

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Desain Grafis

Menurut Landa (2010) desain grafis adalah cara menyampaikan pesan dan informasi melalui media penggambaran yang dapat dilihat. Desain grafis berasal dari ide yang kemudian diwujudkan menjadi sebuah solusi yang dapat memberikan informasi, mengajak, dan memotivasi audiens. Solusi desain yang baik dapat memengaruhi perilaku dan keputusan audiens.

2.1.1 Elemen Desain

Menurut Landa (2010) dalam bukunya yang berjudul *Graphic Design Solutions* edisi ke-4, desain dua dimensi biasanya memiliki elemen-elemen seperti garis, bentuk, warna, dan tekstur.

2.1.1.1 Garis

Garis merupakan gabungan titik yang memanjang. Garis sering digunakan dalam komposisi dan komunikasi. Bentuk garis dapat lurus, melengkung, memiliki sudut, tebal, tipis, halus, maupun kasar. Fungsi dari garis diantaranya adalah untuk membuat bentuk, memberi batas, dan mengatur komposisi.



Gambar 2. 1 Penerapan Elemen Garis

Sumber: <https://pxhere.com/id/photo/1469791>

2.1.1.4 Warna

Warna merupakan elemen desain yang dapat memprovokasi audiens. Warna terbentuk dari cahaya. Warna yang tidak diserap oleh benda dan kemudian dipantulkan disebut sebagai warna subtraktif. Sedangkan warna digital yang terlihat pada sebuah layar merupakan campuran cahaya yang disebut sebagai warna aditif. Warna terdiri dari tiga elemen yaitu *hue*, *value*, dan *saturation*. *Hue* adalah istilah yang digunakan untuk menyebut warna, *Value* adalah istilah yang mengarah pada tingkatan terang atau gelapnya warna. Sedangkan *Saturation* merupakan istilah yang mengarah pada tingkatan cerah atau kusamnya suatu warna.

Dalam bukunya yang berjudul *Graphic Design Solutions*, Landa (2014) mengemukakan bahwa ada beberapa jenis skema warna. (hlm. 132-133)

1. *Monochromatic*

Skema warna monokromatik hanya menggunakan satu *hue*. Warna monokromatik menciptakan *hue* yang dominan dan kontras yang disertai dengan *value* dan saturasi warna yang berbeda. Palet warna monokromatik juga berperan dalam membentuk kesatuan dan keseimbangan dalam sebuah komposisi visual.

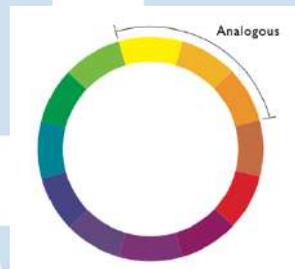


Gambar 2. 4 Contoh Warna *Monochromatic* pada Satu *Hue*
Sumber: Landa (2014)

2. *Analogous*

Warna analogus menggunakan tiga *hue* yang saling berdekatan. Kedekatan warna pada *color wheel* dan kesamaan warna satu sama lain menjadikan skema warna ini terlihat harmonis. Warna analogus

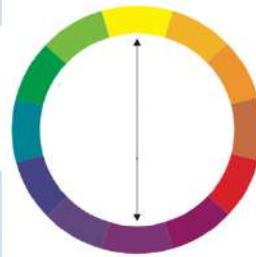
berperan dalam menciptakan kesatuan dan ketenangan yang lebih bervariasi dibandingkan warna monokromatik. Dalam skema warna analogus, satu warna dapat dibuat dominan dan kedua warna lain memainkan peran pendukung.



Gambar 2. 5 Warna *Analogous*
Sumber: Landa (2014)

3. *Complementary*

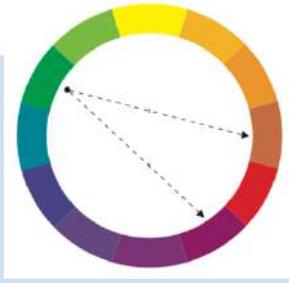
Skema warna komplementer menggunakan dua *hue* yang berlawanan di *color wheel*. Warna yang berlawanan menciptakan kontras dan dapat menimbulkan kesan yang bersemangat dan keceriaan.



Gambar 2. 6 Warna *Complementary*
Sumber: Landa (2014)

4. *Split Complementary*

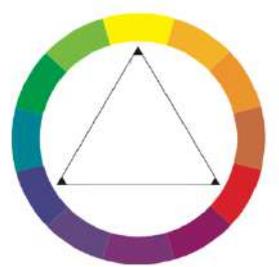
Warna split komplementer menggunakan tiga hue yang mana satu warna ditambah dua warna yang bersebrangan dengan satu komplementennya di *color wheel*. Skema warna ini menciptakan kontras dan kesan yang mencolok, tetapi tidak sedramatis skema warna komplementer.



Gambar 2. 7 Warna *Split Complementary*
Sumber: Landa (2014)

5. *Triadic*

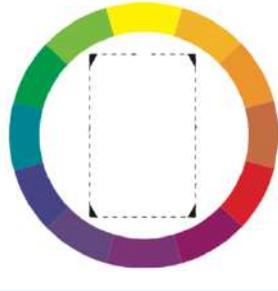
Skema warna *triadic* menggunakan tiga *hue* yang posisinya pada *color wheel* ada pada jarak yang sama satu sama lain. Warna *triadic* dasar mencakup warna primer dan sekunder. Skema ini menciptakan keseimbangan visual dengan ragam kontras warna yang baik namun tetap harmonis.



Gambar 2. 8 Warna *Triadic*
Sumber: Landa (2014)

6. *Tetradic*

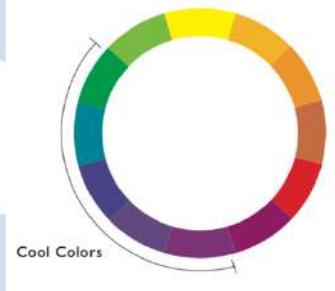
Warna *tetradic* menggunakan empat *hue* yang bersebrangan pada *color wheel*. Atau bisa dikatakan merupakan warna komplementer ganda. Warna *tetradic* menciptakan ragam warna dan kontras yang luar biasa. Oleh karena itu, skema warna ini menjadi yang paling sulit untuk dipadukan dengan harmonis. Akan lebih mudah diselaraskan apabila menjadikan satu warna lebih dominan dan warna lainnya sebagai pendukung.



Gambar 2. 9 Warna *Tetradic*
Sumber: Landa (2014)

7. *Cool Colors*

Cool colors atau warna dingin terdiri dari warna biru, hijau, dan ungu. Warna dingin terletak pada bagian kiri dari *color wheel*. Komposisi yang menggunakan warna dingin akan terasa sinkron dan menciptakan kesan tenang atau tenteram. Palet warna dingin lebih mudah diseimbangkan daripada warna hangat atau kombinasi palet hangat dan dingin.



Gambar 2. 10 *Cool Colors*
Sumber: Landa (2014)

8. *Warm Colors*

Warm Colors atau warna hangat terdiri dari warna merah, oranye, dan kuning. Warna hangat terletak pada bagian kanan *color wheel*. Palet warna hangat akan menciptakan kesan panas, pedas, dan sesuatu yang intens.



Gambar 2. 11 *Warm Colors*
Sumber: Landa (2014)

2.1.1.5 Psikologi Warna

Menurut Samara (2007), warna memberikan pesan psikologis yang dapat digunakan untuk memengaruhi konten. Sisi emosional dari warna berhubungan erat dengan pengalaman manusia dalam hal insting dan biologis. Masing-masing warna memiliki *wavelength* berbeda yang memberi dampak pada sistem saraf manusia untuk mengasosiasikan warna terhadap perasaan tertentu. Berikut adalah makna warna dan kaitannya dengan psikologis secara umum.

1. Merah, merupakan warna cerah yang termasuk warna paling mencolok. Merah dapat merangsang saraf otonom ke tingkat tertinggi, memicu adrenalin, menimbulkan rasa lapar, memberi kesan energi dan gairah.
2. Biru, memiliki *wavelength* yang pendek sehingga menimbulkan kesan menenangkan, perlindungan atau perasaan aman. Warna ini sering dikaitkan dengan lautan dan langit. Memberikan kesan *solid* dan dapat diandalkan.
3. Kuning, dikaitkan dengan matahari dan kehangatan. Warna kuning menstimulasi perasaan bahagia. Kuning cerah dapat menciptakan rasa cemas. Sedangkan kuning tua memberi kesan kekayaan.
4. Coklat, warna ini dikaitkan dengan tanah dan kayu dan menciptakan perasaan nyaman dan aman. Warna coklat juga dianggap memberi kesan ramah lingkungan, dan kerja keras.

5. Ungu, warna yang memberi kesan misterius dan sulit dipahami. Ungu tua yang mendekati hitam dikonotasikan dengan kematian, warna ungu muda yang lebih dingin seperti lavender terkesan *dreamy* dan *nostalgic*. Warna ungu kemerahan terkesan dramatis dan *energetic*. Ungu juga menciptakan kesan magis.
6. Hijau, memiliki *wavelength* terpendek dan menjadikannya warna paling menenangkan dalam spektrum. Warna hijau dikaitkan dengan alam. Hijau yang lebih cerah menciptakan kesan muda dan *energetic*. Warna hijau tua dikaitkan dengan ekonomi. Namun dalam konteks tertentu warna hijau juga dapat dikonotasikan terkait penyakit.
7. Oranye, merupakan gabungan warna merah dan kuning. Warna ini menciptakan gairah, kehangatan, dan keramahan. Oranye gelap membangkitkan kesan mewah. Sedangkan warna oranye yang lebih terang dikonotasikan menjadi kesehatan, sesuatu yang segar, berkualitas, dan kuat.
8. Abu-abu, menciptakan kesan tak berkomitmen namun dapat juga memberi kesan formal, bermartabat, dan wewenang. Warna abu-abu dapat dikaitkan dengan teknologi saat ditampilkan sebagai warna silver.

