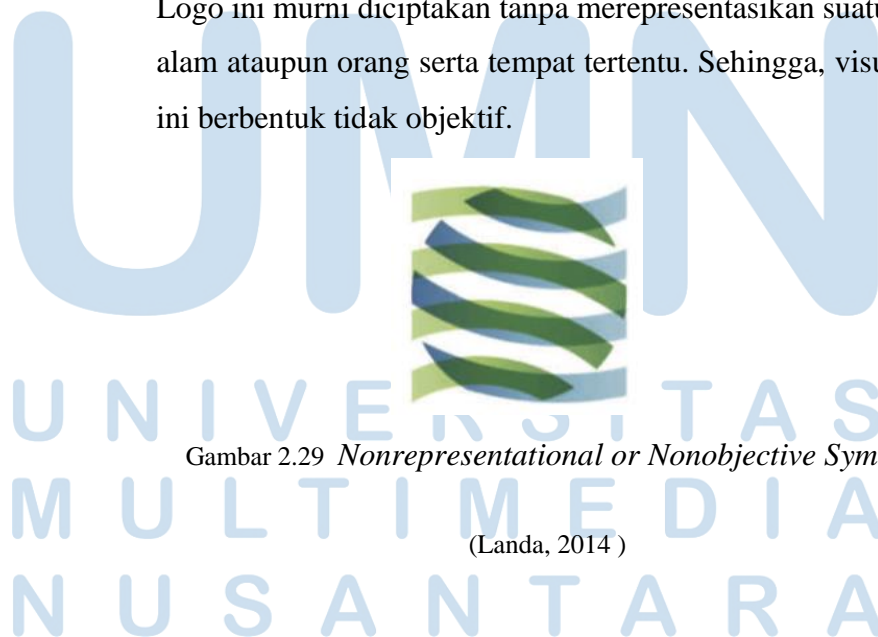


Gambar 2.30 *Abstract Symbol*

(Landa, 2014)

2. *Nonrepresentational or Nonobjective Symbol*

Logo ini murni diciptakan tanpa merepresentasikan suatu objek, alam ataupun orang serta tempat tertentu. Sehingga, visual logo ini berbentuk tidak objektif.

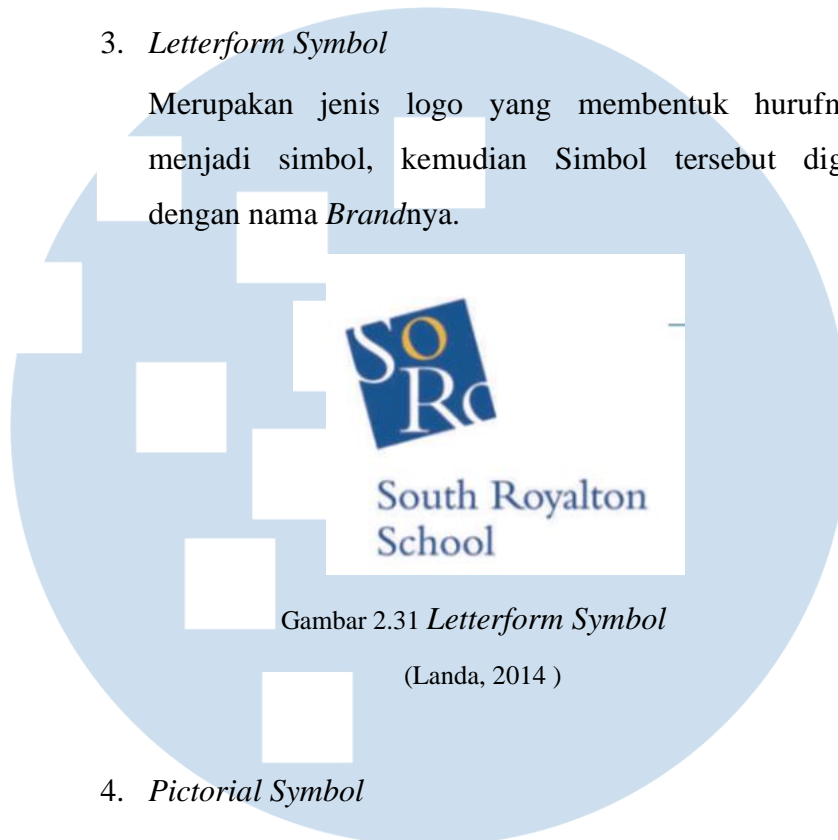


Gambar 2.29 *Nonrepresentational or Nonobjective Symbol*

(Landa, 2014)

3. *Letterform Symbol*

Merupakan jenis logo yang membentuk hurufnya untuk menjadi simbol, kemudian Simbol tersebut digabungkan dengan nama *Brandnya*.

