

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Desain Grafis

Desain grafis adalah bentuk dalam komunikasi secara visual yang digunakan dalam penyampaian suatu informasi atau pesan kepada audiens. Hal ini merupakan visualisasi dari suatu ide. Solusi dari suatu desain grafis dapat memberikan informasi, membujuk, memotivasi, mengidentifikasi, merek, mengikutsertakan, membangkitkan, dan membawa atau mengandung berbagai arti yang dapat membuat perilaku seseorang terpengaruh (Landa, 2014, hlm. 1).

2.1.1 Elemen Desain Grafis

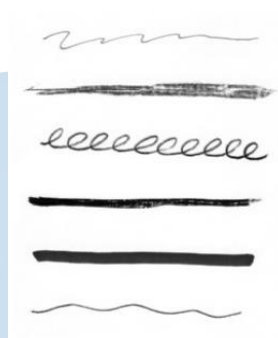
Desain grafis memiliki berbagai elemen (Landa, 2014, hlm. 19-28), antara lain:

2.1.1.1 Garis

Garis adalah sebuah titik yang memanjang yang merupakan jalur pergerakan suatu titik. Titik sendiri merupakan unit paling kecil suatu garis. Garis merupakan alat untuk memvisualisasikan sesuatu ketika digambar lintas di permukaan. Garis dapat dibuat dengan bermacam alat seperti pensil, kuas yang runcing, sikat yang runcing, gawai lunak, dan sebagainya.

Garis dapat mengarahkan mata audiens ke dalam direksi tertentu. Garis dapat digambar lurus, memiliki lengkungan maupun memiliki sudut dengan kualitas yang berbeda seperti tebal, tipis, dan sebagainya.

Garis memiliki berbagai fungsi seperti menegaskan bentuk. Kedua, membuat batasan komposisi serta mengorganisir komposisi. Garis juga dapat membuat garis pengelihat. Terakhir, garis dapat membuat ekspresi maupun gaya linear. (hlm. 19-20).

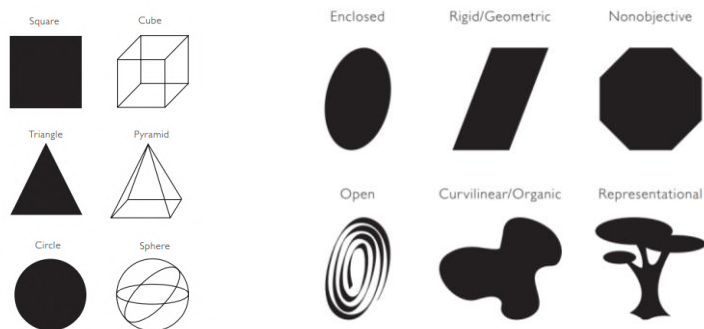


Gambar 2.1 Garis
Sumber: Landa (2014)

2.1.1.2 Bentuk

Bentuk merupakan garis luar/garis besar dari sesuatu yang digambar 2 dimensi/datar dengan tinggi dan lebar yang dapat diukur. Sebagian atau seluruh bentuk dapat dibuat dari garis, warna, tekstur serta nada.

Cara suatu bentuk dilukiskan menunjukkan suatu kualitas. Bentuk pada dasarnya dikembangkan dari bentuk dasar yaitu lingkaran, segitiga dan persegi (hlm. 20-21).



Gambar 2.2 Bentuk
Sumber: Landa (2014)

Dalam bentuk terdapat juga *figure/ground* (figur/latar belakang) yang merupakan ruang positif dan negatif. Ini merupakan prinsip suatu persepsi visual terhadap ruang suatu dimensi maupun bentuk. (hlm. 23-24).

2.1.1.3 Warna

Warna merupakan unsur desain yang sangat kuat. Kita dapat melihat warna karena ada cahaya. Pantulan cahaya adalah yang kita lihat sebagai warna atau dikenal sebagai warna *subtraktif*. Sedangkan warna pada layar digital dinamakan warna aditif (hlm. 23).

Elemen dalam warna dikategorikan menjadi 3. *Hue* merupakan nama warna antara lain merah atau hijau, biru atau oranye. *Value* mengarah pada terang ataupun gelap suatu warna (luminositas). *Saturation* adalah tingkatan kecerahan atau kekusaman suatu warna (hlm. 23).

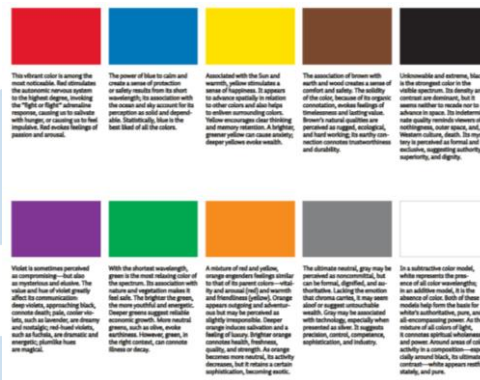
Warna primer aditif dalam media layar terdiri atas merah, biru, dan hijau (RGB). Hal ini karena ketiga warna ini jika dicampurkan akan menghasilkan warna putih.



Gambar 2.3 Sistem Warna Aditif
Sumber: Landa (2014)

1) Psikologi Warna

Insting serta biologis seorang manusia memiliki kaitan dengan warna menurut Samara (2014). Warna dapat digunakan untuk memberikan pesan psikologis terhadap suatu konten. Setiap warna memiliki pesannya tersendiri. Berikut berbagai makna dari warna secara psikologis (hlm. 122):



Gambar 2.4 Sistem Warna Aditif
Sumber: Landa (2014)

A. Merah

Termasuk warna primer. Memiliki warna yang *bold*, cerah serta *warm tone*. Warna ini mampu memberikan stimulasi manusia untuk menghindari diri dari situasi bahaya. Dapat juga membuat manusia merasakan gairah, impulsif, maupun lapar. Menurut Eiseman (2017), warna merah muda merupakan turunan warna merah yang melambangkan cinta dan kelembutan.

B. Biru

Termasuk warna primer. Merupakan *cool tone* yang memberikan kesan dapat dipercaya serta tenang. Memberikan efek yang menenangkan secara psikologis karena memiliki *wavelength* pendek. Sering dikaitkan dengan warna seperti langit dan laut yang memiliki efek rasa teguh dan aman.

C. Kuning

Termasuk warna primer. Merupakan *warm tone* yang dikaitkan dengan rasa ceria serta hangatnya matahari. Mampu membangkitkan semangat serta perasaan bahagia. Dapat digunakan sebagai warna peringatan serta untuk membuat manusia meningkatkan pemikiran yang kritis maupun daya ingat pada manusia.

D. Cokelat

Warna gabungan primer serta sekunder yang memiliki sifat yang netral dan dikaitkan dengan pepohonan maupun bumi. Merepresentasikan makna yang nyaman, aman, serta hangat. Memiliki makna negatif seperti kesepian, rasa terisolasi, serta kosong.

E. Hitam

Merupakan warna dengan kesan paling tegas. Digunakan untuk membatasi ruang karena kontras yang kuat. Diasosikan dengan kematian, rahasia, kejahatan, kekosongan, dan sebagainya. Memiliki kesan eksklusif serta formal.