2.1.1.6 Tekstur

Tekstur merupakan kualitas permukaan yang dapat dirasakan. Tekstur terbagi menjadi dua jenis, yaitu tekstur aktual dan tekstur visual. Tekstur aktual adalah kualitas permukaan yang dapat dirasakan secara langsung melalui indra peraba. Tekstur aktual dapat diciptakan melalui teknik cetak seperti *embossing* dan *debossing*. Tekstur visual adalah kualitas permukaan yang tidak dapat dirasakan langsung melainkan hanya dapat dilihat melalui indra penglihatan. Tekstur visual merupakan tekstur buatan tangan yang kemudian difoto atau dipindai.



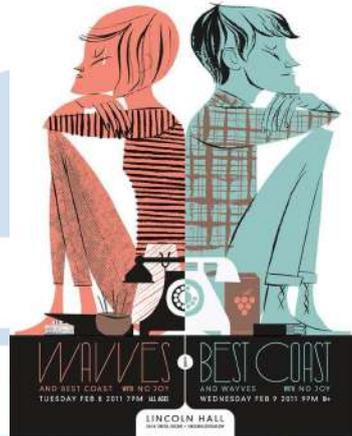
Gambar 2. 12 Contoh Tekstur Pada Ilustrasi
Sumber: <https://dribbble.com/shots/14512739-Sweetie>

2.1.2 Prinsip Desain

Landa (2010) menyatakan bahwa komposisi elemen-elemen desain dilakukan dengan prinsip dasar desain. Setiap pesan atau informasi yang disampaikan melalui visual, perlu menggunakan prinsip dasar desain yang saling berkaitan.

2.1.2.1 *Balance*

Balance atau keseimbangan adalah kestabilan yang diciptakan melalui pembagian dan peletakan elemen visual yang baik. Elemen desain yang seimbang dapat menciptakan keteraturan yang membawa kesan positif bagi audiens. Keseimbangan dipengaruhi oleh ukuran, bentuk, nilai, warna, tekstur, dan penempatan elemen visual itu sendiri. Keseimbangan dibagi menjadi dua jenis, yaitu keseimbangan simetri dan asimetri. Keseimbangan simetri merupakan keseimbangan yang diciptakan melalui pembagian yang merata pada elemen visual di kedua sisi sumbu pusat. Keseimbangan asimetri tercipta dengan pembagian elemen visual yang diseimbangkan satu sama lain namun tidak menunjukkan kedua sisi sumbu pusat.

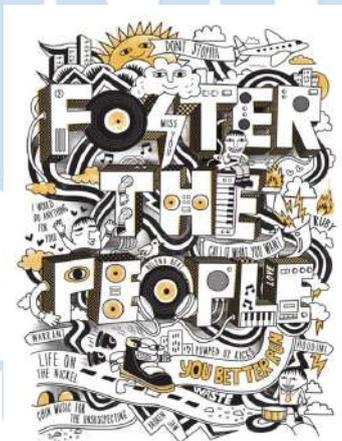


Gambar 2. 13 Penerapan Prinsip *Balance*

Sumber: <https://gomedia.com/inspiration/web-roundup/50-poster-layout-design-inspirations-dos-donts/>

2.1.2.2 *Visual Hierarchy*

Hirarki visual merupakan prinsip desain yang fungsinya untuk membuat suatu informasi memiliki arah yang jelas kepada audiens. Hirarki visual seperti pemandu bagi audiens sehingga dapat memahami informasi yang ditampilkan. Seorang desainer dapat menerapkan prinsip ini dengan menetapkan urutan elemen desain yang ingin dilihat terlebih dahulu oleh audiens. Dalam prinsip hirarki visual, harus ada penekanan yang menghasilkan suatu titik fokus bagi audiens. Penekanan pada semua elemen desain akan mengacukan fokus pesan yang ingin disampaikan.

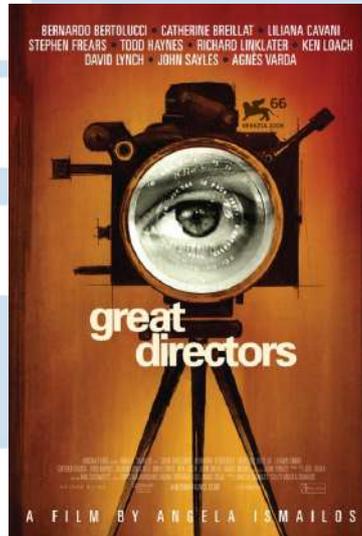


Gambar 2. 14 Penerapan Prinsip *Visual Hierarchy*

Sumber: <https://gomedia.com/inspiration/web-roundup/50-poster-layout-design-inspirations-dos-donts/>

2.1.2.3 *Emphasis*

Emphasis atau penekanan adalah prinsip yang berhubungan dengan hirarki visual. Seorang desainer perlu menentukan elemen utama pada suatu desain. Penekanan dapat menciptakan suatu alur pada pesan yang ingin disampaikan kepada audiens.



Gambar 2. 15 Penerapan Prinsip *Emphasis*

Sumber: http://www.impawards.com/2010/great_directors.html

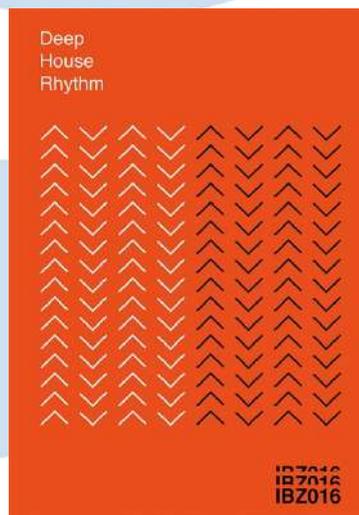
Dengan demikian, audiens dapat menangkap informasi secara urut dimulai dari yang paling penting hingga yang kurang penting. Penekanan dapat dilakukan dengan beberapa cara, yaitu:

1. Penekanan dengan isolasi, yaitu memberi fokus kepada suatu bentuk dan membuatnya lebih menonjol dalam sebuah komposisi.
2. Penekanan melalui penempatan, yaitu dengan mengatur posisi elemen desain dalam komposisi. Elemen desain dapat diletakkan di bagian depan, sudut kiri atas, dan tengah halaman.
3. Penekanan melalui skala, yaitu dengan mengatur ukuran elemen desain yang akan menciptakan suatu ilusi kedalaman.
4. Penekanan melalui kontras, yaitu dengan mengatur terang-gelap, halus-kasar, cerah-kusam suatu elemen visual.
5. Penekanan melalui arah dan petunjuk, yaitu memandu audiens menggunakan elemen berbentuk panah.

6. Penekanan melalui struktur diagram, penekanan ini dapat dilakukan dengan tiga cara yaitu dengan struktur pohon, struktur sarang, dan struktur tangga. Penekanan melalui struktur pohon dilakukan dengan menempatkan elemen utama di atas lalu elemen lain di bawahnya secara menurun. Struktur sarang dibuat dengan membuat elemen berlapis-lapis dimana elemen utama berada pada lapisan pertama. Struktur tangga dibuat dengan menumpuk elemen secara menurun dengan membentuknya seperti tangga.

2.1.2.4 *Rhythm*

Ritme adalah pola yang dibuat oleh elemen-elemen desain. Pola tersebut dapat menciptakan kesan perlambatan dan percepatan pada sebuah desain. Dengan demikian, ritme dapat memandu pandangan audiens. Terdapat dua cara untuk menciptakan ritme, yaitu melalui repetisi dan variasi. Repetisi dapat dilakukan dengan mengulang beberapa elemen visual. Variasi dapat dilakukan dengan memodifikasi pola atau dengan mengganti elemen desain.

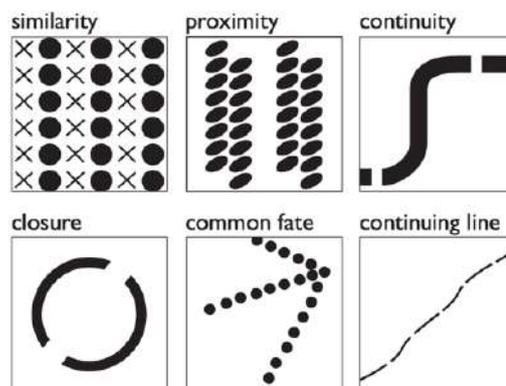


Gambar 2. 16 Penerapan Prinsip *Rhythm*
Sumber: <https://massimomiliucci.com/deep-house-rhythm-poster>

2.1.2.5 Unity

Unity atau kesatuan adalah prinsip desain yang membuat elemen-elemen desain terlihat saling menyatu satu sama lain. Komposisi elemen visual yang menciptakan kesatuan dapat lebih mudah dipahami dan diingat oleh audiens. Dalam prinsip kesatuan, terdapat aturan yang disebut *gestalt*. Aturan *gestalt* terdiri dari:

1. *Similarity*, merupakan elemen-elemen dengan ciri yang sama maupun mirip dalam hal bentuk, tekstur, warna, dan arahnya sehingga menciptakan suatu kesatuan.
2. *Proximity*, kesatuan yang tercipta karena elemen-elemen saling berdekatan.
3. *Continuity*, kesatuan yang tercipta karena elemen-elemen dianggap memiliki hubungan kelanjutan satu sama lain dan memberi kesan pergerakan.
4. *Closure*, kesatuan yang tercipta dari pikiran audiens yang cenderung mengaitkan elemen agar utuh dan lengkap.
5. *Common fate*, kesatuan yang tercipta ketika elemen-elemen bergerak ke arah yang sama.
6. *Continuing line*, garis yang terpisah atau memiliki jarak tetap terlihat sebagai garis seutuhnya.