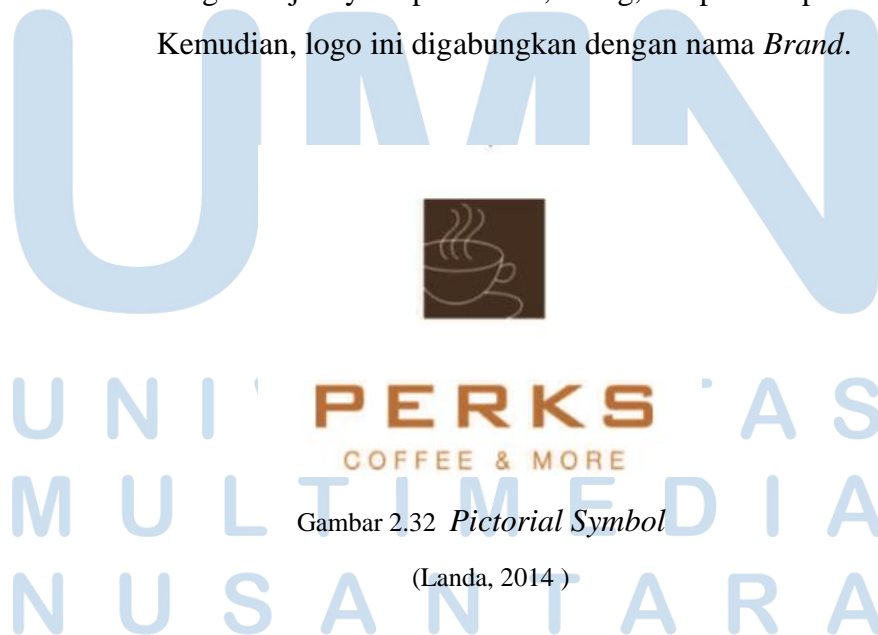


Gambar 2.31 *Letterform Symbol*

(Landa, 2014)

4. *Pictorial Symbol*

Logo yang menggunakan bentuk representative dalam penggambaran visualnya. Representatif visualnya sesuai dengan objeknya seperti alam, orang, tempat ataupun aktivitas. Kemudian, logo ini digabungkan dengan nama *Brand*.



Gambar 2.32 *Pictorial Symbol*

(Landa, 2014)

2.5.4 Character icon

Logo yang menggunakan visualisasi produk dagangnya langsung dalam logonya, melalui karakter. Tujuannya untuk memberikan wujud terhadap kepribadian mereknya melalui ikon karakter. Contohnya, ikon Miss Chiquita Worldwide Personality™ untuk memberikan representasi *Brand* mengenai produk, layanan, komoditas atau grup.



Gambar 2.33 *Character Icon*

(Landa, 2014)

1. *Emblem*

Emblem merupakan Logo yang Visual serta Hurufnya tidak dapat dipisahkan. Sehingga, selalu menyatu.



Gambar 2.34 *Emblem*

(Landa, 2014

2.6 Kampanye

Menurut Venus (2019), Kampanye merupakan salah satu cara tindakan untuk mengkomunikasikan suatu fakta dengan terencana dan bertujuan untuk memberikan efek kepada khayalak masyarakat luas dalam beberapa waktu tertentu. Empat hal yang harus dimiliki oleh kampanye yaitu (Venus 2019, h 9) :

1. Kampanye bertujuan untuk membuat efek serta dampak kepada masyarakat
2. Target dan jumlah sasaran kampanye
3. Digunakan dalam waktu tertentu
4. Terdapat serangkaian Tindakan komunikasi yang terorganisir

Dari keempat hal tersebut, kampanye memiliki karakteristik untuk menyampaikan gagasan, merancang kampanye, dan bertanggung jawab atas suatu produk kampanye yang disampaikan. Pesan-pesan kampanye ini kemudian akan dievaluasi untuk mengetahui apakah kampanye tersebut sudah berhasil dilakukan atau belum. Tujuan dari kampanye ini adalah untuk mengajak masyarakat mengetahui suatu fakta yang ada atau mengubah persepsi masyarakat akan suatu hal. (Venus 2019, h 10)

2.6.1 Jenis-jenis Kampanye

Charles U.Larson (1992) dalam Venus (2019) mengatakan, bahwa terdapat tiga jenis kampanye. Pada dasarnya, terdapat latar belakang dalam setiap kampanye. Latar belakang tersebut akan menentukan kemana arah kampanye ini dilakukan serta tujuan apa yang diinginkan dari kampanye tersebut. Ketiga jenis kampanye tersebut terdiri dari (Venus, 2019 h 16) :

1. *Product Oriented Campaign*

Merupakan Kampanye yang dilatarbelakangi oleh tujuan komersial. Kampanye ini biasanya dilakukan oleh perusahaan dengan tujuan bisnis dengan cara memperkenalkan suatu produk. Kemudian dari kampanye

tersebut, diperoleh keuntungan untuk bisnis tersebut. Selain itu, kampanye ini juga ingin menyampaikan bagaimana perusahaan tersebut bertanggung jawab secara sosial.