F. Ungu

Campuran biru dan merah yang memiliki sifat yang susah dimengerti, magis serta misterius. Ungu gelap dapat diartikan sebagai rasa sengsara maupun canggih, ungu muda dapat mengandung unsur nostalgia.

G. Hijau

Campuran biru serta kuning yang mempunyai rasa segar, sejahtera, sehat seperti warna pada alam. Dikaitkan juga dengan pertumbuhan. Warna paling menenangkan dibandingkan semua warna karena memiliki *wavelength* paling pendek.

H. Jingga

Campuran merah dan kuning yang mempunyai efek psikologis seperti warna-warna utamanya. Memiliki efek stimulasi untuk memberikan rasa hangat, bersahabat, hingga semangat.

I. Abu-Abu

Campuran hitam dan putih. Dalam spectrum warna, ini adalah warna netral. Diasosikan dengan teknologi karena warnanya yang mencerminkan industrial.

J. Putih

Melambangkan kesucian, keutuhan, serta kemurnian dan sering digunakan untuk menunjukkan hal yang berkaitan dengan spiritualisme.

2.1.1.4 Tekstur

Tekstur merupakan kualitas suatu permukaan yang terdiri antara 2 kategori, yaitu visual serta sentuhan.

Tekstur seperti taktil yang dapat disentuh secara langsung disebut tekstur aktual. *Letterpress, stamping, engraving, debossing* serta *emboss* adalah teknik percetakan untuk menghasilkan tekstur ini. Ilusi tekstur yang terbuat dari tangan, difoto maupun dipindai dengan berbagai skill seperti menggambar, melukis, maupun fotografi disebut tekstur visual. Tekstur juga terdiri atas *pattern* yang merupakan pengulangan satu visual yang konsisten dalam satu area (hlm. 28).

2.1.2 Prinsip Desain Grafis

Berikut adalah berbagai prinsip dalam desain (Landa, 2014, hlm. 29-36):

2.1.2.1 Format

Format mengatur batas atau tepi luar dari suatu desain pada *substrat* maupun bidang. Desain grafis memiliki format yang beragam. Format terdiri atas *single formats* dan *multiple formats*. Dalam *single formats*, komposisi dibatasi menjadi 1 unit/1 halaman. Contohnya adalah billboard luar ruangan, kartu bisnis, *cover* dan sebagainya. Sedangkan *multiple formats* terdiri dari beberapa halaman berkelanjutan yang masih dalam satu harmoni atau kesatuan. Contohnya seperti brosur, koran, katalog, majalah, isi buku, dan sebagainya.

Setiap komposisi format harus sesuai batasan yang ada, dimana elemen grafis serta tanda dapat disesuaikan dengan format, tidak hanya mempunyai *white space* saja (hlm. 29-30).

2.1.2.2 Keseimbangan

Keseimbangan merupakan penyebaran visual yang merata pada setiap komposisi agar mencapai kestabilan sehingga tercipta harmoni. Komposisi memengaruhi orang yang melihat desain. Komposisi seimbang mencerminkan stabilitas dan komposisi tidak seimbang tidak disukai karena tak stabil.

Keseimbangan dalam komposisi terdiri dari simetris (distribusi visual merata), asimetris (distribusi visual dititikberatkan pada satu poin), dan radial (gabungan simetris horizontal dan vertikal) (hlm. 30-33).

2.1.2.3 Hierarki Visual

Hierarki visual bertugas dalam pengaturan informasi/ pengaturan semua unsur desain grafis. Desain diatur berdasarkan penekanan dengan menata visual sesuai kepentingan. Elemen-elemen yang paling penting dilihat ditonjolkan diantara elemen lain. Hal ini disebut dengan *emphasis*. Elemen yang harus dilihat orang pertama, kedua hingga seterusnya (hlm. 33-34).

2.1.2.4 Irama

Ritme dalam desain diatur dengan mengulang pola elemen dengan konsisten dan kuat agar audiens dapat menelusuri halaman dengan baik. Interval antar posisi elemen dibuat untuk mengatur irama dalam halaman. Visual yang mengalir selaras sangat dibutuhkan dalam desain dengan lebih dari satu halaman, seperti web, majalah, *motion graphic*, buku, dan sebagainya. Warna, penekanan, keseimbangan, figur/latar belakang dapat turut andil dalam pembentukan ritme.

Dalam irama terdapat repetisi. Repetisi adalah konsistensi dalam pengulangan beberapa unsur visual beberapa kali. Sedangkan

variasi dibentuk dengan memodifikasi elemen bentuk visual. Tetapi, ketukan dalam membaca akan berkurang jika variasi terlalu banyak (hlm. 35-36).

2.1.2.5 Hukum Organisasi Perseptual

Hukum organisasi perseptual adalah sebagai berikut (Landa, 2014, hlm. 36-37):

1) *Similarity*

Pengelompokkan elemen dengan ciri sama, seperti dalam arah, tekstur, warna atau bentuk.

2) *Proximity*

Unsur yang berdekatan dianggap milik bersama.

3) *Continuity*

Koneksi dalam visual pada bagian-bagian elemen. Kesan bergerak muncul saat ada elemen yang muncul sebagai kelanjutan elemen sebelumnya.

4) *Closure*

Menghasilkan bentuk lengkap dengan penghubungan elemen-elemen individu dalam pikiran.

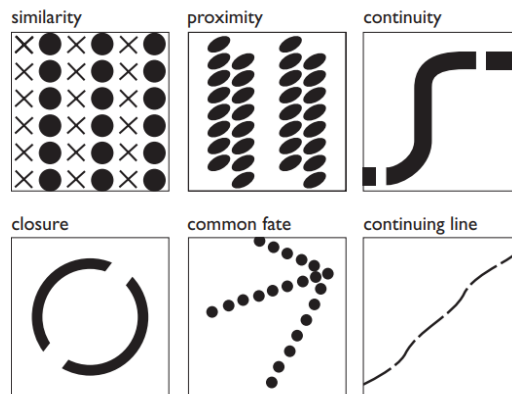
5) *Common fate*

Elemen yang bergerak ke arah yang sama akan ditangkap sebagai kesatuan.

6) *Continuing Fate*

Garis yang putus dianggap garis tersirat karena audiens dapat melihat pergerakan.

U M W N
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.5 Hukum Organisasi Perseptual
Sumber: Landa (2014)

2.1.3 Tipografi

Tipografi atau jenis huruf merupakan satu unit karakter yang digabung dengan konsistensi visual. Hal ini agar jika huruf dimodifikasi karakter tetap dikenali. Huruf, simbol, angka, tanda, tanda aksen serta tanda baca merupakan bagian dari jenis huruf. Tipografi dulu ditulis dengan relief logam, tetapi sekarang merupakan satu unit file digital yang lengkap (hlm. 44).

Dalam tipografi, penting untuk memastikan readability serta legibility. Tingkat unsur keterbacaan teks dipastikan dalam readability agar teks mudah dibaca audiens. Hal ini dipengaruhi oleh jenis huruf yang dipilih, ukuran, margin, jarak, warna maupun kertas yang dipilih. Sedangkan komunikasi dapat dipastikan lancar dengan melihat tingkat kemudahan audiens dapat membaca serta memahami huruf yang dipakai dalam desain. Hal ini disebut legibility (hlm. 53).