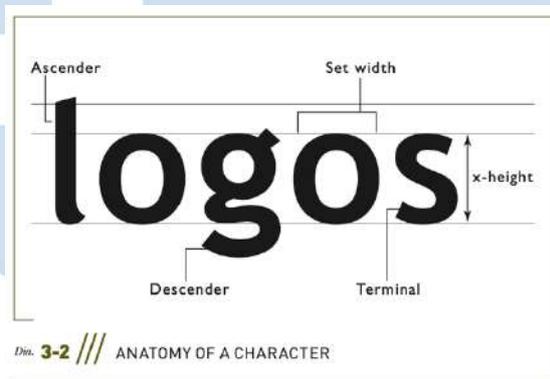


Gambar 2. 17 *Unity* (aturan *gestalt*)
Sumber: Landa (2010)

2.1.3 *Typography*

Tipografi merupakan suatu desain bentuk huruf yang dapat digunakan sebagai *display* ataupun sebagai teks. Sebagai *display*, huruf menjadi komponen tipografi yang mendominasi dan biasanya berukuran besar atau tebal. Dalam hal ini huruf digunakan dalam membuat judul atau sub-judul tulisan. Sebagai teks, huruf menjadi komponen utama dari konten tertulis. Dalam hal ini, huruf biasanya digunakan dalam bentuk paragraf, kolom, atau keterangan.

2.1.3.1 Anatomi Huruf



Gambar 2. 18 Anatomi Huruf
Sumber: Landa (2014)

Dalam bukunya, Landa (2014) mengemukakan huruf memiliki anatomi. Anatomi huruf perlu tetap dipertahankan agar dapat terbaca dengan baik. Berikut ini merupakan beberapa istilah yang ada pada anatomi huruf.

1. *Arm*, merupakan garis horizontal atau diagonal sebagai perpanjangan batang huruf.
2. *Ascender*, merupakan bagian dari huruf kecil (seperti b, d, f, h, k, l, dan t) yang melebihi tinggi x pada huruf.
3. *Axis*, merupakan sudut atau kemiringan dari lengkungan huruf.
4. *Bar*, adalah garis horizontal penghubung dua sisi benuk huruf seperti pada huruf A, H, dan e.

5. *Baseline*, merupakan garis bawah pada huruf kapital dan huruf kecil namun tidak termasuk *descender*.
6. *Bowl*, garis lengkung yang menutupi ujung huruf.
7. *Cap height*, adalah tinggi huruf kapital dari *baseline* sampai ke atas huruf.
8. *Character*, berupa bentuk huruf, angka, tanda baca atau apa pun dalam satuan font.
9. *Counter*, yaitu ruang yang diapit oleh garis huruf.
10. *Descender*, adalah bagian dari huruf kecil (seperti g, j, p, q, dan y) yang ada di bawah *baseline*.
11. *Ear*, berupa goresan kecil yang ada pada ujung huruf g.
12. *Foot*, merupakan bagian bawah huruf.
13. *Hairline*, adalah garis tipis pada huruf roman.
14. *Head*, yaitu bagian atas huruf.
15. *Italics*, adalah huruf yang miring ke arah kanan.
16. *Leg*, merupakan goresan huruf ke arah bawah seperti pada K dan R.
17. *Ligature*, yaitu dua karakter atau lebih yang saling terhubung
18. *Link*, yaitu garis penghubung pada huruf kecil g.
19. *Loop*, yaitu bagian bawah pada huruf kecil g.
20. *Oblique*, huruf yang mirip *italic* namun tanpa *script*.
21. *Serif*, adalah goresan kecil yang ditambahkan pada ujung atas atau bawah huruf.
22. *Shoulder*, yaitu garis melengkung pada huruf kecil h, m, atau n.
23. *Spine*, adalah garis lengkung utama pada huruf S.
24. *Spur*, yaitu proyeksi kecil dari garis utama.
25. *Stem*, garis lurus ke atas pada batang huruf.
26. *Stress*, adalah sudut *axis* utama dari sebuah huruf.
27. *Stroke*, yaitu sebuah garis yang digunakan untuk struktur utama huruf.

28. *Swash*, merupakan hiasan tambahan pada huruf, biasanya untuk menggantikan terminal atau serif.
29. *Tail*, adalah bagian *descender* dari huruf Q saat berada di bawah *baseline*.
30. *Terminal*, yaitu ujung garis yang tidak diberi serif.
31. *Text Type*, adalah teks isi atau *bodytext*.
32. *Thick/thin contrast*, merupakan perbandingan ketebalan garis pada sebuah huruf.
33. *Vertex*, yaitu bagian kaki pada huruf yang runcing.
34. *Weight*, diukur berdasarkan ketebalan garis yang dibandingkan dengan ketinggian huruf.
35. *x-height*, yaitu tinggi huruf kecil yang tidak termasuk *ascender* dan *descender*.

2.1.3.2 Klasifikasi Huruf

Menurut Landa (2014), tipografi diklasifikasikan menjadi beberapa kategori berdasarkan gaya dan sejarahnya. Berikut merupakan klasifikasi huruf secara umum. (hlm. 47-48)

1. *Old Style* atau *Humanist*, merupakan jenis huruf romawi yang dikenalkan pada akhir abad ke-15. Karakter hurufnya seperti ditulis menggunakan pena bermata lebar. Ciri lainnya adalah jenis huruf ini memiliki serif bersudut. Beberapa contoh jenis huruf *Old Style* diantaranya Caslon, Garamond, Hoefler Text, dan Times New Roman.



Old Style

Gambar 2. 19 Bentuk Huruf *Old Style*
Sumber: Landa (2014)

2. *Transitional*, merupakan jenis huruf serif yang merepresentasikan peralihan *Old Style* ke *Modern*. Berasal dari abad ke-18, jenis ini

menampilkan karakter dari keduanya. Beberapa contoh jenis huruf Transitional diantaranya Baskerville, Century, dan ITC Zapf International.



Gambar 2. 20 Bentuk Huruf *Transitional*
Sumber: Landa (2014)

3. *Modern*, merupakan jenis tipografi *serif* yang dikembangkan pada akhir abad ke-18 dan awal abad ke-19. Berbeda dengan jenis *Old Style*, jenis ini memiliki struktur yang geometris dengan kontras yang terlihat pada bagian tebal dan tipis garisnya. Beberapa contoh tipografi Modern adalah Didot, Bodoni, dan Walbaum.



Gambar 2. 21 Bentuk Huruf *Modern*
Sumber: Landa (2014)

4. *Slab serif*, merupakan jenis tipografi yang diperkenalkan pada awal abad ke-19. Termasuk tipografi serif namun terkesan tebal dan berat dalam goresannya. Contoh tipografi dengan jenis ini adalah American Typewriter, Memphis, ITC Lubalin Graph, Bookman, dan Clarendon.



Gambar 2. 22 Bentuk Huruf *Slab Serif*
Sumber: Landa (2014)

5. *Sans Serif*, diperkenalkan pada awal abad ke-19. Merupakan jenis tipografi tanpa *serif* pada ujung hurufnya. Beberapa bentuk huruf tanpa serif memiliki goresan tebal dan tipis. *Sans Serif* dikategorikan lagi menjadi Grotesque, Humanist, Geometric, dan lainnya.



Gambar 2. 23 Bentuk Huruf *Sans Serif*
Sumber: Landa (2014)

6. *Blackletter*, merupakan jenis tipografi yang bentuknya berdasarkan manuskrip abad ke-13 hingga ke-15. Tipografi ini juga biasa disebut *Gothic*. Ciri khasnya adalah goresan tebal yang disertai lekukan pada hurufnya. Contoh tipografi ini diantaranya Rotunda, Schwabacher, dan Fraktur.



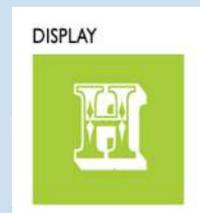
Gambar 2. 24 Bentuk Huruf *Blackletter*
Sumber: Landa (2014)

7. *Script*, merupakan jenis tipografi yang mirip tulisan tangan. Biasanya tampilah huruf *Script* miring dan berupa huruf bersambung. Contoh huruf jenis ini adalah Brush Script, Shelley Allegro Script, dan Snell Roundhand Script.



Gambar 2. 25 Bentuk Huruf *Script*
Sumber: Landa (2014)

8. *Display*, merupakan jenis tipografi yang dipakai dalam ukuran besar. Biasanya diperuntukkan sebagai *headline* dan judul. Tipografi ini sulit dibaca jika digunakan sebagai *bodytext* karena sering kali merupakan buatan tangan, lebih rumit, dan dihias.



Gambar 2. 26 Bentuk Huruf *Display*
Sumber: Landa (2014)

2.1.3.3 Memilih Jenis Huruf

Ada begitu banyak jenis huruf yang tersedia dan dapat digunakan. Namun, dibutuhkan pertimbangan untuk dapat memilih jenis huruf yang tepat. Landa (2010) menyatakan bahwa pemilihan jenis huruf dapat didasarkan atas beberapa faktor, diantaranya:

1. Minat visual: estetika dan dampak

Menciptakan minat visual sangat penting dalam desain grafis. Memilih jenis huruf untuk nilai estetika dan dampak yang dapat ditampilkannya sama pentingnya dengan membuat visual. Karakter pada huruf sangat penting untuk memadukannya dengan visual dan dalam hal komunikasi. Yang perlu dievaluasi dari karakter sebuah huruf adalah nilai estetika berdasarkan proporsi, keseimbangan, bobot visual, serta hubungan bentuk antar huruf. Pertimbangan lainnya adalah bagaimana tampilan huruf jika dilihat dari dekat atau jauh, dan saat kondisi pencahayaan berubah.

2. Kesesuaian: konsep

Pemilihan huruf yang baik juga dipengaruhi oleh konsep. Dalam hal ini, diperlukan pula pengetahuan tentang apa arti tipografi, sejarah, dan asalnya. Saat merancang desain dengan konsep tertentu, disinilah pengetahuan tentang klasifikasi huruf dan

sejarahnya sangat berperan. Dengan demikian, pemilihan huruf dapat mendukung konsep yang ingin ditampilkan.

3. Kejelasan: keterbacaan

Pada dasarnya, memastikan keterbacaan berarti teksnya mudah untuk dibaca. Ukuran, jarak, margin, warna, dan pemilihan kertas berperan pula pada keterbacaan teks. Keterbacaan berkaitan dengan seberapa mudah audiens dapat mengenali huruf-huruf dalam sebuah tipografi. Tipografi yang terlalu tipis atau tebal akan sulit terbaca dalam ukuran kecil. Kontras tebal dan tipis yang besar pada tipografi juga akan sulit dibaca dalam ukuran kecil karena garis tipis kemungkinan akan hilang. Huruf yang ditarik akan mengubah bentuk aslinya sehingga sulit terbaca. Teks yang menggunakan huruf kapital juga akan sulit dibaca. Selain itu, audiens cenderung membaca warna yang lebih gelap terlebih dahulu.

4. Hubungan: kesesuaian dengan visual

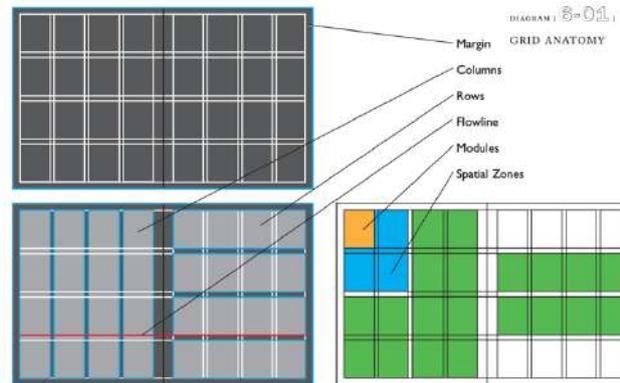
Dalam desain apa pun, perlu diperhatikan hubungan antara huruf dan visual. Tipografi dan visual perlu bekerja sama dalam mengkomunikasikan makna.

2.1.4 Grid

Grid merupakan pemandu yang terbentuk dari garis horizontal dan vertikal yang membagi formatnya menjadi kolom dan baris. Grid digunakan untuk meletakkan huruf, teks, dan gambar. Grid juga memudahkan audiens untuk melihat atau membaca artikel yang berisi banyak informasi.

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

2.1.4.1 Anatomi Grid



Gambar 2. 27 Anatomi Grid
Sumber: Landa (2010)

Dalam buku *Graphic Design Solutions* oleh Landa (2010), grid memiliki beberapa bagian anatomi sebagai berikut.

1. *Margin*, merupakan ruang kosong pada tepi kiri, kanan, atas, atau bawah sebuah halaman. *Margin* berfungsi sebagai bingkai di sekitar konten visual dan tipografi. Hal yang perlu dipertimbangkan ketika menentukan *margin* diantaranya adalah bagaimana *margin* dapat menampilkan konten dengan baik, keterbacaannya, stabilitas, proporsi *margin* untuk menciptakan harmoni, bagaimana tampilan visual yang diinginkan, serta pemilihan *margin* simetris atau asimetris.
2. *Columns & Column Intervals*, merupakan perataan secara vertikal untuk meletakkan teks dan gambar. Banyaknya kolom bergantung pada konsep, tujuan, dan bagaimana tampilan desain ingin disajikan. Ketika menggunakan lebih dari satu kolom, ukuran lebarnya bisa saja sama atau beragam. Ruang antar kolom biasa disebut sebagai interval kolom.
3. *Flowlines*, merupakan garis horizontal pada grid dan dapat membantu peletakan visual.

4. *Grid Modules*, adalah satuan unit yang terbentuk dari perpotongan antara kolom vertikal dan *flowlines* horizontal. Teks dan gambar dapat ditempatkan pada satu atau lebih modul.
5. *Spatial Zones*, terbentuk dari beberapa kelompok *grid modules*. Berfungsi untuk mengatur peletakan berbagai komponen grafis. *Spatial zones* bisa dipakai untuk teks, gambar, atau yang lainnya dengan mempertimbangkan proporsi, posisi halaman, dan bobot

2.1.4.2 Jenis Grid

Landa (2014) juga menyebutkan mengenai pengelompokan grid. Berikut merupakan jenis-jenis grid.

1. *Single-Column Grid*

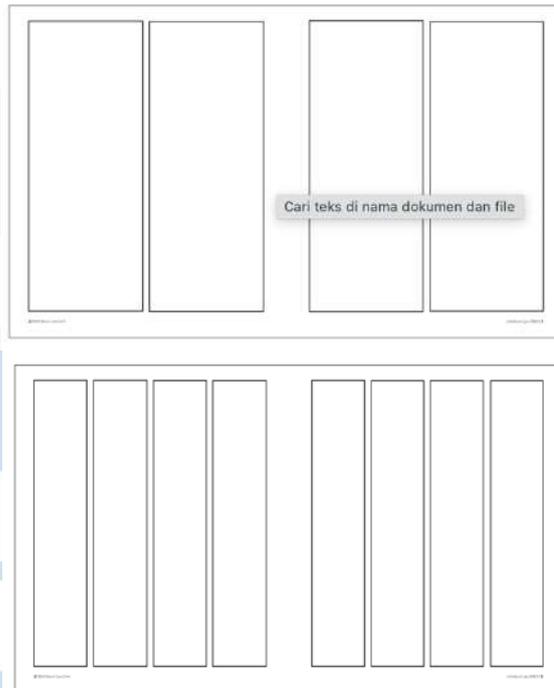
Merupakan grid satu kolom yang mana isi tulisan langsung dikelilingi oleh *margin* halaman. Di sekeliling tulisan akan ada bagian kosong pada sisi kiri, kanan, atas, dan bawah.



Gambar 2. 28 *Single-Column Grid*
Sumber: Landa (2014)

2. *Multi-Column Grid*

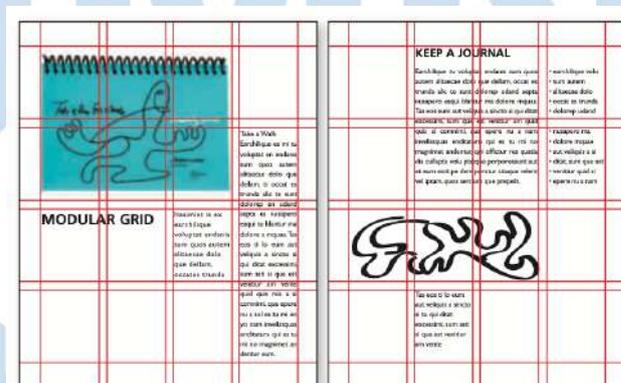
Merupakan jenis grid yang terdiri dari banyak kolom. Jumlah kolom dapat ganjil atau genap bergantung pada kebutuhan. Serta disesuaikan dengan proporsi desain.



Gambar 2. 29 Multi-Column Grid
Sumber: Landa (2014)

3. Modular Grid

Merupakan jenis grid yang terdiri dari modul-modul yang terbentuk dari pembagian kolom dan *flowlines*. Modular grid merupakan jenis grid yang paling fleksibel. Terlebih lagi apabila digunakan untuk menempatkan konten yang memiliki banyak gambar.



Gambar 2. 30 Modular Grids
Sumber: Landa (2014)

2.2 Media Informasi

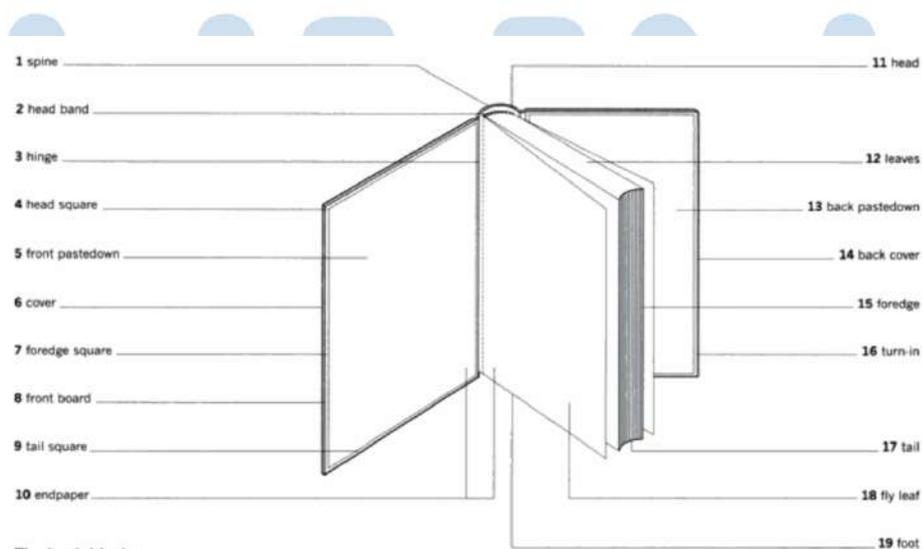
Baer (2008) mengungkapkan bahwa desain informasi adalah proses penerjemahan data yang kompleks menjadi suatu hal yang memiliki nilai, dan informasi yang berarti. Semakin rumit suatu informasi, maka semakin penting adanya suatu proses desain informasi. Manusia dapat memahami dan menerjemahkan kalimat, gambar, pergerakan, dan suara menjadi suatu arti. Melalui sebuah desain informasi, seorang desainer perlu menggunakan berbagai cara untuk membuat suatu informasi bermakna. Elemen seperti penulisan, *editing*, grafik, dan ilustrasi yang disertai beberapa kiat di dalamnya dapat membuat penyampaian informasi semakin efektif.

2.3 Buku

Haslam (2006) menjelaskan pengertian dari buku. Menurutnya, buku adalah suatu media yang berisi rangkaian halaman yang dicetak dan dijilid untuk tujuan menyampaikan pengetahuan kepada orang yang membacanya.

2.3.1 Komponen Buku

Menurut Haslam (2006), komponen dasar buku terbagi menjadi tiga bagian yaitu blok buku, halaman, dan grid. Setiap bagian diberi nama khusus untuk memudahkan pencetakan dan pemahaman terhadap buku.



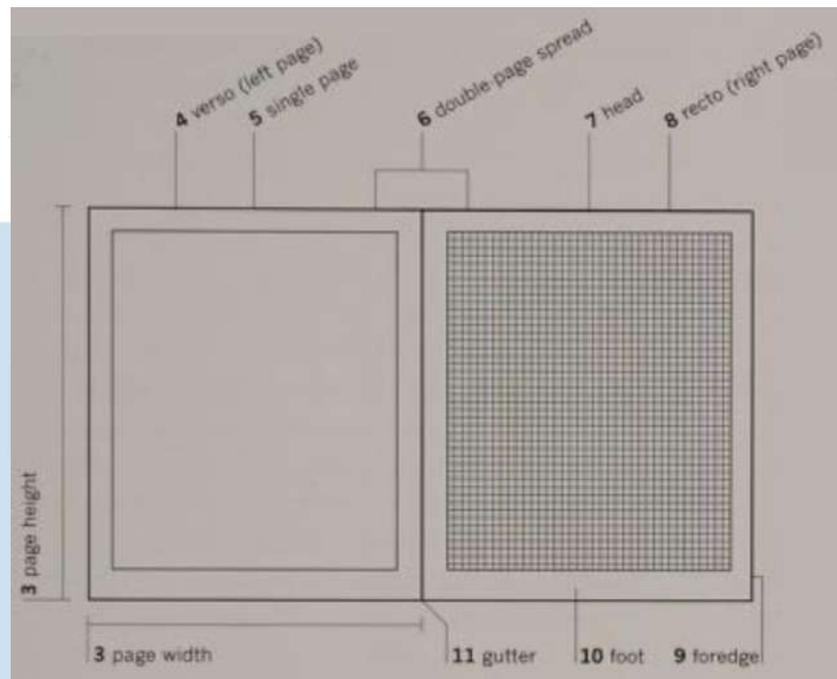
Gambar 2. 31 Komponen buku: blok buku

Sumber: Haslam (2006)

2.3.1.1 Blok Buku

1. *Spine* atau punggung buku, adalah bagian dari sampul buku yang menutupi bagian yang dijilid.
2. *Head band*, merupakan benang yang terikat dengan punggung buku untuk menyempurnakan hasil penjilidan.
3. *Hinge*, merupakan lipatan pada bagian ujung kertas antara *pastedown* dan *flyleaf*.
4. *Head square*, adalah bagian pinggir kecil sisa sampul buku akibat dari sampul yang lebih besar dari halaman dalam buku.
5. *Front pastedown*, lembar yang menempel dengan sisi belakang sampul buku bagian depan.
6. *Cover*, merupakan kertas tebal atau karton yang menempel dengan buku untuk melindungi buku.
7. *Foreedge square*, merupakan bagian kecil pelindung buku yang letaknya di ujung sampul.
8. *Front board*, yaitu papan pada sisi depan buku.
9. *Tall square*, bagian ujung bawah sampul yang ukurannya lebih besar dari halaman.
10. *Endpaper*, kertas tebal yang menempel dengan sisi belakang sampul untuk menghubungkan halaman sampul dan halaman pertama buku.
11. *Head*, bagian atas buku.
12. *Leaves*, lembar yang telah disatukan dalam buku.
13. *Back pastedown*, lembar yang menempel dengan sisi belakang sampul buku bagian belakang.
14. *Back cover*, sampul buku bagian belakang.
15. *Foreedge*, sisi- sisi buku bagian luar yang tidak tertutup punggung buku.
16. *Turn-in*, bagian kertas yang dilipat ke dalam untuk menutupi sampul.
17. *Tail*, bagian bawah buku.
18. *Fly leaf*, lembar halaman pertama setelah *endpaper*.
19. *Foot*, bagian bawah halaman.

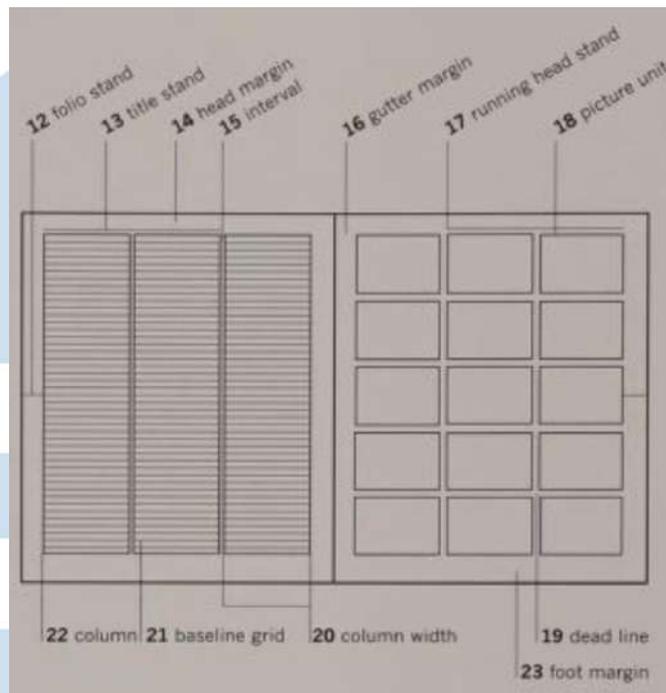
2.3.1.2 Halaman Buku



Gambar 2. 32 Format Halaman Buku
Sumber: Haslam (2006)

1. *Portrait*, merupakan format kertas yang ukuran tingginya lebih panjang daripada ukuran lebarnya.
2. *Landscape*, merupakan format kertas yang ukuran lebarnya lebih panjang daripada ukuran tingginya.
3. *Page height & width*, ukuran kertas pada halaman.
4. *Verso*, bagian kiri pada halaman.
5. *Single page*, sisi kiri pada lembaran kertas yang biasanya dijilid.
6. *Double-page spread*, dua halaman yang saling berhadapan dan dirancang seolah menjadi *single page*.
7. *Head*, merupakan sisi atas buku.
8. *Recto*, bagian kanan pada halaman.
9. *Foreedge*, tepi luar buku.
10. *Foot*, bagian bawah buku.
11. *Gutter*, merupakan *margin* atau batas jilid buku.

2.3.1.3 Grid Buku



Gambar 2. 33 Format Grid Buku
Sumber: Haslam (2006)

1. *Folio stand*, garis untuk menentukan posisi halaman.
2. *Title stand*, garis untuk menentukan posisi judul.
3. *Head margin*, batas atas halaman.
4. *Interval/column gutter*, ruang yang menjadi jarak pemisah kolom satu sama lain.
5. *Gutter margin/binding margin*, batas dalam halaman yang dekat dengan bagian penjilidan.
6. *Running head stand*, garis untuk menentukan posisi *running head*.
7. *Picture unit*, pembagian batas kolom dengan *baseline* dan dipisah dengan *dead line*.
8. *Dead line*, garis antara *picture units*.
9. *Column width/measure*, yaitu ukuran lebar kolom.
10. *Baseline*, merupakan batas bawah tulisan.
11. *Column*, merupakan kotak persegi panjang yang digunakan untuk menentukan posisi tulisan maupun gambar
12. *Foot margin*, batas bawah halaman.

2.4 Layout Buku

Dalam bukunya yang berjudul 'Book Design', Haslam (2006) menyatakan bahwa *layout* atau tata letak mencakup keputusan seorang desainer untuk meletakkan setiap elemen pada posisi yang tepat dalam halaman. Dua hal yang menjadi dasar dalam sistem tata letak adalah teks yang diatur di sekitar urutan baca dan gambar yang komposisinya ditempatkan dengan pertimbangan. Keseimbangan dari kedua hal ini menjadi panduan bagi berbagai model tata letak halaman. *Layout* sangat penting karena saat audiens membaca isi buku, yang akan dilihat adalah penataan isinya.

2.4.1 Mengatur *Layout: flatplans* menunjukkan posisi teks dan gambar

Flatplan merupakan susunan seluruh halaman yang digambarkan sebagai lembaran yang diberi nomor berurutan. Editor biasanya menandai perkiraan bagian depan, bagian bab, dan bagian akhir. Menentukan *flatplan* memungkinkan desainer untuk memperoleh gambaran yang jelas mengenai jangkauan buku. Selain itu dapat menunjukkan posisi teks dan gambar pada halaman. Berikut merupakan contoh *flatplan*.



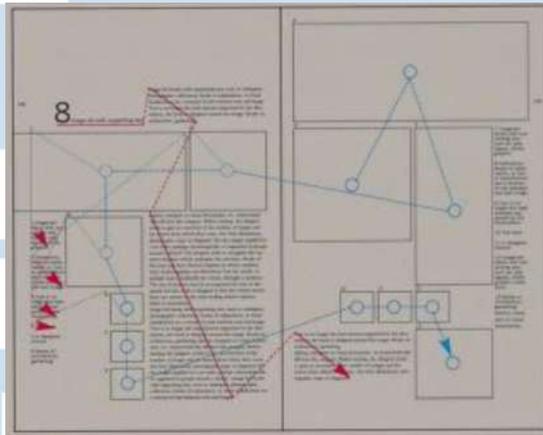
Gambar 2. 34 Contoh *Flatplan*
Sumber: Haslam (2006)

2.4.2 Pendekatan *Layout: buku berbasis gambar*

Buku berbasis gambar memiliki banyak elemen. Halaman akan lebih kompleks dan desainer perlu lebih banyak menentukan urutan baca dibandingkan pada halaman berbasis teks saja. Desainer perlu membuat *visual focal point* yang memandu pembaca pada halaman.

1. Halaman bergambar yang didukung oleh teks

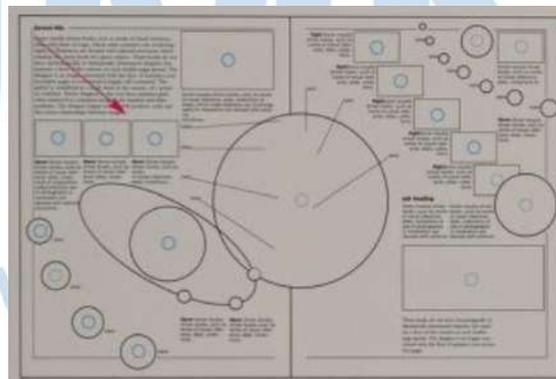
Dalam buku bergambar, yang memegang peranan untuk menarik perhatian pembaca adalah gambar. Teks keterangan akan memainkan peran pendukung pada halaman. Hubungan visual yang paling penting ada di antara gambar-gambar itu sendiri dan dapat menyampaikan narasi.



Gambar 2. 35 *Layout* Halaman Bergambar yang Didukung oleh Teks
Sumber: Haslam (2006)

2. Halaman sebagai dinding bagan

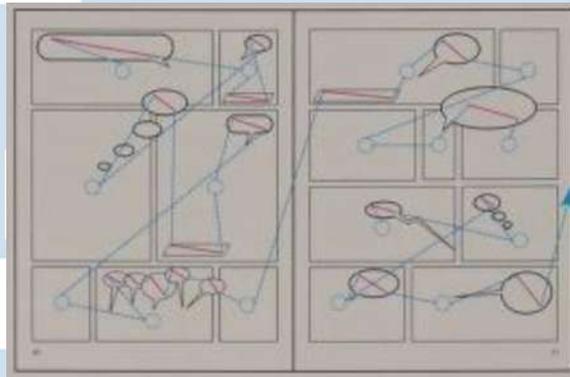
Bagan atau diagram tidak memiliki urutan baca. Oleh karena itu, urutan baca ditetapkan oleh pembaca, bukan desainer. Halaman yang dirancang dengan cara ini menggunakan sedikit grid namun konsisten pada margin, *baseline*, dan *folio position*.



Gambar 2. 36 *Layout* Halaman Sebagai Dinding Bagan
Sumber: Haslam (2006)

3. Buku komik dan novel grafis

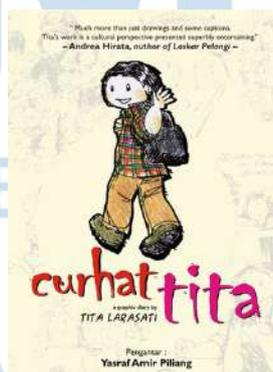
Tata letak pada buku komik atau novel grafis ditetapkan oleh ilustrator yang mana mengembangkan baik kotak gambar pada halaman maupun hubungan gambar dengan narasi. Bentuk gambar dan proporsi dari kotak dipertimbangkan melalui hubungannya dengan cerita.



Gambar 2. 37 *Layout* Buku komik dan Novel Grafis
Sumber: Haslam (2006)

2.5 *Graphic Diary*

Larasati (2020) mendefinisikan *graphic diary* karyanya sebagai suatu rekaman atau catatan visual dari kejadian sehari-hari. *Graphic diary* bukan sebuah buku dengan format komik konvensional yang menggunakan panel dan balon kata. Menurutnya, *graphic diary* merupakan sebuah *diary* yang tidak hanya berisi tulisan melainkan kebanyakan berisi gambar. Beberapa contoh *graphic diary* diantaranya Curhat Tita karya Tita Larasati, Cerita si Lala karya Sheila Rooswitha Putri, dan Kampung Boy karya LAT.



Gambar 2. 38 Contoh *Graphic Diary*
Sumber: <https://www.goodreads.com/en/book/show/3160150>

2.6 Ilustrasi

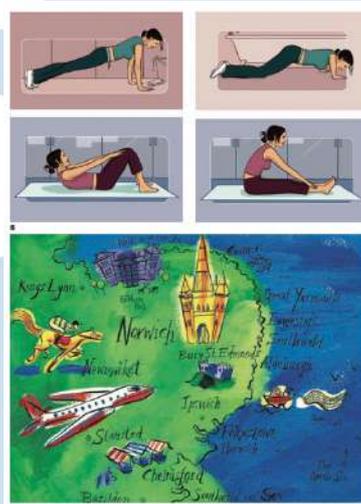
Male (2007) menjelaskan bahwa ilustrasi adalah media untuk menyampaikan pesan dan merupakan bahasa visual. Ilustrasi tidak terbatas pada hal-hal yang ada pada dunia nyata. Oleh karena itu, seseorang bebas berimajinasi dalam membuat suatu ilustrasi (hlm.10).

2.6.1 Fungsi Ilustrasi

Menurut Male (2007), ada 5 fungsi ilustrasi dalam menyampaikan suatu konteks menggunakan visual.

2.6.1.1 Dokumentasi, referensi, dan interaksi

Ilustrasi dapat digunakan untuk dokumentasi, memberi referensi, mendidik, menjelaskan, dan memberi instruksi dari berbagai konteks dan tema yang luas. Ilustrasi membuat suatu informasi lebih mudah dipahami. Oleh karena itu, ilustrasi dapat menjadi media belajar yang sangat baik.



Gambar 2. 39 Ilustrasi dokumentasi, referensi, dan interaksi
Sumber: Male (2007)

2.6.1.2 Commentary

Ilustrasi dapat digunakan untuk menyampaikan komentar atau aspirasi yang akan ditampilkan dalam surat kabar maupun majalah.

Dalam bidang ini, ilustrasi dapat menampilkan sindiran yang cukup keras kepada tokoh-tokoh politik. Bahasa visual yang digunakan harus

2.6.1.4 Persuasion

Ilustrasi dapat digunakan untuk kepentingan periklanan dengan tujuan komersial. Dalam bidang periklanan, Ilustrasi berfungsi untuk promosi dan menjual suatu produk, jasa, serta ide yang sesuai dengan keinginan klien. Pada bidang ini, audiens menjadi fokus utama bagi ilustrator. Oleh karena itu, ilustrator tidak boleh terpengaruh oleh keinginan pribadi dan ilustrasi yang dibuat harus tepat sasaran.



Gambar 2. 42 Ilustrasi *persuasion*
Sumber: Male (2007)

2.6.1.5 Identity

Ilustrasi dapat digunakan sebagai identitas visual suatu brand. Melalui ilustrasi, suatu produk yang terlihat biasa saja dapat meningkatkan nilainya. Dalam hal ini, ilustrasi dapat pula ditempatkan pada kemasan produk.



Gambar 2. 43 Ilustrasi *identity*
Sumber: Male (2007)

2.7 Gaya Gambar

Dalam bukunya yang berjudul *Comic Making*, Gumelar (2011) menyebutkan bahwa umumnya komik memiliki empat aliran gaya gambar. Aliran gaya gambar tersebut diantaranya.

- *Cartoon style*

Ciri dari aliran gaya ini adalah gambar yang tampak lucu. Seperti namanya, gaya kartun menghasilkan gaya yang tampak lucu. Penggambaran gaya ilustrasi kartun tidak terlalu mengikuti proporsi bentuk ideal dari objek yang sebenarnya. Beberapa contoh karakter kartun yang terkenal diantaranya Donald Duck, Smurf, Tintin, dsb.



Gambar 2. 44 Contoh *Gaya Cartoon*

Sumber: <https://www.flickr.com/photos/gameraboy/47989405833>

- *Semi cartoon style (semi realism style)*

Aliran semi realis merupakan perpaduan dari gaya realis dan kartun. Ciri aliran ini terlihat dari anatomi tubuh karakter yang hampir memiliki proporsi ideal. Namun, biasanya bagian wajah karakter akan dibuat sedikit berbeda. Beberapa contoh karakter dengan gaya semi realis adalah Naruto, Sailor Moon, Dragon Ball, dsb.

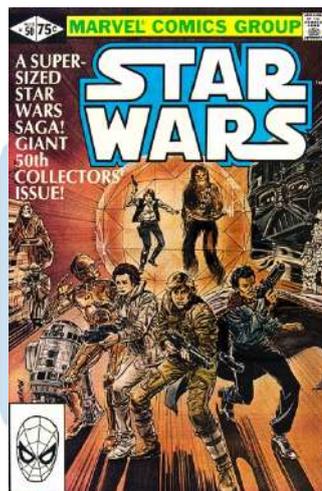


Gambar 2. 45 Contoh Gaya *Semi Cartoon*

Sumber: <https://www.flickr.com/photos/94517608@N07/9404155015/in/photostream/>

- *Realism style*

Aliran gaya realis menampilkan karakter dan gambar yang sesuai atau sangat mirip dengan contoh asli di kehidupan nyata. Misalnya melalui anatomi seperti postur, wajah, ras manusia maupun hewan serta tumbuhan, dan lainnya. Contoh karakter yang menggunakan gaya realis adalah City Hunter, komik Star Wars, Gundala, dsb.



Gambar 2. 46 Contoh Gaya Realis

Sumber: <https://www.flickr.com/photos/gameraboy/50037677751/in/photostream/>

- *Fine art style*

Aliran gaya ini seringkali berbentuk abstrak dan dekoratif. Gambar yang dibuat tidak terikat pada aliran gaya lainnya. Tujuan pembuatan gaya ilustrasi *fine art*

adalah nilai seni tanpa ikatan gaya tertentu. Ilustrator dapat menggunakan teknik menggambar apa pun dalam imajinasinya.



Gambar 2. 47 Contoh *Fine Art Style*

Sumber: <https://pixabay.com/illustrations/ice-cream-cat-drawing-fine-art-pen-2066817/>

2.8 Desain Karakter

Menurut Nashville Film Institute (n.d), desain karakter adalah suatu teknik pembuatan karakter bagi film animasi, komik, mainan, iklan, dan publikasi. Perancangan karakter merupakan proses untuk mengembangkan sepenuhnya gaya karakter, kepribadian, perilaku, dan keseluruhan tampilan visual dalam seni visual. Tujuan seorang desainer karakter membangun karakter adalah untuk menjadikannya sarana penyampaian cerita.

2.8.1 Proses Desain karakter

Menurut Nashville Film Institute (n.d), terdapat 10 proses dasar dalam mendesain suatu karakter. Berikut merupakan tahapan yang dapat dilakukan.

1. *Research*

Tahap pertama dalam proses desain karakter adalah *research*. Referensi sangat penting dalam merancang suatu karakter. Seorang desainer harus melakukan penelitian menyeluruh pada objek asli sebelum membuat sketsa karakter. Penelitian dapat memberikan pemahaman lebih dalam tentang bagaimana suatu makhluk bertindak, berjalan, ciri spesifiknya, dan tahap ini dapat membuat desainer semakin menyelami subjeknya.

2. *Target Audience*

Tahap kedua dalam proses desain karakter adalah mencari tahu *target audience*. Pengalaman *target audience* berpengaruh pada desain yang akan

dibuat. Mengetahui siapa yang menjadi *target audience* akan membantu dalam memutuskan bagaimana tampilan karakter, warna yang dipakai dan *mood* yang ingin dibangun dari karakter. Tahap ini dapat dilakukan dengan membuat brief klien secara demografi seperti usia, jenis kelamin, dan geografis audiens.

3. Gather Reference Images

Tahap ketiga dalam proses desain karakter adalah mengumpulkan foto referensi. Tanpa disadari, apa yang dilihat dan inspirasi dari seniman lain dapat memengaruhi desain yang ingin dibuat. Dengan melihat karya seniman lain yang pernah merancang tema maupun desain serupa untuk target audiens serupa dapat membantu perancangan karakter. Foto referensi dapat membantu ketika ada hal-hal yang membuat ragu seperti pakaian, gaya rambut, ekspresi wajah, pose, dll.

4. Define The Character

Tahap keempat dalam proses desain karakter adalah mendefinisikan karakter. Hal ini dilakukan dengan memikirkan karakteristik apa saja yang ingin dimiliki oleh karakter yang dirancang sebelum melakukan proses sketsa.

5. Conceptualization

Tahap kelima dalam proses desain karakter adalah *conceptualization*. Pada tahap ini desainer mengekspresikan ide tentang bagaimana karakter akan terlihat di kemudian hari. Desain karakter yang ideal harus memiliki suatu visi.

6. Origin of The Character

Tahap keenam dalam proses desain karakter adalah *origin of the character*. Pada tahap ini desainer perlu menentukan 'asal-usul karakter'. Memeriksa abad atau lokasi merupakan langkah penting untuk menentukan *tone* lingkungan maupun latar ketika akan mendesain karakter, Desainer perlu mempertimbangkan periode waktu karena gaya berpakaian dan kepribadian pada setiap periode waktu akan berbeda.

7. Name and Look of The Character

Tahap ketujuh dalam proses desain karakter adalah menentukan profil dasar dari karakter yang dirancang. Hal ini mencakup penentuan nama karakter, tinggi, usia, warna mata, warna rambut, ciri fisik (seperti bekas luka atau tahi lalat), tempat lahir ataupun alamat tempat tinggal karakter.

8. Redeeming Characteristic

Tahap kedelapan dalam proses desain karakter adalah *redeeming characteristic*. Pada tahap ini, desainer memberikan kualitas yang baik dan positif pada karakter. Misalnya sifat karakter yang baik, bersemangat, menawan, setia, sabar atau kualitas apa pun yang dianggap positif.

9. Fundamental Flaw of The Character

Tahap kesembilan dalam proses desain karakter adalah *fundamental flaw of the character*. Ini merupakan kelemahan dasar yang dimiliki karakter yang dirancang. Pada tahap ini, desainer memberikan sesuatu dalam diri karakter seperti sikap jahat atau kejam untuk mengembangkan perasaan tidak aman dsb.

10. The Motivation of The Character

Tahap kesepuluh dalam proses desain karakter adalah *the motivation of the character*. Pada tahap ini, desainer perlu mempertimbangkan motivasi karakter. Misalnya alasan mereka ada, petualangan apa yang ingin mereka lakukan dan mengapa. Desain karakter perlu memiliki suatu tujuan yang ingin mereka capai.

2.9 Desain Cover Buku

Dalam buku *Graphic Design Solutions* edisi ke-5, Landa (2014) mengemukakan tentang perancangan *cover* buku.

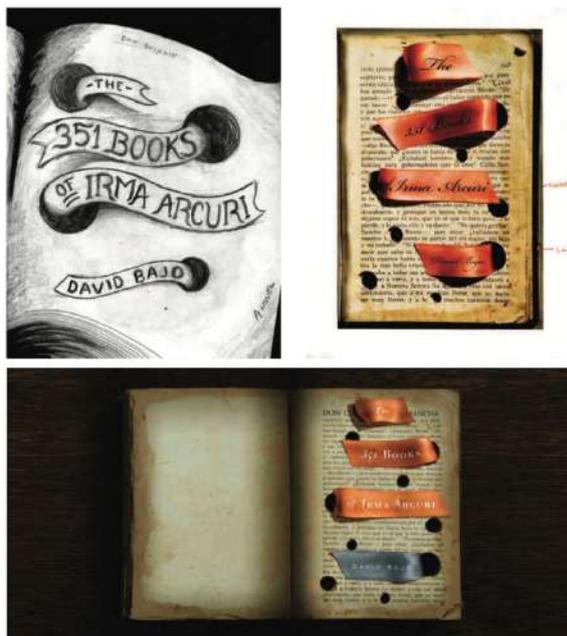
2.9.1 Tujuan Desain Cover

Desain *cover* buku dibuat untuk menarik perhatian audiens baik tampilannya dalam toko buku maupun penjualan secara *online*. Tujuan desain *cover* bersifat promosional dan editorial. Dalam konteks promosi, *cover* harus menarik perhatian pembaca. Sedangkan secara editorial harus bisa

mengkomunikasikan tema dan isi buku secara visual. Desain *cover* sangat penting karena memengaruhi keputusan audiens untuk membeli buku.

2.9.2 Proses Mendesain *Cover*

Dalam proses mendesain *cover*, langkah awal adalah membuat konsep, visualisasi, dan mengkomposisikannya. Untuk desain *cover*, ada komponen yang dibutuhkan. Untuk sebuah buku, biasanya diperlukan judul (dan subjudul), edisi, penulis, dan logo penerbit serta elemen khusus lainnya (penghargaan, dukungan, dan lain-lain).



Gambar 2. 48 Contoh Proses Perancangan *Cover* Buku
Sumber: Landa (2014)

2.9.2.1 Penggabungan Huruf dan Gambar

Sering kali *cover* buku merupakan penggabungan huruf dan gambar. Huruf dan gambar saling mendukung dan melengkapi dalam hal mengkomunikasikan subjek dan konsep desain. Keduanya juga memiliki hubungan yang mengkontraskan. Ada 4 cara dasar dalam menggunakan elemen tersebut, diantaranya:

1. *All-type*, yaitu menggunakan elemen huruf saja pada desain *cover*. Cara ini dapat diterapkan apabila desainer tidak memiliki anggaran biaya yang cukup untuk menyewa *illustrator* atau fotografer. Atau

- jika desainer meyakini bahwa menggunakan huruf saja pada *cover* adalah cara terbaik untuk mengkomunikasikan konsep desain.
2. *Type-driven*, yaitu ketika huruf menjadi elemen penggerak bagi audiens. Cara ini dilakukan dengan membuat judul buku atau nama penulis menjadi elemen visual yang mendominasi. Tujuannya untuk menarik audiens melalui arti judul atau reputasi penulis.
 3. *Image-driven*, yaitu ketika gambar menjadi elemen penggerak bagi audiens. Cara ini dilakukan dengan menjadikan gambar sebagai elemen visual yang mendominasi.
 4. *Visual-verbal synergy*, yaitu membuat huruf dan gambar bekerja sama dalam mengkomunikasikan makna desain. Cara ini menjadikan tulisan dan gambar tak terpisahkan, dan menjadikannya sebagai suatu simbol.

2.10 Quarter-Life Crisis

Dalam bukunya yang berjudul ‘Quarterlife Crisis: The Unique Challenges of Life in Your Twenties’, Robbins & Wilner (2001) menjelaskan terkait *quarter-life crisis*. Fase tersebut adalah suatu reaksi terhadap keadaan yang tidak menentu, ketidakberdayaan, kecemasan, dan situasi yang menghadapkan seseorang kepada banyak pilihan. *Quarter-life crisis* kebanyakan terjadi pada usia 20an yang terjadi akibat ketidaksiapan seseorang dalam menghadapi masa peralihan ke arah dewasa. Ketidaksiapan seseorang saat memasuki usia peralihan dapat menjadi guncangan yang tidak diduga. Kondisi yang tidak menentu saat fase *quarter-life crisis* terjadi dapat membawa dampak yang buruk.

2.11 Psikologi Remaja

Menurut Hurlock (1973) kata remaja dapat diartikan sebagai tahap pertumbuhan menuju dewasa. Dimulainya masa remaja ditandai ketika seorang anak mulai matang secara seksual dan diakhiri ketika telah memasuki usia yang matang secara hukum. (hlm. 206)

2.11.1 Ciri-ciri Masa Remaja

Menurut Hurlock (1973), masa remaja memiliki karakteristik yang berbeda dengan fase kehidupan sebelum maupun setelahnya.

- Masa remaja sebagai periode yang penting
Setiap masa atau fase kehidupan adalah penting. Namun, yang membedakannya adalah tingkat kepentingannya. Beberapa fase lebih penting dari yang lainnya karena memiliki dampak langsung terhadap tingkah laku dan cara bersikap. Pada masa remaja, perkembangan fisik dan mental penting karena membutuhkan penyesuaian dalam pembentukan cara bersikap dan minat yang baru.
- Masa remaja sebagai periode peralihan
Menurut Osterrieth (dikutip dalam Hurlock, 1973), masa remaja menjadi masa yang memiliki status yang tidak jelas. Remaja tidak dapat disebut sebagai anak-anak dan juga bukanlah orang dewasa. Akan ada kebingungan maupun perasaan ragu dalam menjalankan peran.
- Masa remaja sebagai periode perubahan
Pada masa remaja, perubahan secara fisik dan perilaku berlangsung dengan cepat. Perubahan yang terjadi dapat mencakup emosi, perubahan pada tubuh, minat, peran, yang kemudian disertai dengan perubahan nilai-nilai. Remaja akan mencari cara untuk menyelesaikan masalah menurut keinginannya. Bagi remaja, merasa diterima dan dihargai oleh teman sebaya lebih penting daripada banyaknya teman yang dimiliki.
- Masa remaja sebagai usia bermasalah
Pada masa ini, remaja mengalami kesulitan dalam menyelesaikan masalah. Ketika masih anak-anak, sering kali masalah akan diselesaikan oleh atau dengan bantuan orang tua dan guru. Ketika remaja, mereka tidak terbiasa mengatasinya sendiri. Selain itu, anggapan bahwa dirinya telah mandiri membuat remaja tidak menerima bantuan orang tua dan guru.

- Masa remaja sebagai masa mencari identitas
Menurut Erikson (dikutip dalam Hurlock, 1973), pada masa kanak-kanak, seorang individu berusaha untuk menyesuaikan diri dengan kelompoknya. Seorang anak akan berusaha meniru baik cara berpakaian, cara bicara, maupun cara bertingkah laku. Ketika masuk pada masa remaja, seorang individu berusaha untuk berbeda dan menginginkan identitas diri. (hlm. 208)
- Masa remaja sebagai usia yang menimbulkan ketakutan
Adanya ketakutan terhadap cara pandang buruk orang dewasa terhadap remaja. Pandangan tersebut membuat adanya suatu jarak antara seorang anak dengan orang tuanya. Hal ini menjadi penghalang bagi anak untuk meminta bantuan ketika menghadapi masalah.
- Masa remaja sebagai masa yang tidak realistik
Pada masa remaja, seorang individu akan mulai memandang lingkungan maupun kehidupannya dengan cara yang lebih realistik dibandingkan saat dirinya masih anak-anak. Hal tersebut dapat mengurangi perasaan kecewa ketika apa yang diharapkan tidak sesuai dengan keinginan.
- Masa remaja sebagai ambang masa dewasa
Remaja akan semakin berkembang menuju usia matang. Hal ini membuat mereka akan mencoba bertingkah laku sesuai dengan apa yang dianggap dewasa. Misalnya dengan mulai merokok, mencoba minuman beralkohol, menggunakan obat-obatan, hingga melakukan hubungan seks.

2.11.2 Keadaan Emosi

Dalam bukunya, Hurlock (1973) menjelaskan bahwa masa remaja disebut sebagai periode “badai dan tekanan”. Adanya tekanan secara sosial dan kondisi yang baru membuat remaja tidak stabil. Seorang remaja perlu menyesuaikan diri dengan hal-hal tersebut.

- Pola emosi remaja

Remaja dan anak-anak memiliki pola emosi yang sama. Hal yang membedakannya adalah hal yang merangsang emosi dan taraf emosinya. Remaja tidak mengungkapkan rasa marah dengan cara yang meluap-luap. Menggerutu, tak ingin bicara, atau mengkritik dengan suara yang keras menjadi cara mereka mengungkapkan perasaan marah.

- **Kematangan emosi**

Remaja yang telah matang secara emosi ditandai dengan pengendalian diri untuk tidak meluapkan emosi di depan orang lain. Melainkan menunggu situasi dan tempat yang cocok untuk mengungkapkan emosi. Remaja yang matang secara emosi juga tidak akan bereaksi tanpa mengenali situasi yang terjadi terlebih dahulu.

2.11.3 Minat Remaja

Dalam bukunya, Hurlock (1973) menjelaskan bahwa minat remaja dipengaruhi oleh jenis kelamin, kecerdasan, lingkungan sekitar, dan kesempatan dalam pengembangan minatnya. Minat remaja tidak lagi dipengaruhi dari minat ketika mereka masih anak-anak. Remaja memiliki beberapa minat yang dapat dikategorikan.

- **Minat Rekreasi**

Bentuk-bentuk minat rekreasi remaja diantaranya adalah remaja suka bermain & olahraga, bersantai, bepergian, melakukan hobi, menari atau berdansa, membaca, menonton film dan televisi, mendengarkan radio, bahkan melamun.

- **Minat Sosial**

Minat sosial dipengaruhi oleh status yang dimiliki seorang remaja. Misalnya banyaknya teman, atau bahkan status ekonomi keluarga. Minat sosial remaja yaitu minat pesta, minum minuman beralkohol, menggunakan obat-obatan terlarang, percakapan dengan teman, menolong orang lain, minat terhadap peristiwa yang terjadi di dunia seperti politik dan pemerintahan, serta menyukai hal-hal kritis.

- **Minat Pribadi**
Remaja memiliki minat yang kuat pada dirinya sendiri. Hal ini disebabkan karena penampilan sangat penting untuk memperoleh dukungan sosial dan diterima dalam kelompok. Minat pribadi dapat berupa minat pada penampilan, pakaian, prestasi, kemandirian, dan minat terhadap uang.
- **Minat pendidikan**
Minat remaja terhadap pendidikan dipengaruhi oleh minat terhadap pekerjaan. Mereka akan berminat pada mata pelajaran yang mendukung pekerjaan mereka nantinya. Namun ada pula yang tidak berminat pada pendidikan. Faktor yang mempengaruhi kurangnya minat remaja terhadap pendidikan diantaranya karena tuntutan orang tua yang terlalu tinggi, remaja kurang diterima oleh teman sekelasnya, maupun remaja yang penampilan fisiknya terlihat lebih dewasa sehingga dituntut memiliki prestasi yang lebih tinggi daripada kemampuannya.
- **Minat pekerjaan**
Remaja yang duduk di bangku sekolah menengah atas akan mulai berpikir tentang masa depan. Umumnya remaja laki-laki lebih berminat terkait pekerjaan dibandingkan remaja perempuan.
- **Minat agama**
Pada masa remaja disebut sebagai masa keraguan religius. Menurut Wagner (dikutip dalam Hurlock, 1973), remaja tidak mau menerima secara mentah-mentah ajaran agama. Mereka ingin mencari mempelajarinya dengan cara intelektual.
- **Minat pada simbol status**
Simbol status diyakini akan membuat seseorang yang memilikinya punya status yang lebih tinggi dalam kelompok sosial. Simbol status memiliki fungsi untuk menunjukkan status sosial ekonomi dan prestasi yang lebih tinggi, menunjukkan bahwa seorang remaja tergabung dalam kelompok dan diterima dalam kelompoknya.