2. *Candidate Oriented Campaign*

Kampanye ini memiliki tujuan untuk politik agar memperoleh banyak dukungan dari masyarakat kemudian memperoleh banyak suara dari masyarakat agar mendapatkan posisi politik. Biasanya, kampanye ini dilakukan saat pemilihan umum (Pemilu).

3. *Ideologically or Cause Oriented Campaign*

Adalah jenis kampanye dengan tujuan untuk melakukan perubahan sosial. Pada kampanye ini tidak dilibatkan untuk urusan politik maupun bisnis. Kampanye jenis ini berfokus pada hubungan masyarakat dan menangani masalah-masalah sosial yang ada di masyarakat.

2.6.2 Model Kampanye Oestegaard

Model kampanye Oestegaard dikembangkan oleh Leon Oestegaard (Venus,2019). Pada metode Oestegaard, focus utama perancangan kampanye adalah untuk melakukan perubahan sosial dan harus didukung oleh teori-teori ilmiah yang layak. Hal ini dikarenakan, agar kampanye tersebut menimbulkan efek untuk masalah sosial yang dihadapi. Untuk itulah, diperlukannya identifikasi masalah yang faktual dalam pembuatan kampanye. Diperlukannya juga analisis sebab-akibat dalam pembuatan kampanye. Contohnya hubungan kecelakaan lalu lintas dikarenakan pengemudi yang mabuk. Berikut merupakan tata cara dalam menggunakan Model Kampanye Oestegaard (Venus, 2019 h 30) :

1. Identifikasi Masalah

Dalam metode Oestegaard, identifikasi masalah dilakukan dengan mengumpulkan masalah sosial yang ada serta teori-teori ilmiah yang

faktual. Masalah dan teori ini kemudian diidentifikasi untuk menemukan hubungan sebab-akibat dari masalah tersebut. Dalam mencari teori ilmiah dapat melalui ilmu-ilmu murni seperti sosial dan psikologi kemudian dianalisis. Dari analisis tersebut, kemudian dapat meyakini bahwa masalah sosial tersebut dapat dikurangi melalui kampanye.

2. Pengelolaan Kampanye

Tahap ini merupakan bentuk pengelolaan dari kampanye yang dilakukan melalui riset. Riset ini dirumuskan identifikasi masalah yang ada di dalam rumusan tersebut. Tahapan ini terdiri dari perancangan kampanye, Pelaksanaan kampanye serta evaluasi kampanye tersebut. Dalam tahapan pengelolaan, konten kampanye diharuskan untuk mempengaruhi masyarakat dalam bentuk pengetahuan, sikap dan keterampilan sasaran, Hal ini bertujuan untuk memberikan perubahan perilaku terhadap masyarakat

3. Evaluasi Penanggulangan Masalah

Evaluasi ini terdiri dari kritik dan saran mengenai pesan-pesan kampanye yang disampaikan. “Apakah kampanye tersebut dapat tersampaikan dengan baik di masyarakat?” atau “apakah masyarakat dapat menerima pesan kampanye tersebut?” melalui tahapan ini diharapkan kampanye efektif serta mengurangi masalah yang terjadi.

2.6.3 Strategi Komunikasi Kampanye

1. Hardselling

Perndekatan komunikasi dengan cara menjelaskan langsung kepada konsumen mengenai suatu informasi. Informasi Hardselling bersifat *to the point* seperti menjelaskan suatu sebab-akibat dari pesan. Contohnya, “Jika orang tidak membaca buku maka orang tersebut akan bodoh” atau “Jika membuang sampah sembarangan, maka akan terjadi banjir”. Karena *to the*

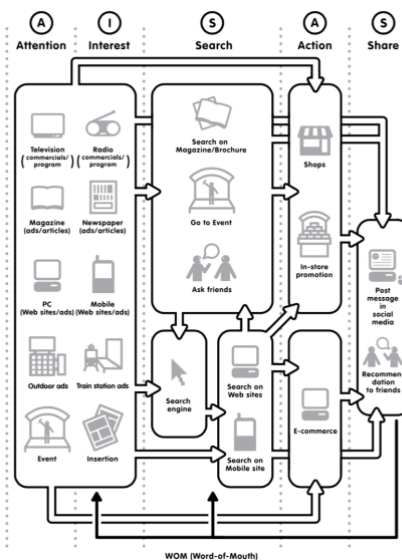
point maka *audience* tidak perlu berpikir lama untuk menangkap pesan tersebut.