2.1.3.1 Jenis Tipografi

Jenis tipografi dibagi menjadi beberapa bagian menurut Landa (2014) (hlm. 47):



Gambar 2.6 Jenis Tipografi *Single Letterform*
Sumber: Landa (2014)

1) ***Old Style or Humanist***

Tipografi asal Roman abad 15 dengan karakteristik huruf serif dengan siku dan penekanan yang kurang. Contohnya, Times New Roman, Caslon, Hoefler Text, Garamond.

2) ***Transitional***

Berasal dari abad 18. Tipografi serif dengan gaya transisi dari tradisional ke gaya modern. Century, Baskerville, ITC Zapf International merupakan contoh tipografi ini.

3) ***Modern***

Berasal dari akhir abad 18 dan awal abad 19. Tidak seperti tipografi lama yang dibentuk pena pahat, bentuk tipografi ini geometris. Tipografi ini memiliki goresan yang tebal tipis dan kontras, stres vertikal, dan tipografi Romawi paling simetris. Contohnya adalah Bodoni, Walbaum, dan Didot.

4) ***Slab Serif***

Berasal dari awal abad 19. Tipografi *serif* yang berat serta mirip lempengan. Egyptian dan Clarendon merupakan *sub* kategori. Tipografi terdiri dari American Typewriter, ITC Lubalin Graphc, Memphis, Bookman, dan Clarendon.

5) ***Sans Serif***

Berasal dari awal abad 19. Tipografi *sans serif* dengan guratan yang tebal tipis. Contohnya adalah Grotesque, Futura, Franklin Gothic, Universal, Frutiger. *Sub* kategori antara lain Grotesque, Geometric, Humanist, dan sebagainya.

6) *Blackletter*

Dibuat berdasarkan manuskrip abad 13-15 yaitu gothic. *Stroke* berat, huruf yang kenal dengan kurva yang sedikit merupakan ciri tipografi ini. Rotunda, Fraktur, dan Schawabacher merupakan contoh tipografi. Textura dengan huruf hitam digunakan untuk Alkitab Gutenberg.

7) *Script*

Tipografi yang menyerupai tulisan tangan. Brush Script, Allegro Script, Shelley Allegro Script serta Snell Roundhand Script merupakan contoh tipografi ini.

8) *Display*

Tipografi yang diperuntukkan untuk diaplikasikan dalam ukuran lebih besar. Hal ini berguna dalam membuat judul atau tajuk berita. Tipografi ini biasa dihias, rumit, dibuat menggunakan tangan, dan jatuh pada kasifikasi lain sehingga susah dibaca sebagai tipe teks.

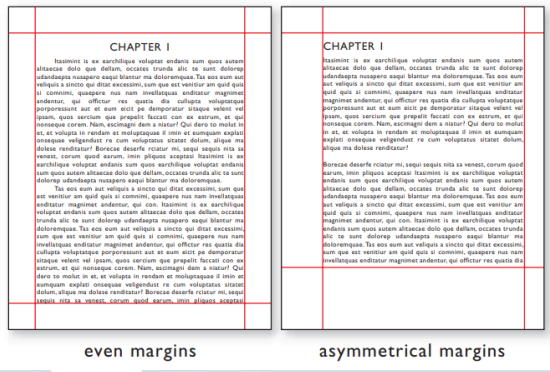
2.1.4 *Grid*

Grid merupakan panduan komposisi elemen desain yang membantu dalam perancangan desain halaman baik untuk media digital atau cetak. Komposisi ini terbuat dari garis horizontal dan vertikal yang membentuk margin serta kolom. Berikut adalah berbagai jenis *grid* menurut Landa (2014) (hlm. 174 - 181):

dapat membaca serta memahami huruf yang dipakai dalam desain. Hal ini disebut legibility (hlm. 53).

2.1.4.1 *Single column grid*

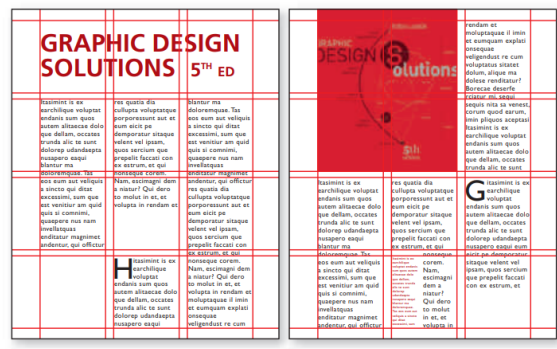
Single column grid atau *manuscript grid* merupakan *grid* paling dasar. Struktur memakai 1 kolom atau blok yang dikelilingi berbagai margin. Margin terdiri dari margin kiri, kanan, bawah, atas (hlm. 175).



even margins asymmetrical margins
 Gambar 2.7 Single column grid
 Sumber: Landa (2014)

2.1.4.2 Multicolumn grid

Multicolumn grid merupakan jenis *grid* yang mengutamakan kesejajaran sebagai pembatas agar konten tak keluar dari urutan. *Grid* ini juga merancang kolom untuk visual atau ukuran teks besar (hlm. 177-197).



Columns can be dedicated to text or image or image and captions. Text and images can share columns.

Gambar 2.8 Multicolumn grid
 Sumber: Landa (2014)

2.1.4.3 Modular Grid

Dalam *modular grid* terdapat modul serta unit individu. *Grid* ini dibuat dengan perpotongan kolom. Satu atau beberapa modul *grid* dapat ditempati gambar maupun teks. Fungsi *grid* ini untuk pengelompokan informasi kedalam zona-zona maupun dimasukkan dalam modul individu. *Grid* ini banyak digunakan dalam perancangan konten dengan ilustrasi yang banyak. Hal ini karena *modular grid* fleksibel (hlm. 181).

2.2 Media Informasi

Menurut Coates & Ellison (2014), definisi dari media informasi bermacam-macam, yaitu merupakan visualisasi dari suatu data atau juga media untuk mengkomunikasikan informasi (hlm. 10).

Media informasi mampu memberikan data maupun fakta dengan jelas kepada audiens. Media informasi membantu seseorang memahami suatu informasi yang rumit menjadi sederhana (hlm. 20).

2.2.1 Jenis Media Informasi

Terdapat 3 jenis media informasi menurut Qorib & Saragih (2019) yaitu media cetak, media elektronik, dan media daring. Terdapat satu media informasi tambahan yaitu media campuran oleh Price (2017).

2.2.1.1. Media Cetak

Media yang di *print* pada kertas. Dapat berupa buku, brosur, koran, majalah, *newsletter*, serta buletin. Media ini mempunyai karakteristik dimana media dapat dibawa serta dibaca kapanpun hingga tak lekang oleh waktu.



Gambar 2.9 Media Cetak
Sumber: starcreative.ie (n.d.)

2.2.1.2. Media Elektronik

Media elektronik menggunakan teknologi dengan basis listrik seperti lewat televisi, radio, film, dan sebagainya. Media elektronik memiliki tingkat penyebaran informasi yang sangat cepat dan dapat menjangkau banyak kalangan secara luas serta dikemas dengan audio maupun penggabungan dari audio dan visual.



Gambar 2.10 Media Elektronik
Sumber: dmdgo.com (n.d.)

2.2.1.3. Media Daring

Media *online* ini memberikan informasi secara daring seperti lewat media sosial, *website*, email, dan sebagainya. Media ini dapat menampung berbagai informasi dengan jumlah tak terbatas. Informasi-informasi tersebut juga dapat dipublikasikan serta diakses kapan saja. Semua orang yang mempunyai akses ke internet di dunia ini dapat mengakses informasi dari berbagai media daring.



Gambar 2.11 Media Daring
Sumber: setkab.go.id/situasi-kondusif-pembatasan-komunikasi-media-sosial-dicabut/ (2021)

2.2.1.4. Media Campuran

Media campuran atau *hybrid* menggabungkan media digital serta media konvensional menjadi suatu kesatuan. Media ini memodifikasi media digital dan konvensional untuk mengalirkan suatu informasi.

2.2.2 Fungsi Media Informasi

Menurut Turow (2019), media informasi memiliki beberapa fungsi bagi masyarakat sebagai berikut:

2.2.2.1. Media untuk Mencari Kesenangan

Manusia mencari kesenangan sebagai hasrat dasar yang setiap manusia miliki. Seseorang dapat menemukan kesenangan dengan menonton lewat televisi, membangun jaringan di media sosial, hingga membaca. Manusia dapat menggunakan informasi dari suatu media untuk dijadikan bahan diskusi terhadap sesama.

2.2.2.2. Media untuk Menjalinkan Persahabatan

Manusia dapat merasakan adanya persahabatan ketika sedang merasa kesepian dari media sosial.

2.2.2.3. Media untuk Melakukan Pengamatan

Dapat digunakan untuk mengamati informasi atau hal-hal yang sedang terjadi disekitar.

2.2.2.4. Media untuk Menafsirkan Sesuatu

Media dapat dijadikan wadah seseorang untuk mengetahui penyebab ketika ada sesuatu yang terjadi, siapa atau tindakan apa yang harus seseorang lakukan untuk mengatasi sesuatu.

2.3 Copywriting

Copywriting merupakan suatu kata yang dirangkai untuk memunculkan kekuatan yang dapat memunculkan rasa hingga memberi pengaruh pembaca untuk melakukan hal yang disampaikan oleh *copy writer* atau penulis (Ananda, 1978). Menurut Agustrijanto (2006), kata yang dipilih dalam *copywriting* untuk dituju kepada target audiens harus menggunakan kata serta bahasa tepat, singkat, dan jelas. Menurut Charles (2020), *copywriting* adalah penjual di belakang tulisan, di mana tulisan dibuat untuk membuat rasa yakin audiens terhadap produk meningkat. Maka *copy writer* harus membuat tulisan atau *copy* yang mampu membuat audiens tertarik atau menarik perhatian mereka, dapat mengkomunikasikan sesuatu secara persuasif, hingga dapat membuat audiens menanyakan tanggapan.

2.3.1 Kunci dalam *Copywriting*

Untuk menarik perhatian audiens akan pesan yang ingin disampaikan penulis, pemilihan kata yang tepat perlu sangat diperhatikan. Oleh karena itu, terdapat 3 kunci *copywriting* menurut Charles (2020):

2.3.1.1 *Human Emotion*

Suatu *copywriting* yang baik dapat dihasilkan dari *copy writer* yang mampu memahami sifat atau emosi dari audiens yang dituju.

2.3.1.2 *Data Analytics*

Salah satu kunci penting *copywriting* adalah melakukan analisa terhadap data. Analisis terhadap data dapat meningkatkan efektivitas sebesar 55% dalam penargetan serta segmentasi audiens.

2.3.1.3 *Compliance*

Penulis menggabungkan pemahaman emosi dan analisa data audiens dan melakukan penerapan berdasarkan batasan *platform* yang dituju.

2.4 Buku

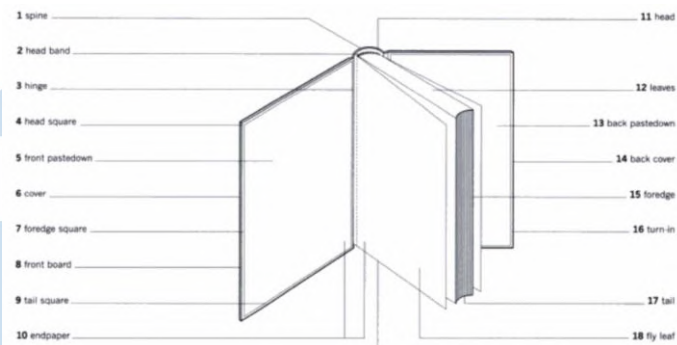
Menurut Haslam (2006, hlm. 6-9), buku merupakan media dokumentasi terlama dalam sejarah yang sudah ada sekitar 4000 tahun lalu. Buku adalah sebuah wadah yang dicetak dengan isi rangkaian halaman untuk menguraikan serta memberikan pengetahuan pada orang yang membaca. .

2.4.1 Komponen Buku

Terdapat 3 komponen buku menurut Haslan (2006, hlm. 20-21) antara lain:

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 *The Block Book*



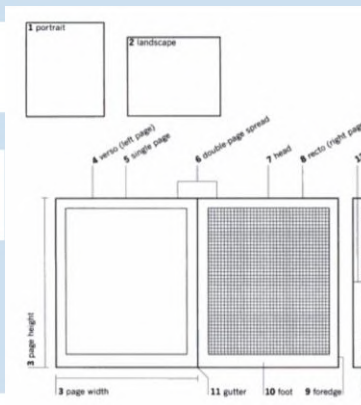
Gambar 2.12 *The Block Book*

Sumber: Haslam (2006)

1. *Spine* merupakan lapisan sampul penutup tepi buku yang dijilid.
2. *Head band* merupakan benang tipis untuk jilid sampul.
3. *Hinge* merupakan suatu lipatan yang terletak pada *endpaper* dengan posisi antara *pastedown* serta *fly leaf*.
4. *Head square* merupakan pelindung *cover* buku dengan ukuran lebih besar dari isi buku.
5. *Front pastedown* merupakan *endpaper* yang melekap pada *front board*.
6. *Cover* merupakan kertas ataupun papan yang melindungi isi dalam buku.
7. *Foredge square* merupakan bagian yang melindungi tepi serta merupakan penyatu *cover* serta halaman belakang.
8. *Front board* merupakan suatu sampul yang terletak di depan buku.
9. *Tail square* merupakan protektor *cover* bagian bawah dengan ukuran lebih besar dari halaman buku.
10. *Endpaper* merupakan pelapis fragmen dalam *cover* serta penyokong dari *fly leaf*.
11. *Haed* merupakan bagian yang terletak di atas buku.
12. *Leaves* merupakan gabungan dua sisi kertas yang dijilid
13. *Back pastedown* merupakan kertas terakhir yang direkatkan pada bagian dalam buku.

14. *Back cover* merupakan sampul belakang buku.
15. *Foredge* merupakan sudut yang terletak pada depan buku.
16. *Turn-in* tepi pada kertas yang dilipat ke dalam *cover*.
17. *Tail* merupakan bagian bawah buku.
18. *Foot* merupakan bagian bawah halaman.

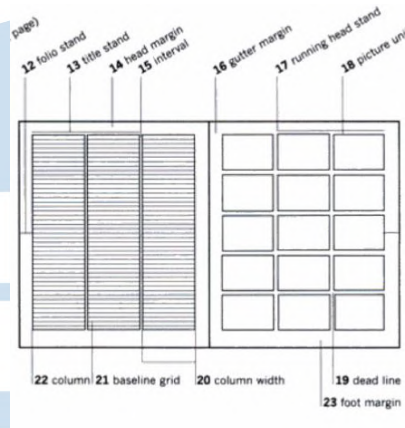
2.4.1.2 *The Page*



Gambar 2.13 *The Page*
Sumber: Haslam (2006)

1. *Spine* merupakan lapisan sampul penutup tepi buku yang dijilid.
2. *Portrait* merupakan halaman dengan tinggi lebih besar dari lebar suatu halaman.
3. *Landscape* merupakan halaman dengan lebar lebih besar dari tinggi.
4. *Page height and width* merupakan ukuran halaman.
5. *Verso* merupakan halaman kiri (biasa bernomor ganjil)
6. *Single page* merupakan 1 halaman yang terkait dengan sisi kiri.
7. *Double-page spread* merupakan dua halaman berhadapan yang di desain seperti satu halaman.
8. *Head* merupakan bagian atas pada sebuah buku.
9. *Recto* merupakan halaman kanan (biasa bernomor genap)
10. *Foredge* merupakan sisi depan pada suatu buku.
11. *Foot* pada buku merupakan bagian bawah.
12. *Gutter* merupakan suatu sisi buku terjilid.

2.4.1.3 The Grid



Gambar 2.14 *The Grid*
Sumber: Haslam (2006)

1. *Folio stand* merupakan garis penentu letak halaman.
2. *Title stands* merupakan garis penentu posisi suatu judul.
3. *Head margin* merupakan sisi jarak bagian atas.
4. *Interval/column gutter* merupakan space vertikal pembagi untuk pemisahan kolom.
5. *Gutter margin/binding margin* merupakan batas terdekat dengan posisi jolid/ batas dalam
6. *Running head stand* merupakan garis penentu heading atas buku.
7. *Picture unit* merupakan pembagian suatu kolom yang terpisah dengan garis yang tidak terpakai.
8. *Dead line* merupakan pemisah antara picture units.
9. *Column width/measure* merupakan penentu panjang garis dengan melihat lebar kolom.
10. *Baseline* merupakan tempat peletakkan teks.
11. *Column* merupakan jarak persegi penentu untuk penyusunan tulisan.
12. *Foot margin* merupakan sisi jarak bagian bawah.

2.4.2 Layout Buku

Layout membantu desainer menentukan, mengatur serta mengorganisir komposisi berbagai elemen dalam halaman buku (Haslam, 2006, hlm. 40). Terdapat beberapa tahap dalam membuat *layout*, antara lain:

2.4.2.1 Menyiapkan Konten Seperti Tulisan dan Gambar

Mengatur peletakkan konten baik secara manuskrip maupun digital. Desainer harus dapat menghitung dan memperkirakan pembagian teks serta jumlah dan peletakkan gambar (hlm. 140).

2.4.2.2 Mengorganisir *Layout*

Flatplan adalah diagram rancangan semua halaman buku. Desainer dapat membuatnya berdasarkan manuskrip ataupun meletakkan teks dalam templat. Hal ini agar desainer dapat mengetahui total halaman yang dibutuhkan dalam suatu buku (hlm. 140-141).

2.4.2.3 *Storyboards* (Penulisan untuk Peletakkan Gambar)

Storyboards dibuat setelah *flatplan* dirancang. Digunakan untuk penggambaran *layout* konten secara detail setelah semua data teks serta gambar sudah diperoleh (hlm. 143).

2.4.2.4 *Layout* Berdasarkan Teks

Membuat pengaturan konten agar pembaca dapat langsung memiliki relasi dengan pesan yang disampaikan oleh penulis buku. (hlm. 143).

2.4.2.5 Pendekatan *Layout*: Buku Berdasarkan Teks

Pengaturan awalnya akan lebih mudah menggunakan *layout single columned-text*, lalu setelah itu dikembangkan menjadi berbagai *layout* lebih kompleks. Pengaturan harus memperhatikan keseimbangan agar pembaca dapat menangkap informasi secara cepat (hlm. 144-145).

2.4.2.6 Pendekatan *Layout*: Buku Berdasarkan Gambar

Layout ini memiliki banyak elemen. Tingkat kompleks ditentukan dari susunan serta *layout* dari desainer. *Focal points*

dibuat sebagai visual utama dengan gambar sekunder (*principal focal points*) sebagai pendukung (hlm. 146).

2.4.2.7 Layout Berdasarkan Halaman Sebagai Gambar

Layout dirancang untuk dapat menonjolkan gambar (ilustrasi, lukisan, foto). Teks dalam *layout* digunakan sebagai pelengkap (hlm 147-148).

2.4.2.8 Skrip: Memvisualisasi Suatu Percakapan

Memiliki bentuk *layout* dimana terdapat kolom nama suatu karakter dan kolom berisi dialog percakapan. Digunakan untuk akting.

2.4.3 Printing

Haslam (2006, hlm. 210-218) membagi *printing* dalam 4 tipe, antara lain:

2.4.3.1 Relief Printing

Tinta yang berasal dari permukaan tulisan atau gambar dengan posisi terbalik ditekan pada kertas. Hal ini memunculkan gambar/tulisan pada kertas.

2.4.3.2 Planographic Printing

Mencetak dengan penempelan bagian yang ingin dikenakan tinta pada kertas dengan lempengan. Bagian yang tidak terkena lempengan tidak akan terkena tinta. Teknik biasa digunakan hingga zaman sekarang dalam produksi buku.

2.4.3.3 Intaglio Printing

Teknik dengan proses meliputi penggoresan pengukiran, hingga *gravure*. Tinta diletakkan pada plakat, permukaan dikikis sehingga tinta tertinggal dalam berbagai sela yang kecil. Hal ini agar tinta dapat pindah ke kertas dari sela-sela ketika kertas ditekan.

2.4.3.4 Screen Printing

Teknik cetak dimana tinta dipaksa keluar dari *stencil* menuju kertas.

2.4.4 Binding

Penjilidan dibagi Haslam (2006, hlm. 233-238) menjadi beberapa tipe sebagai berikut:

2.4.4.1 Library Binding

Penjilidan yang diperuntukkan untuk buku dengan penggunaan yang berat dan berumur panjang. Memiliki ciri khas yaitu dibuat menggunakan tangan dengan material kulit maupun kain dengan *cover* seperti *millboard*.

2.4.4.2 Case Binding

Disebut juga *binding* untuk edisi. Terdiri atas 3 bagian (sampul depan dan belakang serta *spine*) yang dikaitkan menjadi satu baik menggunakan tangan ataupun mesin.

2.4.4.3 Perfect Binding

Jenis *binding* termurah dimana sisi kertas di lem pada kain kasa serta *cover*.

2.4.4.4 Concertina Books or Broken-Spine Binding

Disebut juga penjilidan Cina atau Prancis. Halaman dibuat dan dapat dibuka menyerupai gulungan concertina sehingga tampak seperti 1 kertas halaman saja.

2.4.4.5 Saddle-wire Stritching

Merupakan penjilidan staples dimana diperuntukkan untuk buku dengan halaman tipis/sedikit. Biasa digunakan seperti untuk katalog atau majalah.

2.4.4.6 *Spiral Binding*

Penjilidan dimana buku dapat dibuka dan dilipat sempurna hingga ke belakang (180 derajat).

2.4.4.7 *Loose-leaf Binding*

Jenis penjilidan ini membuat pembaca dapat melepas dan memasang kembali jilid untuk mengambil atau memasukkan halaman.

2.4.4.8 *Shrink-wrapping*

Biasa digunakan untuk pop-up book. Penjilidan dimana buku disegel menggunakan cellophane tub atau polythene.

2.4.5 Jenis Buku

2.4.5.1 Buku Fisik

Menurut Andriese (1993), buku dapat diartikan sebagai informasi yang dituangkan atau dicetak pada kertas. Kertas berisi informasi ini kemudian dijadikan satu dengan penggunaan jilid untuk menyatukan seluruh kertas menjadi buku.

2.4.5.2 Buku Digital

Menurut Saefullah (2016), buku digital merupakan informasi seperti teks, gambar atau video digabung kedalam suatu format digital. Dapat diakses menggunakan perangkat digital seperti *handphone* hingga komputer. Tersedia dalam beberapa format seperti PDF, HTML, TXT, Epub, dan sebagainya. Terdiri atas buku elektronik (*e-book*) dan *audio book*.

2.4.6 Buku Self-Help

Buku *self-help* merupakan media membantu diri sendiri dalam bentuk buku yang dapat digunakan dalam mengatasi permasalahan dalam

diri seperti yang berkaitan dengan psikologis. Buku dapat dipilih untuk menjadi media *self-help* karena dapat mudah dipahami, bermanfaat, serta praktis untuk dibawa seseorang kemanapun (Bergsma, 2007).

Buku *self-help* memberikan informasi maupun membimbing seseorang untuk dapat melakukan suatu perubahan dalam diri dengan memberikan instruksi. Buku ini biasanya mengangkat tema permasalahan seperti perkembangan dalam diri dan mengenai cinta kepada diri sendiri serta *mindfulness* (Starker, 2002).

Manfaat buku *self-help* sebenarnya dapat dirasakan ketika seseorang mengambil tindakan atas masalah yang dihadapi. Tetapi, seseorang tidak dipaksa untuk mengikuti seluruh informasi yang diberikan dalam buku *self-help* (Bergsma, 2007).

Tetapi, buku *self-help* juga mendapatkan kecaman. Hal ini karena buku *self-help* kerap kali memberikan informasi yang tidak berdasarkan riset kredibel. Riset yang tidak empiris menghasilkan informasi yang diolah berdasarkan spekulasi, bukan berdasarkan data. Banyak informasi atau konten dari buku *self-help* penuh dengan mitos dan saran yang sudah tertinggal zaman. Salah satunya seperti saran yang menginstruksikan pembaca untuk berfokus pada hal bahagia ketika sedang berada dalam kondisi sedih. Padahal, menurut penelitian, hal tersebut dapat membuat kesengsaraan atau penderitaan orang terlihat lebih jelas dan nyata (Paul, 2001). Oleh karena itu, buku *self-help* harus dibuat berdasarkan dengan riset yang kredibel agar dapat menyampaikan konten yang akurat.

2.5 Ilustrasi

2.5.1 Tipe Penyampaian Ilustrasi

Menurut Male (2007), ilustrasi merupakan seni yang memiliki peran untuk menyampaikan pesan pada audiens dalam bentuk bahasa visual. Hal ini penting karena dapat digunakan untuk menyampaikan informasi secara

efektif pada suatu media informasi. Berikut berbagai tipe penyampaian dalam ilustrasi menurut Male (2007, hlm. 56-83).

2.5.1.1 Bahasa Secara Visual



Gambar 2.15 *Stylization*
Sumber: Male (2007)

Bahasa visual *stylization* merupakan visual dengan ciri khas dari ilustrator ataupun sebagai ikonografi. Terdiri dari bentuk literal (menggambarkan secara literal) dan konseptual (menggambarkan dengan metafora). Bentuk-bentuk ini dapat diaplikasikan untuk konteks seperti informasi, komentar, persuasi, identitas, naratif fiksi, tergantung elemen tersebut cocok dengan gaya ilustrasi apa. Dalam kecerdasan secara visual, penggambaran ilustrasi dapat dikatakan sukses jika gambar berhasil mentransfer konteks dengan benar sesuai pesan.

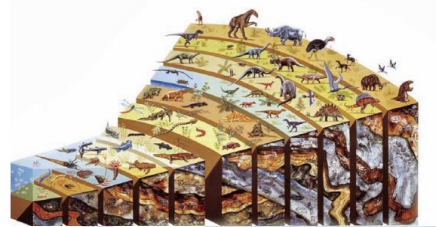
2.5.1.2 Visual dengan Metafora



Gambar 2.16 Konseptual Surrealisme
Sumber: Male (2007)

Pertama, ada gambar konseptual surealisme, yaitu gambar ilustrasi yang konseptual dan imajinatif, tetapi tidak berlaku secara

literal atau harafiah. Merupakan penggabungan sejumlah ide dengan ilusi, simbolisasi, ekspresionisme, serta komunikasi. Biasa diilustrasikan dengan gaya surrealisme.



Gambar 2.17 Diagram
Sumber: Male (2007)

Lalu, ada ilustrasi diagram yang digunakan untuk memberikan informasi dengan menggunakan visual metafora. Hal ini digunakan untuk merepresentasikan objek atau sistem ke dalam bentuk grafis.



Gambar 2.18 Abstraksi
Sumber: Male (2007)

Terakhir, ada ilustrasi abstraksi dimana bahasa visual digambarkan secara abstrak serta bebas dari representasi.

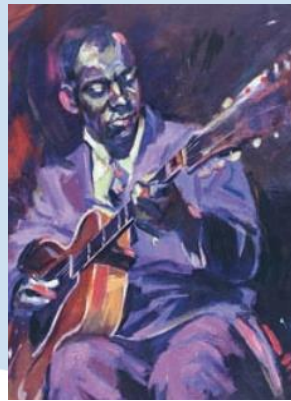
2.5.1.3 Gambar Secara Nyata

Merupakan ilustrasi untuk merepresentasikan pesan secara literal tambah dilebih-lebihkan. Terdiri atas gaya hiperrealistik, *styled realism*, dan gambar sekuensial.



Gambar 2.19 Hiperrealistik
Sumber: Male (2007)

Gaya hiperrealistik merupakan ilustrasi yang sangat detail dan realistis sehingga menyerupai fotografi. Biasa digunakan untuk menghasilkan gambar yang tak dapat diambil secara fotografi dan membuat atmosfer yang lebih dramatis.



Gambar 2.20 *Stylized Realism*
Sumber: Male (2007)

Stylised Realism merupakan gaya ilustrasi yang dikembangkan dari realistis yang ditambah dengan impresi dari yang ditangkap ilustrator terhadap objek yang ia gambar.



Gambar 2.21 Gambar Sekuensial
Sumber: Male (2007)

Gambar sekuensial merupakan ilustrasi dimana terdapat serangkaian gambar adegan yang tersambung satu sama lain dan membentuk cerita.

2.5.1.4 Estetika dan Non Estetika



Gambar 2.22 Gambar Berdasarkan Tren
Sumber: Male (2007)

Tren visual yang didasari pertimbangan nilai estetika dan non-estetika dalam bahasa visual. Gambar kontemporer juga sangat dipengaruhi oleh budaya seperti asosiasi dan sejarahnya.

2.5.2 Peran Ilustrasi

Menurut Male (2007) ilustrasi memiliki beberapa peran, antara lain (hlm. 86-108):

2.5.2.1 Dokumentasi, Referensi, Instruksi

Ilustrasi harus menyesuaikan dengan konteks yang hendak disampaikan agar informasi tersampaikan. Ilustrasi dapat digunakan untuk menjelaskan suatu dokumen, referensi, instruksi, pendidikan, penjelasan, dan sebagainya dengan berbagai *subjek* atau tema.

2.5.2.2 Komentar

Merupakan ilustrasi editorial yang digunakan sebagai simbol atau gambar penjelasan dalam bidang jurnalisme, seperti dalam koran atau majalah.

2.5.2.3 Menceritakan

Suatu ilustrasi yang merupakan perantara visual dari cerita naratif.

2.5.2.4 Persuasi

Ilustrasi digunakan untuk melakukan persuasi dan biasa digunakan dalam periklanan komersil.

2.5.2.5 Identitas

Ilustrasi digunakan sebagai *branding* suatu korporasi atau *brand* untuk melambangkan ciri khas. Hal ini juga untuk meningkatkan nilai jual korporasi atau *brand* dengan ilustrasi yang menarik, misal dalam *packaging*.

2.6 *Self-Compassion*

Menurut Neff (2003), *self-compassion* atau belas kasih diri merupakan kebaikan serta perhatian yang diberikan kepada diri sendiri saat sedang mengalami berbagai hal negatif dan sulit dalam kehidupan ataupun saat menghadapi kekurangan yang dimiliki dalam diri sendiri. Belas kasih kepada diri sendiri ini berarti memiliki kasih sayang dan bersikap dengan baik pada diri sendiri. Dalam belas kasih diri, seseorang tidak menyudutkan maupun memberi kritik pada diri sendiri, tetapi melihat suatu penderitaan sebagai bagian dalam hidup manusia. Menurut Centre for Clinical Interventions (nd.), kebalikan dari *self-compassion* adalah *self-criticism* atau mengkritik diri sendiri yang diasosiasikan dengan daya pemikiran negatif dan masalah dengan emosi dan mental. Seseorang yang memiliki tingkat *self-critical* tinggi harus mengembangkan kemampuan untuk berhubUNGAN dengan sendiri dengan cara yang penuh kasih atau *self-compassion*.

Peningkatan *self-compassion* dapat mengurangi depresi (Neff, Kirkpatrick, & Rude, 2007). Salah satu kelompok usia yang rentan mengalami depresi adalah

emerging adult. Hal ini karena kelompok usia tersebut sedang berada pada masa transisi dengan penuh perubahan serta ketidakstabilan (Nelson, 2005).

2.6.1 Komponen *Self-Compassion*

Menurut Neff (2003), terdapat beberapa komponen *self-compassion* antara lain:

2.6.1.1 *Self-Kindness versus Self-Judgement*

Pemahaman dan penerimaan terhadap diri sendiri apa adanya, tidak melakukan kritik (*self-critism*) atau menyakiti diri sendiri. *Self-kindness* membuat seseorang lebih hangat pada diri sendiri ketika dihadapkan pada masalah. *Self-judgement* sendiri berkebalikan dengan *self-kindness* dimana seseorang melakukan pengerangan dan penghakiman pada diri sendiri saat menghadapi penderitaan.

2.6.1.2 *Common Humanity versus Isolation*

Common humanity merupakan rasa kesadaran dalam seseorang untuk melihat suatu hal sulit sebagai bagian hidup setiap manusia, bukan hanya diri sendiri. *Isolation* merupakan pandangan yang menganggap kesulitan merupakan hal yang hanya dialami dirinya dan paling merasa dirinya menderita.

2.6.1.3 *Mindfulness versus Overidentification*

Mindfulness merupakan cara pandang yang menghadapi serta menerima suatu kenyataan tanpa rasa penghakiman terhadap apa yang telah terjadi. *Overidentification* merupakan cara pandang yang berlawanan dengan *mindfulness* dimana seseorang menghadapi suatu masalah dengan reaksi yang berlebihan sehingga memacu rasa cemas hingga depresi. *Mindfulness* menghadang seseorang menjadi *overidentification*.

2.6.2 Faktor yang Mempengaruhi *Self-Compassion*

Berikut merupakan berbagai faktor yang mempengaruhi *self-compassion* menurut Neff (2003):

2.6.2.1 Jenis Kelamin

Penelitian Neff (2003) menyatakan bahwa perempuan cenderung memiliki tingkat *self-compassion* sedikit lebih rendah dari laki-laki. Hal ini karena perempuan lebih cenderung overthinking. Tetapi, penelitian ini berlawanan dengan penelitian Karinda (2020) dimana ditemukan bahwa laki-laki memiliki tingkat *self-compassion* sedikit lebih rendah dari perempuan.

2.6.2.2 Usia

Self-compassion akan berada dalam tingkat tinggi pada seseorang ketika sudah mencapai tahap integritas. Peningkatan *self-compassion* meningkat seiring perkembangan usia.

2.6.2.3 Budaya

Tingkat *self-compassion* tiap orang dapat berbeda tergantung pada budaya. Budaya di Asia lebih sering menuangkan kritik terhadap diri sendiri dibandingkan negara di barat.

2.6.2.4 Kepribadian

Berdasarkan pengukuran NEO-FFI, *self-compassion* memiliki keterkaitan dengan dimensi kepribadian dari *The Big Five Personality* (*extroversion agreeableness, conscientiousness, dan neuroticism*).

Extroversion yaitu kepribadian yang memiliki keterbukaan dengan dunia serta dapat melakukan penerimaan terhadap diri sendiri. *Agreeableness* merupakan kepribadian yang mempunyai pandangan bahwa suatu pengalaman buruk atau negatif dialami oleh semua umat manusia. Terakhir, *conscientiousness* merupakan

kepribadian yang dapat mengontrol diri sendiri ketika sedang menghadapi suatu masalah.

2.6.2.5 Peran dari Orang Tua

Menurut Neff & McGeehee (2010), individu yang memiliki keluarga yang tidak berfungsi dengan semestinya atau disfungsional cenderung memiliki tingkat *self-compassion* lebih rendah dari individu yang berasal dari keluarga yang tidak disfungsional. Anak yang seringkali dikritik orang tua saat kecil, maka saat beranjak dewasa akan lebih sering mengkritik diri sendiri.

2.6.3 Manfaat *Self-Compassion*

Berikut berbagai manfaat dari *self-compassion*:

2.6.3.1 *Emotional Well-Being*

Menurut Neff (2009), seseorang yang memiliki *self-compassion* tinggi akan memiliki tingkat rasa cemas serta depresi yang lebih rendah. *Self-criticism* merupakan suatu hal yang dapat memicu cemas serta depresi, sehingga seseorang dengan *self-criticism* tinggi memiliki *self-compassion* rendah (Neff, Kirkpatrick, & Rude, 2007).

2.6.3.2 Hubungan Interpersonal

Self-compassion membuat seseorang yang telah memberikan belas kasih kepada diri sendiri juga memberikan belas kasih kepada orang lain (Crocker & Canevello, 2008).

2.6.3.3 Empati

Menurut Neff (2003), seseorang yang memiliki belas kasih diri dapat lebih berempati kepada orang lain juga diri sendiri.

2.6.3.4 Kesehatan

Penelitian Adams & Leary (2007) menyatakan bahwa seseorang dengan belas kasih diri akan mempedulikan kesehatannya juga, misalnya seperti mau mengatur pola makan.

2.6.4 Dampak Negatif Tingkat *Self-compassion* yang Rendah

Tingkat *self-compassion* pada seseorang yang rendah dapat membuat kecenderungan seseorang menganggap bahwa situasi yang negatif merupakan bencana. Hal ini menyebabkan seseorang takut akan kegagalan serta situasi yang membuat tertekan (Allen & Leary, 2010). Berdasarkan situs yayasanpulih.org, terjebaknya seseorang dalam mindset negatif yang muncul setelah “kegagalan” dapat membuat seorang merasa tidak berdaya. Jika tidak diatasi hal ini dapat berujung pada munculnya gejala depresi (Rafisna, 2020). Berdasarkan penelitian Ramadhani & Nurdibyanandaru (2014), ditemukan bahwa semakin rendah *self-compassion* seseorang maka akan semakin rendah juga kompetensi emosinya.

2.7 Stres

Santrock (2003), stress merupakan respon seseorang terhadap suatu kejadian atau keadaan yang dapat memicu stressor atau stress yang dapat mengancam serta mengganggu seseorang untuk menanganinya.

2.7.1 Jenis Stres

Respon terhadap stres sendiri dibagi menjadi 2 jenis antara lain (Seyle, 1976):

2.7.1.1 *Eustress*

Eustress merupakan stres bersifat positif atau respon positif terhadap stres (Seyle, 1976). Menurut hukum Yerkes-Dodson, stress dalam takaran atau jumlah tertentu dapat menghasilkan hal positif yang menjadikan kekuatan individu untuk berkembang dan meningkatkan produktivitas (dalam Hanoch & Vitouch, 2004).

2.7.1.2 *Distress*

Distress merupakan stres bersifat negatif atau respon yang negatif terhadap stress (Seyle, 1976). Menurut hukum Yerkes-Dodson, stress dalam tingkat optimal dapat memicu stress yang

destriktif serta menimbulkan dampak negatif pada individu (dalam Hanoch & Vitouch, 2004).

Emerging adult yang berusia 18-25 tahun sendiri kerap menghadapi berbagai permasalahan serta tuntutan yang berasal dari diri sendiri, masyarakat, atau orang tua. Tuntutan dapat berkaitan dengan keputusan dalam jenjang pendidikan, pembangunan dalam karir atau pekerjaan, prinsip hidup untuk mendapatkan kehidupan stabil pada masa mendatang, hingga hubungan personal atau pasangan (Arnet, 2003). Selain itu, banyak dari *emerging adult* yang memiliki emosi serta fungsi kognitif tidak stabil akibat perubahan keputusan secara cepat. Kondisi tersebut memicu *distress* pada *emerging adult*. Hal ini menyebabkan *emerging adulthood* dapat dianggap masa perkembangan kritis, berisiko, serta rentan.

Stres negatif dirasakan pada keadaan yang membuat cemas, takut, khawatir, gelisah sehingga memicu keadaan psikologis negatif dan keinginan untuk menghindarinya. Distress memicu rasa sedih, sengsara hingga takut (Safaria & Rahardi, 2004). Tingkat *distress*, yang tinggi juga berpengaruh terhadap kecemasan, perasaan tak berdaya, hingga depresi (Oman, Shapiro, Thoresen, & Plante, 2008). Hasil penelitian mengungkapkan segala permasalahan yang dihadapi *emerging adult* membuat periode perkembangan ini memiliki tingkat kesejahteraan mental yang lebih rendah dan ditandai munculnya *psychological distress* atau stress negatif secara psikologis (Bessaha, 2017). Tingkat *psychological distress* pada *emerging adult* di Indonesia sendiri terus meningkat (Ningtias & Andriani, 2022).

2.7.2 Aspek Stres

Menurut Safiono (1998), terdapat dua aspek utama dari dampak akibat stress, antara lain aspek fisik yang berdampak pada sakitnya organ tubuh, sakit kepala, dan sebagainya dan aspek psikologis yang berdampak

pada psikis atau kognitif, gejala emosi serta tingkah laku yang membuat kondisi psikologis menjadi negatif seperti perasaan sedih dan sebagainya (*psychological distress*).

2.7.3 Strategi Coping Stres

Berbagai masalah yang dihadapi dapat menimbulkan stress ketika dirasai menekan atau membebani. Stres merupakan konflik serta tekanan dari eksternal seperti tuntutan lingkungan maupun internal atau tuntutan diri sendiri, serta berbagai permasalahan kehidupan lainnya (Haber & Runyon, 1984). Berbagai hal yang dilakukan seseorang untuk mengatasi keadaan yang tidak menyenangkan, menekan hingga mengancam disebut coping. Seseorang melakukan strategi coping untuk mengurangi rasa stress (Safarino, 1990).

Strategi coping terbagi menjadi *problem-focused coping* dan *emotional-focused coping* menurut Carver, Scheier, dan Weintraub (1989).

Problem-focused coping berfokus pada mengurangi stress dengan mengatasi permasalahan yang ada dengan melakukan langkah secara langsung. Contohnya seperti *time management*, keluar dari situasi yang tak dapat ditoleransi, dan sebagainya (Putra, 2020).

Sedangkan *emotional-focused coping* berfokus pada emosional dimana seseorang mencari dukungan sosial untuk alasan yang berkaitan dengan emosional seperti simpati, pengertian, hingga dukungan moral, berpikir positif dan melakukan pendewasaan diri. Individu mencoba menaruh stres dalam konteks yang positif dengan mengambil hikmah dari keadaan agar dapat lebih merasa tenang secara sisi emosional agar dapat berpikir lebih jernih untuk dapat mengatasi suatu permasalahan. Perasaan negatif seperti rasa malu, ketakutan hingga depresi dapat dikurangi dengan hal ini. Contohnya seperti meditasi, mendengarkan musik, menulis jurnal, beristirahat cukup, dan sebagainya (Putra, 2020).

2.8 *Emerging Adult*

Menurut Arnett (2000), *emerging adult* merupakan seseorang yang berada pada kelompok usia 18-25 tahun yang sedang mengalami masa transisi atau peralihan dari remaja menuju usia dewasa.

2.8.1 Ciri *Emerging Adult*

Berikut berbagai ciri dari *emerging adult* menurut Arnett (2000):

2.8.1.1 *Indentity Explorations*

Emerging adult sedang aktif dalam melakukan eksplorasi pada diri sendiri, seperti dalam pekerjaan ataupun percintaan.

2.8.1.2 *Instability*

Emerging adult sedang berada pada masa yang tidak stabil karena banyaknya perubahan dan perpindahan dalam hidup.

2.8.1.3 *Self-focused*

Emerging adulthood merupakan masa dimana seseorang paling dapat fokus kepada dirinya sendiri.

2.8.1.4 *Feeling in-between*

Emerging adult berada fase diantara remaja dan masa dewasa muda serta belum dewasa secara utuh. Mereka masih harus

2.8.1.5 *Possibilites*

Emerging adult memiliki banyak sekali kesempatan yang dapat dicoba dalam hidup. Mereka juga memiliki harapan serta ekspektasi yang besar dalam hidup.

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