2. Softselling

Softselling merupakan cara untuk menyampaikan pesan secara tersirat, sehingga *Audience* perlu waktu untuk menangkap pesan tersebut. Teknik ini mempunyai focus pada pesan tersembunyi di dalam konten yang disampaikan.

2.6.4 Strategi Media AISAS

AISAS digunakan dalam metode perancangan kampanye. Metode AISAS digunakan untuk menentukan alur dalam *Consumer Journey* untuk menentukan proses bagaimana konsumen tertarik untuk melihat produk, kampanye atau iklan tersebut dan kemudian mencari informasi yang berkaitan dengan hal tersebut. (Dentsu, 2011 h 79).



Gambar 2.35 AISAS

(Dentsu, 2011)

1. *Attention*

Tahap ini merupakan cara untuk menarik target agar tertarik dengan informasi yang disampaikan. Target yang tertarik dengan informasi tersebut kemudian akan mencari info tersebut menjadi lebih dalam.

2. *Interest*

Target yang mulai tertarik dengan informasi tersebut kemudian akan mencari tahu informasi lebih lanjut mengenai topik yang disampaikan.

3. *Search*

Setelah mencari informasi tersebut, target mulai mendalami informasi tersebut yang berkaitan dengan topik dari kampanye yang disampaikan.

4. *Action*

Jika sudah mendalami informasi tersebut, target akan mulai untuk ikut berpartisipasi dalam kampanye.

5. *Share*

Dalam partisipasi tersebut, informasi tersebut akan disebarkan oleh target ke orang lain.

2.7 Perkawinan

Perkawinan merupakan bentuk ikatan lahir batin dari pria dan wanita untuk menjadi suami istri serta membentuk keluarga. Sifat perkawinan menjadi sah apabila telah disahkan oleh agama dan dicatat oleh hukum. Syarat-syarat untuk melakukan perkawinan terdiri dari (Undang-undang Perkawinan, 1974) :

1. Persetujuan kedua calon mempelai
2. Calon mempelai yang belum berusia 21 tahun diwajibkan untuk mendapatkan izin dari orangtua.
3. Izin orangtua. Apabila salah satu orangtua tersebut sudah meninggal, maka dapat diwakilkan oleh orangtua atau kerabat yang masih hidup.

2.8 Perjanjian Pra-Nikah

Berdasarkan Undang-undang tahun 1974 pasal 29, Perjanjian Pra-Nikah adalah perjanjian yang dilakukan oleh calon pasangan dan dilakukan secara tertulis dengan tujuan untuk membuat kesepakatan bersama. Perjanjian ini dilakukan dengan tujuan untuk melindungi harta bawaan dari suami/istri sebelum menikah serta melindungi hutang-piutang sebelum atau yang akan didapatkan dari pasangan. (Undang-Undang Perkawinan, 1974 h 4)

Menurut Tamengkel (2015), Latar belakang suami/istri melakukan perjanjian ini adalah karena mereka ingin memisahkan apa yang jadi hak dan kewajiban pasangan dalam harta benda mereka. Hal ini untuk mencegah pasangan ingin mengambil harta bawaan yang bukan haknya. Melalui perjanjian ini, akan ada perlindungan hukum yang pasti karena ditandatangani oleh notaris sehingga bersifat sempurna (Dziddan, 2017 h 11).

2.8.1 Tata Cara Melakukan Perjanjian Pra-Nikah

Untuk melakukan perjanjian pra-nikah, pasangan hanya perlu untuk menyiapkan kesepakatan untuk perkawinan nanti. Calon pasangan tersebut kemudian mendatangi notaris untuk meminta pembuatan surat perjanjian pra-nikah sekaligus pengesahannya. Setelah disahkan, perjanjian ini akan dicatatkan ke Kantor Urusan Agama (KUA) untuk muslim. Jika Non-muslim maka akan dicatatkan di kantor sipil. (Dziddan, 2017 h 10).

2.8.2 Tujuan Perjanjian Pra-Nikah

Perjanjian Pra-nikah memiliki beberapa tujuan sebagai berikut :

1. Mencegah adanya perebutan Harta Gono-Gini apabila terjadi perpisahan dengan suami istri
2. Melindungi harta bawaan suami/Istri agar tidak diambil haknya oleh pasangan yang ingin mengambil harta tersebut.
3. Mencegah terjadinya percampuran hutang-piutang antar suami dan istri baik hutang piutang sebelum perkawinan maupun setelah perkawinan

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA