

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Desain Komunikasi Visual

Desain Komunikasi Visual (DKV) sebelumnya dikenal sebagai desain grafis pada pada tahun 60-an, salah satu bidang ilmu yang mendukung sarana promosi dan *labeling* untuk kebutuhan promosi produk (Sriwitari & Widnyana, 2014, hlm. 1). Istilah DKV terdiri dari tiga komponen utama yaitu desain, komunikasi, serta visual. Masing-masing komponen tersebut mempunyai unsur pembentuk dengan penjabarannya yang kompleks (Wahyuningsih, 2015, hlm. 6). Desain merupakan sebuah usaha yang berkaitan dengan eksplorasi visual dengan memperhatikan estetika, citra visual, serta kekreativitasan dalam proses perancangannya. Komunikasi dipahami sebagai suatu proses penerimaan informasi maupun pengiriman yang terjadi antara satu individu atau lebih (Wahyuningsih, 2015, hlm. 2). Visual merupakan suatu hal yang dapat terlihat oleh indera mata dengan melibatkan tahapan yakni merasakan, menseleksi, dan memahami (Wahyuningsih, 2015, hlm. 3). Berdasarkan uraian penjelasan di atas, maka definisi dari desain komunikasi visual adalah sebuah kombinasi dari unsur-unsur desain berupa tulisan atau bahasa tertulis yang dituangkan ke dalam pesan secara visual, estetik, komunikatif, dan persuasif (Saptoto, 2016, hlm. 25).

2.1.1 Fungsi Desain

Dalam pengaplikasian desain pada kehidupan sehari-hari, desain memiliki peranan penting seiring dengan berkembangnya bidang grafis saat ini. Fungsi tersebut ialah sebagai sarana menyampaikan informasi melalui pencarian atensi (perhatian) dari indera pengelihatan, sehingga informasi yang ingin disampaikan mudah diingat oleh sasaran audiens. Secara umum, desain komunikasi visual memiliki terbagi ke dalam tiga fungsi dasar, yaitu sebagai sarana identifikasi, instruksi dan informasi, serta promosi dan presentasi. Fungsi utama tersebut dijelaskan secara rinci sebagai berikut:

2.1.1.1.1 DKV sebagai Sarana Identifikasi

Salah satu fungsi dari desain komunikasi visual merupakan sebagai sarana identifikasi. DKV berperan sebagai identitas yang mendeskripsikan dan mencerminkan tentang apa produk tersebut, dari mana asalnya, kualitas apa yang ia miliki, sehingga produsen maupun konsumen paham tentang identitas dari produk tersebut (Yudidamar, 2019, hlm. 24). Visual tersebut dapat berupa fotografi, film, animasi atau video, sehingga informasi dapat tersampaikan kepada sasaran audiens melalui visual dengan jelas dan cara yang mudah dimengerti (Widya & Darmawan, 2016, hlm. 18).

2.1.1.1.2 DKV sebagai Sarana Informasi dan Instruksi

Fungsi lainnya ialah sebagai sarana dalam informasi serta instruksi antara sesuatu dalam bentuk sisi petunjuk. arah, posisi, atau skala (Yudidamar, 2019, hlm. 24). Desain dapat dikatakan berfungsi dengan baik apabila informasi dapat tersampaikan kepada orang dan waktu yang tepat, kemudian dipresentasikan secara logis dan konsisten. Beberapa contoh penggunaan desain sebagai sarana informasi dan instruksi adalah simbol-simbol pada tempat umum. Contohnya *signage* pada toilet, restoran, dan jalanan.

2.1.1.1.3 DKV sebagai sarana Presentasi dan promosi

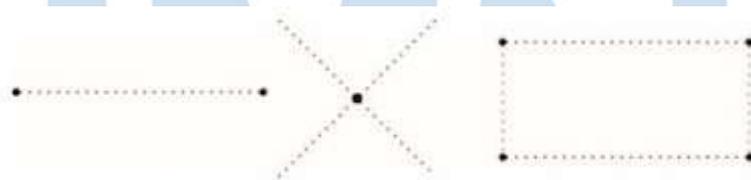
Fungsi lainnya adalah sebagai sarana presentasi serta promosi untuk memberikan informasi dengan cara mencari perhatian atau atensi melalui indera pengelihatan, sehingga informasi tersebut dapat diingat (Yudidamar, 2019, hlm. 25). Pengaplikasian desain pada fungsi ini hanya menggunakan gambar serta kata yang minim, tetapi memiliki definisi yang mengesankan. Dalam praktiknya, gambar yang digunakan harus memiliki sifat persuasif serta menarik, hal ini dikarenakan adanya keharusan untuk menjual produk atau jasa.

2.1.2 Unsur-unsur Desain Komunikasi Visual

Dalam desain komunikasi visual terdapat beberapa elemen yang perlu dipahami dan diterapkan pengaplikasiannya sehingga menunjang sebuah desain menjadi estetik, harmonis, serta komunikatif (Yudidamar, 2019, hlm. 25). Beberapa unsur-unsur tersebut dijelaskan sebagai berikut:

2.1.2.1 Titik

Titik merupakan komponen dalam desain komunikasi visual yang paling mendasar, baik itu berdiri sendiri ataupun sebagai kelompok. Komponen dari titik menimbulkan kesan komunikasi yang berarti dalam sebuah desain. Meskipun titik adalah suatu komponen yang kecil dan tidak memiliki dimensi, titik bisa membuat sebuah bentuk jika didukung oleh gerak, sinar, serta warna. Penggunaan titik dalam desain grafis memiliki beberapa potensi, yaitu berfungsi sebagai elemen pembentuk sebuah makna (titik tunggal dapat didefinisikan sebagai tanda selesai, sedangkan titik berkelompok dapat didefinisikan sebagai sebuah kesatuan atau kebersamaan), mengekspresikan nilai statis, serta titik dapat berperan sebagai penegasan dari suatu aksesoris dekoratif, emosi, atau bahasa gambar (Widya & Darmawan, 2016, hlm. 25).



Gambar 2.1. Titik pada Desain

Sumber: <http://fathimubarak.blogspot.com/2020/07/komponen-desain-grafis.html>

2.1.2.2 Garis (*Line*)

Garis adalah suatu komponen dalam desain komunikasi visual yang menghubungkan antara satu titik yang berurutan dan beruntutan, baik itu sendiri ataupun menjadi bagian dari keseluruhan elemen desain (Widya & Darmawan, 2016, hlm. 26). Garis merupakan sebuah unsur yang penting dalam membangun sebuah bentuk (Pentak

& Laurer, 2016, hlm. 127). Terdapat beberapa macam garis, yakni garis lurus, melengkung, putus-putus, meliuk-liuk, atau tidak bermuara (Anggraini & Kirana, 2014, hlm. 32). Kualitas dari suatu garis diukur dari ketebalan, kehalusan, dan keteraturannya (Landa, 2014, hlm. 19).



Gambar 2.2 Garis pada Desain

Sumber: <https://fachmycasofa.wordpress.com/2014/11/07/17-unsur-unsur-desain-grafis/>

2.1.2.3 Bentuk (*Shape*)

Bentuk merupakan sesuatu yang mempunyai panjang, tinggi, lebar, atau diameter. Bentuk-bentuk dasar contohnya ialah kotak (*rectangle*), lingkaran (*circle*), segitiga (*triangle*), lonjong (*elips*), ataupun bentuk yang tidak beraturan lainnya (Anggraini & Kirana, 2014, hlm. 32). Bentuk biasanya terdiri dari dua dimensi (dwimatra) hingga tiga dimensi (trimatra) (Landa, 2014, hlm. 20-21).

Beberapa potensi dari sebuah bentuk dalam desain grafis ialah sebagai pernyataan bahwa bentuk dari suatu benda merupakan suatu rupa dari suatu objek, bentuk memiliki garis luar (*outline*) atau pembatas disekitarnya, kemudian bentuk dapat mendukung kesan yang ingin dicapai dalam sebuah desain komunikasi visual (Widya & Darmawan, 2016, hlm. 26-27). Dalam desain grafis, terdapat dua jenis bentuk dasar, yaitu geometris dan organik, penjelasan lebih rinci tentang jenis bentuk ialah sebagai berikut:

Bentuk geometris dapat diukur dengan menggunakan alat pengukur dan mempunyai bentuk yang teratur. Bentuk geometris contohnya ialah segitiga, segiempat, segilima, lingkaran, trapesium, atau kotak. Bentuk ini digunakan sebagai acuan dasar dalam proses pembuatan visual (Widya & Darmawan, 2016, hlm. 27).



Gambar 2.3 Bidang Geometris pada Desain

Sumber: <https://www.behance.net/gallery/53176221/Crehana-Motion-Graphic-Design-Tutorial>

Bentuk organis adalah bentuk yang berasal dari alam, dikategorikan juga sebagai naturalis. Bentuk dari organis ialah tidak teratur dan bersifat kompleks. Salah satu contohnya ialah bentuk yang terdiri dari lengkungan bebas dan fleksibel (Widya & Darmawan, 2016, hlm. 27).

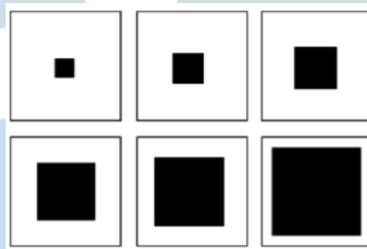


Gambar 2.4 Bidang Organik pada Desain

Sumber: <https://dribbble.com/shots/5612571-Bits-and-Pieces>

2.1.2.4 Ukuran

Suatu unsur dalam desain memiliki ukuran dengan garis dan bentuk yang panjang dan besar kecilnya berbeda. Dengan adanya unsur ukuran dalam visual, desainer dapat menciptakan kontras atau penekanan (*emphasis*) (Anggraini & Nathalia, 2014, hlm. 36). Tujuan adanya suatu ukuran dalam desain ialah sebagai penambah minat kepada sasaran audiens. Jika dalam desain terdapat ukuran yang tidak seimbang, maka hasilnya kurang maksimal.

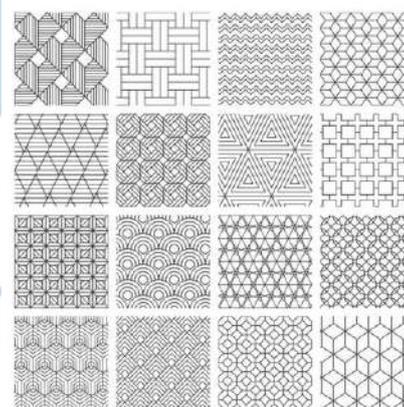


Gambar 2.5 Ukuran pada Desain

Sumber: <https://saveasbrand.com/kenali-5-unsur-ini-dalam-desain-grafis/>

2.1.2.5 Tekstur (*Texture*)

Tekstur ialah suatu komponen di dalam unsur desain komunikasi visual yang merupakan karakteristik berupa representasi dari suatu permukaan suatu bentuk. Sebuah tekstur dapat diolah sebagaimana adanya menurut kehendak desainernya. Tekstur dari sebuah permukaan contohnya adalah polos, bergelombang, kasar, kilap, lembut, halus, atau lainnya.



Gambar 2.6 Tekstur pada Desain

Sumber: <https://www.kibrispdr.org/dwn-7/gambar-garis-dan-titik-seni-rupa.html>

Suatu tekstur dapat melibatkan dua proses indera manusia, yaitu pengelihatian dan perasa (pengelihatian dan peraba). Beberapa potensi yang dimiliki dari tekstur dalam visual ialah memperkaya kenikmatan visual, membangkitkan perasaan untuk merasakan teksturnya, memperjelas kesan adanya kedalaman ruang dalam desain, serta memberikan detail halus (pada jarak dekat) dan blur (pada jarak jauh) (Widya & Darmawan, 2016, hlm. 33). Dalam meningkatkan fungsi desain tekstur, desainer dapat menggunakan teknik cetak, seperti contohnya menambahkan lapisan *matte* (bahan kimia yang menimbulkan hasil cetak memiliki kesan kesat atau kasar), *uv gloss* (bahan kimia yang menimbulkan hasil cetak memiliki kesan mengkilap dan menjadi tahan air).



Gambar 2.7 Jenis-jenis Tekstur Kertas

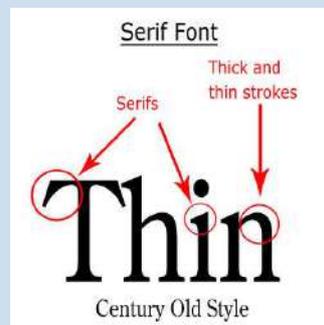
Sumber: <https://blog.printerous.com/id/memahami-karakteristik-jenis-kertas-dalam-dunia-percetakan/>

2.1.2.6 Tipografi

Perkembangan tipografi diawali dari penggunaan piktograf (Saptoto, 2016). Berdasarkan KBBI (2021), piktograf merupakan suatu pesan atau berita yang disampaikan dalam bentuk gambar atau simbol yang digunakan pada zaman purbakala. Dalam memvisualisasikan isi pesan, penggunaan tipografi diperlukan untuk menafsirkan kata-kata menjadi visual secara kreatif (Widya & Darmawan, 2016, hlm. 19).

a) Serif

Typeface serif merupakan sebuah jenis huruf yang terdapat kait di dalamnya. Huruf serif memiliki karakteristik yaitu terdapat perbedaan tebal serta tipis yang jelas pada tiap huruf, maka dari itu memudahkan audiens dalam membaca (*readability*). Beberapa contoh font dari *typeface* serif adalah Times New Roman (klasifikasi *old style* atau *humanist*), Baskerville (klasifikasi *transitional*), Bodoni (klasifikasi *moden*), atau Bookman (klasifikasi *slab serif* atau *egyptian*).

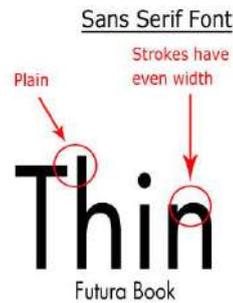


Gambar 2.9 *Typeface* Serif pada Tipografi

Sumber: <https://visualhierarchy.co/blog/serif-vs-sans-serif/>

b) Sans Serif

Sans serif adalah jenis *typeface* yang tidak mempunyai sirip atau kait pada bagian ujungnya, hal ini menjadikan setiap huruf memiliki ketebalan yang hampir sama. *Typeface* ini digambarkan dengan sebuah kesederhanaan dan futuristik. Jenis huruf ini tepat apabila dipadukan bersama garis tipis dengan warna yang tidak terlalu mencolok. Beberapa contoh dari *font typeface sans serif* adalah Gill Sans Book, Helvetica, serta Futura.

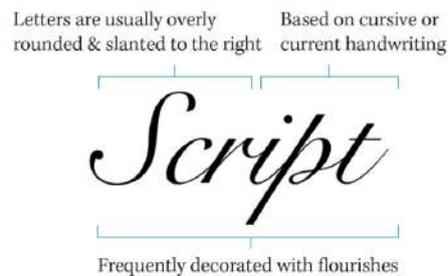


Gambar 2.10 *Typeface* Sans Serif pada Tipografi

Sumber: <https://visualhierarchy.co/blog/serif-vs-sans-serif/>

c) **Script**

Typeface script merupakan jenis huruf yang mempunyai karakteristik seperti huruf yang terbentuk menyerupai goresan seperti pena, kuas, atau pensil. *Typeface script* memberikan kesan keindahan dan elegan, karena karakteristiknya yang menyerupai tulisan tangan dengan gaya bersambung. Dalam klasifikasinya, terdapat beberapa jenis huruf dengan klasifikasi *script*, di antaranya adalah *formal script* dan *causal script*.



Gambar 2.11 *Typeface* Script pada Tipografi

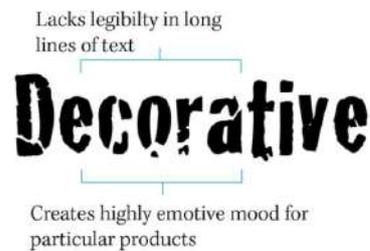
Sumber: <https://typeandmusic.com/an-introduction-to-typographic-families/>

d) **Dekoratif**

Kategori *typeface* dekoratif memiliki karakteristik yaitu penggunaan huruf besar, sehingga pada pengaplikasiannya *typeface* ini sering digunakan sebagai *heading* atau judul dari suatu paragraf. *Typeface decorative* memiliki kesan ornamental, maka sering digunakan untuk memperindah judul tanpa mengurangi

keterbacaanya. *Typeface* ini tidak dianjurkan untuk digunakan pada *body text* dalam desain karena keterbatasannya dalam *readability*.

Gambar 2.12 *Typeface decorative* pada Tipografi



Sumber: <https://typeandmusic.com/an-introduction-to-typographic-families/>

2.1.2.7 Prinsip dalam Tipografi

Di dalam sebuah desain terdapat unsur tipografi yang melengkapi faktor kesuksesannya, yaitu penggunaan prinsip pokok pada tipografi (Anggraini & Nathalia, 2014, hlm. 64-65).

1) *Readability*

Dalam buku yang ditulis oleh Sihombing (2015, hlm. 165) 'Tipografi dalam Desain Grafis', *readability* adalah kualitas pada suatu huruf yang mudah dan nyaman untuk dibaca. *Readability* dapat diartikan sebagai penggunaan huruf dengan memperhatikan kejelasan huruf, contohnya ialah pengaturan jarak spasi antar huruf.

2) *Legibility*

Legibility adalah kualitas pada suatu huruf untuk mudah terbaca pada susunan kata, kalimat, atau paragraf. Menurut Sihombing, *legibility* dipengaruhi oleh susunan individu dari sebuah huruf (2015, hlm. 165). Suatu karya desain harus memperhatikan penggunaan karakter huruf.

3) *Visibility*

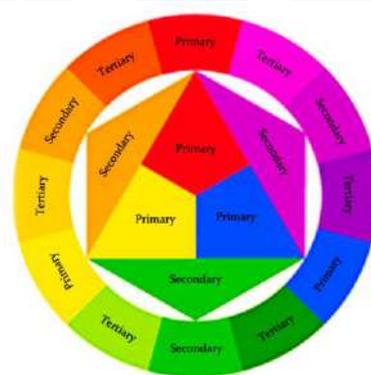
Visibility adalah kemampuan sebuah huruf dalam desain grafis untuk dapat dilihat oleh pembaca pada suatu jarak tertentu meskipun itu jauh dari jarak pandang. *Visibility* berkaitan dengan salah satu elemen desain yaitu ukuran yang perlu diperhatikan dalam penggunaannya.

4) *Clarity*

Clarity adalah kemampuan sebuah huruf untuk dapat dibaca dan dimengerti oleh sasaran audiens. Dalam suatu karya desain diperlukan adanya pertimbangan aspek hierarki visual, warna, atau pemilihan *typeface*, agar karya dapat dimengerti dan diterima oleh sasaran audiens.

2.1.2.8 Warna

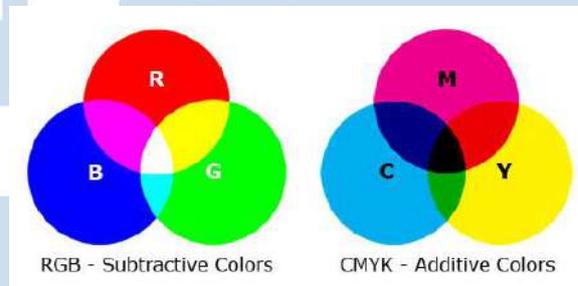
Menurut Sriwitari & Widnyana (2014, hlm. 41), warna merupakan elemen desain yang penting, karena warna dapat memberikan penekanan atau *emphasis*. Warna dimanfaatkan untuk menarik perhatian sasaran audiens dengan memperhatikan komposisinya agar tidak merusak citra dari visual (Landa, 2014, hlm. 23). Warna menampilkan identitas suatu visual untuk diatur apa yang ingin disampaikan (Anggraini & Nathalia, 2014, hlm. 37).



Gambar 2.14 *Color Wheel*

Sumber: <https://art2lifegroovehq.groovehq.com/help/number-2-what-are-primary-secondary-and-tertiary-colors>

Pada keilmuan desain, warna berorientasi pada sebuah lingkaran pigmen (*subtractive*) yang terbagi ke dalam warna primer, warna tersebut berasal dari bahan berdasar pigmen yaitu cat. Warna turunan dari warna primer ialah warna sekunder, disebut juga sebagai warna *additive*, yaitu warna yang mengacu pada media berbasis layar (Widya & Darmawan, 2016, hlm. 31). Warna aditif dikenal juga dengan sebutan RGB yaitu *Red, Green, Blue*, digunakan pada media digital. Warna subtraktif disebut dengan CMYK yaitu *Cyan, Magenta, Yellow* dan Key (*Black*), biasanya digunakan pada media cetak.



Gambar 2.15 Perbedaan Warna RGB dan CMYK

Sumber: [https://blog.printerous.com/id/perbedaan-rgb-dan-cmyk/Warna Primer](https://blog.printerous.com/id/perbedaan-rgb-dan-cmyk/Warna%20Primer)

1) Warna Primer

Warna ini merupakan warna yang murni, tidak dapat terbentuk oleh warna lain, tetapi mampu untuk menciptakan warna baru lainnya (Nugroho, 2015, hlm. 33). Warna primer dikenal juga sebagai warna pokok, dasar atau warna kesatu. Contoh dari warna primer tersebut ialah merah (*magenta*), kuning (*yellow*), dan biru (*cyan blue*).



Gambar 2.16 Warna Primer

Sumber: <https://www.ristofa.com/2017/02/tips-pemilihan-warna-untuk-memulai-membuat-karya-desain-grafis.html>

2) Warna Sekunder

Warna sekunder ialah warna yang tercipta dari pencampuran dua warna pokok dengan perbandingan yang sama. Warna sekunder disebut dengan warna kedua (Nugroho, 2015, hlm. 34). Warna jingga (campuran merah dan kuning), warna hijau (campuran kuning dan biru) serta warna ungu (campuran merah dan biru).



Gambar 2.17 Warna Sekunder

Sumber: <https://www.ristofa.com/2017/02/tips-pemilihan-warna-untuk-memulai-membuat-karya-desain-grafis.html>

3) Warna Tersier

Warna tersier merupakan warna yang berada pada tingkatan ketiga, yaitu hasil pencampuran dua warna sekunder sehingga menghasilkan tiga warna baru lainnya. Warna tersier adalah coklat kemerahan (campuran merah dan hijau), coklat kekuningan (campuran kuning dan ungu), dan coklat kebiruan (campuran biru dan oranye).

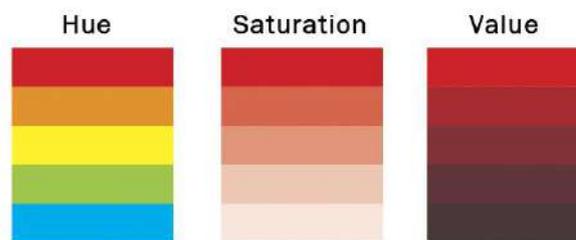


Gambar 2.18 Warna Tersier

Sumber: <https://www.ristofa.com/2017/02/tips-pemilihan-warna-untuk-memulai-membuat-karya-desain-grafis.html>

2.1.2.9 Dimensi Warna

Dalam buku '*Graphic Design Solutions*', Landa (2014, hlm. 19) menyatakan bahwa warna merupakan penggambaran dari pantulan yang keluar dari cahaya. Pantulan warna tersebut dapat disebut juga warna subtraktif (Landa, 2014, hlm. 19). Terdapat tiga kategori elemen yang mendukung identitas sebuah warna (Landa, 2014, hlm. 20), di antaranya ialah sebagai berikut:



Gambar 2.19 Hue, Saturation, dan Value

Sumber: <https://arkon.id/blog/skema-warna-strategi-memilih-warna-interior-yang-serasi>

1) Hue

Nama-nama dari warna disebut dengan *hue*. Dalam warna terdapat dua pembagian suhu yaitu panas serta dingin. Warna panas contohnya ialah merah, oranye, dan kuning, kemudian warna dingin contohnya ialah biru, hijau, dan ungu (Landa, 2014, hlm. 21).

2) Value

Terang gelapnya suatu warna disebut dengan *value*. Warna putih dan hitam memiliki peran yang paling penting dalam sebuah desain. Campuran dari warna hitam mampu membuat sebuah warna menjadi gelap, sedangkan campuran warna putih mampu membuat warna menjadi lebih terang. Warna hitam, putih dan abu-abu (campuran hitam dan putih) disebut dengan warna netral, dapat membuat suatu desain memiliki efek yang sesuai dengan komposisinya (Landa, 2014, hlm. 22).

3) Saturation

Saturation ialah cerah atau tidaknya suatu warna. Warna netral seperti putih serta hitam termasuk ke dalam *saturation*. Warna netral dapat menyeimbangkan saturasi warna yang berlebihan (Landa, 2014, hlm. 22).

2.1.2. 10 Kombinasi Warna

Teori warna merupakan sebuah prinsip yang digunakan untuk menciptakan keharmonisan suatu desain dengan mengkombinasikan warna dengan pemilihan yang baik. Pemilihan kombinasi warna diperlukan untuk menciptakan keserasian dengan warna lainnya, sehingga sebuah visual dapat menarik untuk dilihat (Eiseman, 2017, hlm. 13). Dalam bukunya '*The Complete Color Harmony*', Eiseman menyebutkan bahwa terdapat beberapa kategori kompatibilitas warna, yaitu sebagai berikut (29-39):

1) *Monotone*

Warna monoton merupakan warna yang memiliki kesan senada atau sama antara satu dengan yang lainnya. Suatu warna dapat dikategorikan sebagai monoton jika memiliki kecerahan yang sama (Eiseman, 2017, hlm. 29). Warna monoton dapat terang maupun gelap.



Gambar 2.20 Contoh Pengaplikasian Warna Monoton

Sumber: <https://www.behance.net/gallery/62261225/Dear-Society>

2) *Monochromatic*

Warna monokrom memiliki *hue*, *value*, dan *saturation* yang sama. Monokrom menekankan pesan dari *color family* (Eiseman, 2017, hlm. 31).



Gambar 2.21 Contoh Pengaplikasian Warna *Monochrome*

Sumber: <https://www.behance.net/gallery/26835003/Piccole-Donne>

3) *Analogus*

Warna analogus merupakan dua warna yang berdekatan antara satu sama lain pada *color wheel*. Suatu warna analogus terdiri dari warna primer, sekunder, dan tersier (Eiseman, 2017, hlm. 32).



Gambar 2.22 Contoh Pengaplikasian Warna *Analogus*

Sumber: <https://i.pinimg.com/originals/b5/09/43/b50943e4c3318b2dd31fba2458659e75.jpg>

4) *Complementary*

Warna komplementer merupakan kombinasi antara dua warna yang letaknya bersebrangan dalam *color wheel* (Eiseman, 2017, hlm. 34). Dapat disimpulkan bahwa warna komplementer merupakan kombinasi antara warna natural yang seimbang, yaitu warna panas dan dingin di dalamnya.

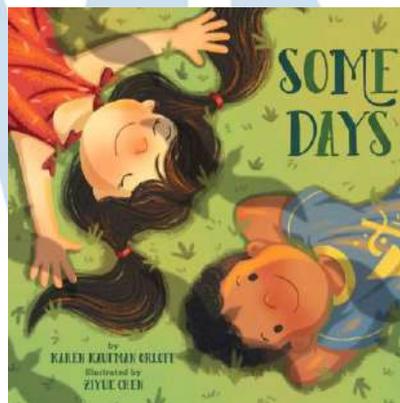


Gambar 2.23 Contoh Pengaplikasian Warna *Complementary*

Sumber: <https://www.behance.net/gallery/70822513/THE-FIRST-JOURNEY>

5) *Split Complementary*

Split Complementary merupakan kombinasi antara tiga warna, satu berada pada satu sisi sedangkan warna lainnya merupakan dua warna yang letaknya berdekatan namun bersebrangan (Eiseman, 2017, hlm. 37).

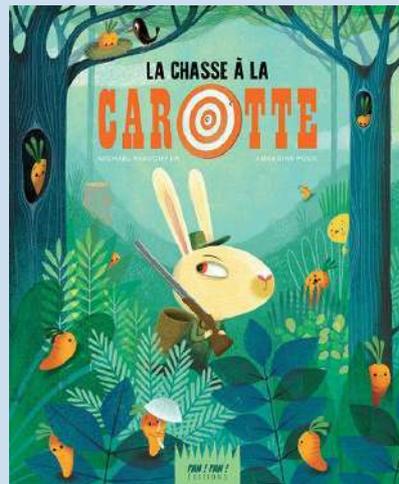


Gambar 2.24 Contoh Pengaplikasian Warna *Split Complementary*

Sumber: <https://forfutureleaders.com/products/some-days?variant=37214849237155>

6) *Triads*

Warna triadik merupakan warna primer pada *color wheel*, yang berseberangan dengan warna sekunder yang berjarak (Eiseman, 2017, hlm. 38). Kombinasi antara warna triadik menghasilkan komposisi visual menjadi elegan dan menarik dipandang.

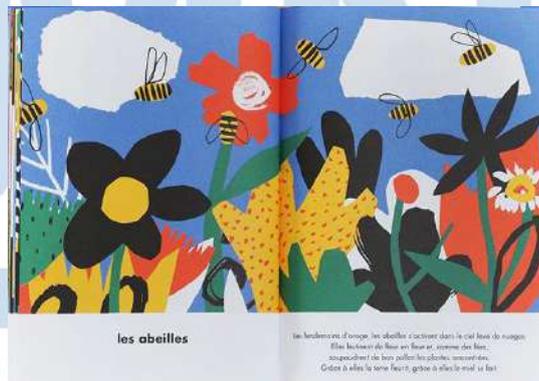


Gambar 2.25 Contoh Pengaplikasian Warna *Triads*

Sumber: <https://i.pinimg.com/originals/77/d4/83/77d483545c0c60e5898d1d4b6211e59b.jpg>

7) *Tetrads*

Warna *tetradik* merupakan kombinasi antara empat warna yang merupakan sepasang warna komplementer (Eiseman, 2017, hlm. 39).



Gambar 2.26 Contoh Pengaplikasian Warna *Tetrads*

Sumber: <https://www.itsnicethat.com/articles/atelier-bingo-dans-le-ciel-publication-040718>

2.1.2.11 Psikologi Warna

Setiap warna dalam visual mampu menyampaikan suasana hati yang melekat pada suatu individu maupun reaksi manusia (Eiseman, 2017, hlm. 48). Terdapat budaya, sejarah, dan tradisi tertentu pada setiap warna yang persepsinya diturunkan dari generasi ke generasi (Eiseman, 2017, hlm. 49). Berdasarkan pendapat Holzschlag yang dikutip oleh Sriwitari & Widnyana (2014, hlm. 42) dalam bukunya yang berjudul 'Desain Komunikasi Visual', masing-masing warna memiliki maknanya tersendiri, yaitu sebagai berikut:

1) Merah

Warna merah dipercaya dapat mempengaruhi manusia menerima reaksi yang lebih cepat dan kuat (Eiseman, 2017, hlm. 52). Kehadiran warna merah meningkatkan adrenalin, denyut nadi, nafsu, maupun tekanan di dalam diri. Warna ini dipercaya memiliki rona yang cerah, sehingga tak jarang dihubungkan dengan persepsi api, darah, amarah, atau ancaman. Makna lainnya yaitu simbol dari kepercayaan diri, hati yang penuh cinta, maupun semangat (Eiseman, 2017, hlm. 54).

2) Biru

Warna biru seringkali dikaitkan dengan warna langit, air yang bersih, ketenangan, relaksasi, maupun warna dingin (Eiseman, 2017, hlm. 56). Dalam aspek spiritual, biru memiliki makna inspirasi, ketulusan, kejujuran, kesalehan, dan pengabdian. Di sisi lain, warna biru juga memiliki makna negatif seperti contohnya sikap keras kepala, dingin, atau tidak ramah.

3) Hijau

Warna hijau sering dihubungkan dengan alam dan perkembangan (Eiseman, 2017, hlm. 62). Karena sering dikaitkan dengan alam, warna hijau memiliki makna

kesegaran, regenerasi, dan menenangkan (Eiseman, 2017, hlm. 62-63). Sekalipun terdapat banyak makna positif, warna hijau juga memiliki konotasi negatif seperti contohnya ialah keanehan, penyakit, maupun sesuatu yang menakutkan (Eiseman, 2017, hlm. 65).

4) Kuning

Warna kuning sering diasosiasikan sebagai simbol matahari, sehingga terdapat makna kehangatan, keindahan cerah, harapan, kebahagiaan, keramahan, dan energi yang positif (Eiseman, 2017, hlm. 69). Anak dapat dengan mudah memahami makna dari warna kuning yaitu kesukacitaan yang murni. Dalam psikologi, warna kuning bermanfaat untuk memberikan stimulasi otak kiri agar lebih siap berpikir secara logis, tenang dalam membuat keputusan, maupun sikap optimis.

5) Ungu

Warna ungu sering diasosiasikan secara psikologis sebagai *psychologically oscilating* (Eiseman, 2017, hlm. 78). Berdasarkan sejarahnya, warna ungu memiliki makna mewah dan mahal, hal ini dikarenakan sulitnya untuk mendapatkan warna ungu pada saat itu. Makna lainnya dari warna ungu ialah eksklusif, sensualitas, spiritual, canggih, maupun agung.

6) Orange

Warna oranye merupakan pencampuran antara warna merah dan kuning cerah. Warna oranye mampu mencuri perhatian mata karena cerahnya rona warna tersebut (Eiseman, 2017, hlm. 73). Makna dari warna oranye adalah keramahan, interaksi sosial yang baik, optimisme, ceria, energik, dan konotasi dari komunikasi.

7) Coklat

Warna dari coklat terhubung dengan makna kejujuran, berbakti, ramah bumi, kestabilan, dan kejujuran (Eiseman, 2017, hlm. 98). Dalam perkembangan jaman, warna coklat sering dikaitkan dengan makanan organik dan netral (Eiseman, 2017, hlm. 97).

8) Abu-abu

Warna abu merupakan pencampuran antara warna hitam serta putih. Warna ini memiliki makna bijaksana, non-agresif, netral, keseriusan, ataupun kekuatan (Eiseman, 2017, hlm. 89-90).

9) Putih

Warna putih memiliki makna kepolosan, kebajikan, kebersihan (steril), kemurnian, kejelasan dan kedamaian (Eiseman, 2017, hlm. 81-82).

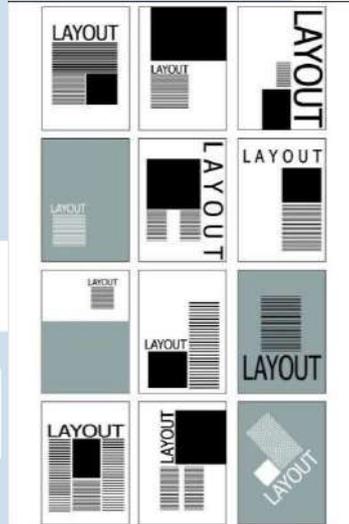
10) Hitam

Warna hitam memiliki makna dikotomi dan paradoks yang besar (Eiseman, 2017, hlm. 66). Warna hitam dapat menimbulkan adanya suasana hati tidak senang, *gloomy*, *dark jokes*, atau hal yang mengerikan. Pada saat ini, makna positif dari warna hitam lebih umum, seperti berpengetahuan luas, kebijaksanaan, elegan (*glamour*), kecanggihan (modern), keamanan, maupun tangguh.

2.1.2.12 Layout

Suatu desain grafis memiliki tujuan utamanya yaitu menyampaikan komunikasi secara efektif, tujuan tersebut dapat dicapai apabila desainer memahami fungsi *layout* dan *grid* yang baik (Graver & Jura, 2012, hlm. 10). Fungsi dari *grid* ialah untuk menyediakan sebuah konsistensi dalam *layout* desain grafis (Graver

& Jura, 2012, hlm. 16). Sistematis penggunaan *layout* mempengaruhi tingkatan informasi dalam suatu desain.



Gambar 2.27 Unsur *Layout* pada Desain Grafis

Sumber: <https://pin.it/1iKZLdk>

Dalam unsur *layout*, terdapat beberapa elemen *grid system* yang mendukung keberhasilannya suatu desain grafis (Graver & Jura, 2012, hlm. 16). Variasi *grid* sangat bervariasi dan dapat digunakan secara *unlimited* (Graver & Jura, 2012, hlm. 12). Elemen-elemen tersebut harus diketahui oleh desainer agar tercipta susunan *layout* yang menjadi kesatuan utuh dalam karya visual. Beberapa elemen di dalam *grid system* ialah sebagai berikut:



Gambar 2.28 Elemen *Grid System* pada Desain Grafis

Sumber: <https://vanseodesign.com/web-design/grid-choices/>

1) *Margins*

Margin merupakan sebuah area negatif yang berada diantara bagian ujung-ujung kertas hingga batas isi konten suatu desain grafis (Graver & Jura, 2012, hlm. 20). Area ini dibutuhkan oleh desainer untuk menentukan batas area isi konten, sehingga desainer mampu memfokuskan informasi yang dapat mencuri perhatian sasaran audiens dengan tepat.

2) *Flowlines*

Flowlines adalah suatu garis horizontal yang melintang dari bagian kertas sebelah kiri ke kanan untuk membantu memberikan pemisah kepada pembaca tentang informasi yang berada dalam halaman (Graver & Jura, 2012, hlm. 20).

3) *Columns*

Columns merupakan sebuah garis vertikal yang membagi area kertas. Ukuran *Columns* dapat bervariasi, terkadang dengan ukuran yang sama, tapi tak jarang dengan ukuran yang berbeda (Graver & Jura, 2012, hlm. 20).

4) *Modules*

Modules merupakan suatu bidang yang tercipta dari pertemuan antara garis vertikal dan horizontal (Graver & Jura, 2012, hlm. 21).

5) *Spatial Zone*

Spatial Zone merupakan gabungan dari beberapa *modules* yang menjadi suatu kesatuan baru (Graver & Jura, 2012, hlm. 21).

6) *Markers*

Markers merupakan area untuk tulisan yang berisikan informasi konsisten, seperti contohnya ialah folio, ikon, dan *running heads* (Graver & Jura, 2012, hlm. 21).

2.1.2.12 Jenis-jenis Grid System

Dalam bukunya yang berjudul *Best Practices for Graphic Designer: Grids and Page Layout*, Graver & Jura (2012, hlm. 26-47) membagi *grid system* ke dalam jenis-jenis sebagai berikut:

1) *Single-Column Grid*

Jenis ini termasuk ke dalam kategori *grid* yang simpel dan mudah, karena area dalam satu bidang kertas tidak terbagi menjadi beberapa divisi konten (Graver & Jura, 2012, hlm. 26). Pengaplikasian *grid* ini biasanya dilakukan pada penulisan esai, buku, atau penulisan teks panjang lainnya. Penggunaan *grid* ini lebih berfokus pada kepentingan isi informasi, sehingga desainer harus memperhatikan besar, proporsi, dan hubungan antara *typeface* dalam informasi yang ingin disampaikan.



Gambar 2.29 Contoh Penerapan *Single-Column Grids*

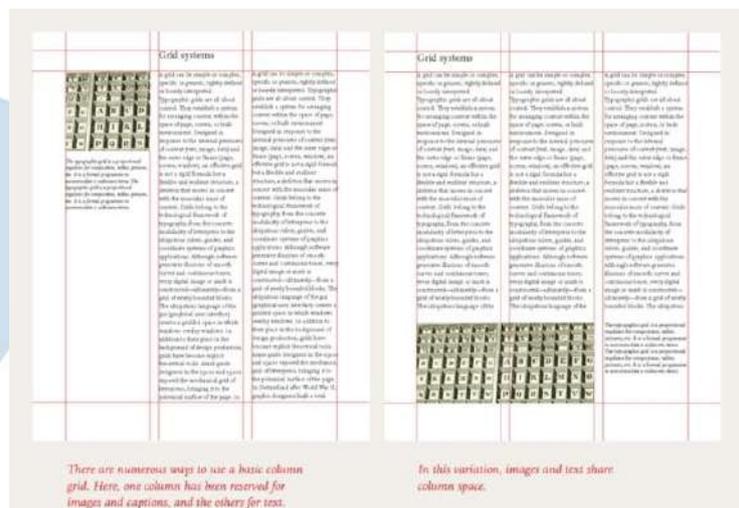
Sumber: <http://thinkingwithtype.com/grid/>

Hubungan antara area teks dan besar kecilnya suatu kertas merupakan hal yang perlu diperhatikan dalam jenis *grid system* ini. Cara lain dalam penggunaan *single-column grid* ialah dengan melebarkan ukuran *margins* dari kertas sehingga tercipta kestabilan dibandingkan dengan *margins*

yang sempit (Graver & Jura, 2012, hlm. 21). Dalam membantu perasaan peka tersebut, desainer dapat menggunakan perhitungan matematika untuk menciptakan keharmonisan keseimbangan area dalam suatu informasi di satu halaman.

2) *Multiple-Column Grid*

Ketika dibutuhkan banyaknya informasi yang dituang dalam satu halaman, maka *multi-column grid* dapat dimanfaatkan untuk mengelola komposisi informasi sehingga isi kontennya dapat tetap harmonis (Graver & Jura, 2012, hlm. 28). Pembagian kolom dapat terdiri dari balok yang kecil dengan adanya kombinasi menggunakan *gutter* antar kolom. *Multiple-column grid* merupakan salah satu jenis *grid* yang fleksibel strukturnya, sehingga konfigurasi penggunaannya mudah untuk diatur. Penggunaan jenis *grid* ini dapat membantu memudahkan pembaca dalam mengelola informasi dengan cepat dan mudah.

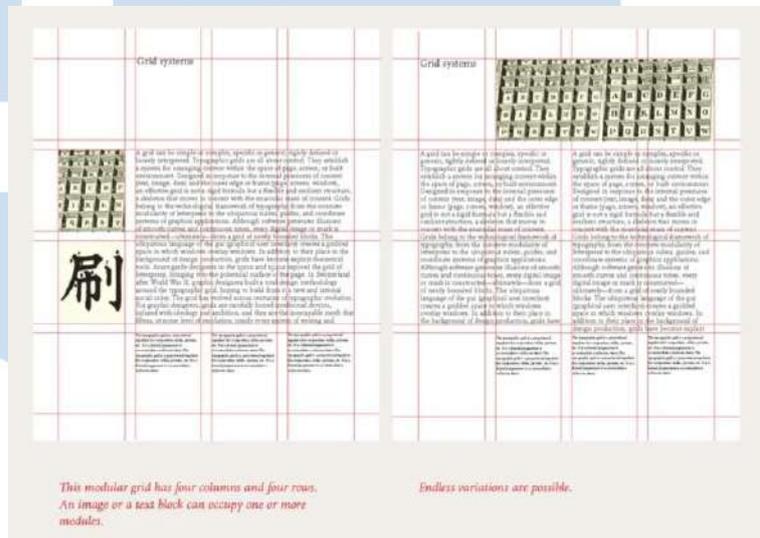


Gambar 2.30 Contoh Penerapan *Multiple-Column Grids*

Sumber: <http://thinkingwithtype.com/grid/>

3) Modular Grid

Modular grid adalah kombinasi dari penggunaan kolom dan baris. Kombinasi ini menciptakan sebuah bidang yaitu modul, baik itu secara vertikal maupun horizontal. Jenis *grid system* ini dapat membantu desainer untuk menghasilkan konten yang kompleks dengan beragam ukuran, seperti contohnya koran. *Grid system* modular cocok untuk informasi yang memiliki tabel, bagan, form (Graver & Jura, 2012, hlm. 32).



Gambar 2.31 Contoh Penerapan *Modular Grids*

Sumber: <http://thinkingwithtype.com/grid/>

4) Hierarchical Grid

Hierarchical grid dapat digunakan pada saat informasi yang ingin disampaikan tidak memerlukan penggunaan interval yang berulang untuk fungsi pemisah informasi (Graver & Jura, 2012, hlm. 40). *Grid* ini digunakan untuk menciptakan suatu hierarki informasi dalam satu halaman. Contoh penggunaan *grid* hierarki ialah pada *packaging*, poster, dan website. Jenis *grid* ini menyajikan informasi dengan lebih terstruktur berdasarkan hierarkinya dibandingkan menggunakan *modular grid*.

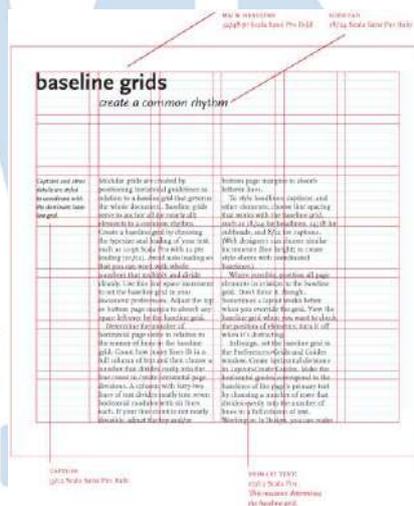


Gambar 2.32 Contoh Penerapan Hierarchical Grids

Sumber: <https://pin.it/xzmaPdD>

5) Baseline Grids

Baseline grid merupakan jenis *grid* dengan garis horizontal dengan jarak tiap baris yang sama, garis ini merupakan garis bantu untuk mengetahui penempatan letak teks dalam suatu halaman. Jenis *grid* ini dapat membantu elemen tipografi konsisten terstruktur, caranya ialah dengan merangkai sebuah baris berdasarkan ukuran yang diinginkan. *Baseline grid* digunakan dengan kombinasi *multiple-column grid* untuk memastikan garis teks tetap sejajar dalam satu halaman (Graver & Jura, 2012, hlm. 41).

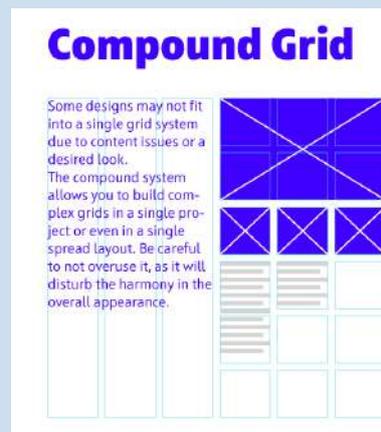


Gambar 2.33 Contoh Penerapan Baseline Grids

Sumber: <http://thinkingwithtype.com/grid/>

6) *Compound Grids*

Compound grids adalah kombinasi dari beberapa *grid* menjadi suatu struktur yang terorganisir secara sistematis (Graver & Jura, 2012, hlm. 46). Aspek yang digunakan untuk kombinasi dalam *compound grids* ialah *margins*, penempatan *flowlines*, serta *subordinate element*.



Gambar 2.34 Contoh Penerapan *Compound Grids*

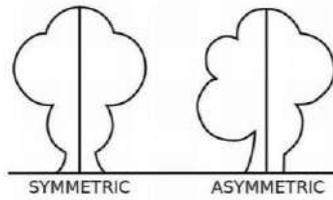
Sumber: <https://images.app.goo.gl/eCYiHXqPXcbKtZnB9>

2.1.3 Prinsip Desain

Dalam desain grafis, desain sangat bergantung dengan prinsip desain lainnya untuk menciptakan komposisi desain yang efektif. Dalam bukunya yang berjudul '*Graphic Design Solution*', Landa (2014, hlm. 29) menjelaskan bahwa terdapat beberapa prinsip desain yaitu keseimbangan (*balance*), hierarki visual (*visual hierarchy*), ritme (*rhythm*), kesatuan (*unity*).

2.1.3.1 Keseimbangan (*Balance*)

Keseimbangan atau *balance* merupakan suatu stabilitas antara objek yang satu dengan lainnya disusun secara merata (Landa, 2014, hlm. 30-31). Keseimbangan dapat digambarkan melalui bentuk, ukuran, warna, tekstur, kemudian diatur komposisinya agar serasi dan sepadan pada tempatnya. Sifat dari keseimbangan terbagi dua macam, yaitu simetris dan asimetris (Widya & Darmawan, 2016, hlm. 38).



Gambar 2.35 Perbedaan Simetris dan Asimetris

Sumber: <https://public-images.interaction-design.org/literature/articles/heros/5630e57964f4a.jpg?tr=w-1024>

Keseimbangan simetris *formal balance* atau *informal balance*, terdapat dua macam pembagian yaitu *axial balance* (berdasar pada garis sumbu) dengan ukuran yang sama serta *radial balance*, berdasar pada titik sumbu (Widya & Darmawan, 2016, hlm. 39).



Gambar 2.36 Penerapan Simetris pada Desain

Sumber: <https://pin.it/leryqhp>

1) Asimetris (*asymmetric*)

Keseimbangan asimetris bersifat *informal balance*, karena bagian posisi, letak, ukuran, warnanya dirancang variatif untuk pencapaian kedinamisan. Penekanan dilakukan untuk mengurangi jenuhnya repetisi visual yang tampil dari sudut yang sejajar dan senilai. Penggunaan asimetris menerapkan teori *golden ratio* di dalamnya untuk meningkatkan unsur estetika visual.



Gambar 2.37 Penerapan Asimetris pada Desain

Sumber: <https://pin.it/5OKsaUp>

2.1.3.2 Proporsi (*Proportional*)

Proporsi adalah sebuah prinsip tentang perbandingan unsur desain satu dengan yang lainnya, sehingga bentuk bidang dalam visual dapat disusun dan dikomposisikan. Proporsi yang tidak tepat dapat membuat suatu visual menjadi tidak terlihat rapih dipandang, sehingga perlu bagi desainer untuk menata setiap unsur desain dimulai dari garis, bidang, bentuk, warna, dan seterusnya. Penggunaan *golden ratio* dalam sebuah visual adalah salah satu contoh dari penerapan prinsip proporsi dalam suatu desain komunikasi visual (Widya & Darmawan, 2016, hlm. 42).

2.1.3.3 Ritme (*Rhythmn*)

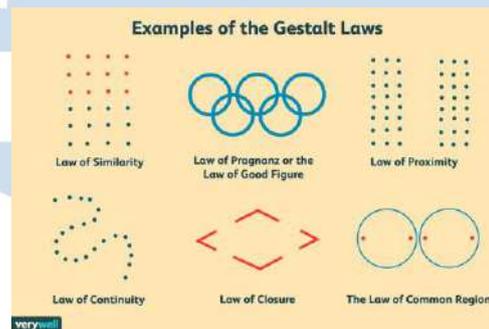
Ritme, irama, atau gerakan merupakan unsur dalam desain yang digunakan untuk menciptakan visual yang statis. Ritme merupakan sebuah gerakan yang berulang secara teratur dan terus menerus. Konsep dari ritme adalah mengacu pada pergerakan mata sasaran audiens. Gerakan ritme dalam visual digunakan untuk menghasilkan unsur dinamis dalam upaya menerapkan penekanan pada visual informatif sehingga mudah untuk diserap oleh sasaran audiens (Widya & Darmawan, 2016, hlm. 41). Dilihat dari faktor psikologis, mata manusia mampu mengarahkan unsur warna dari yang gelap menuju ke warna terang.

2.1.3.4 Kesatuan (*Unity*)

Prinsip *unity* yang diterapkan dalam desain grafis bertujuan untuk menciptakan keselarasan atau keserasian yang baik dari setiap elemen desain. Keserasian adalah prinsip yang didefinisikan sebagai pengatur keserasian antara suatu desain. Penggabungan unsur desain perlu melibatkan prinsip keseimbangan, *rhythm*, sehingga perbandingan dalam suatu komposisi visual dapat nikmat untuk dipandang (Widya & Darmawan, 2016, hlm. 43).

2.1.3.5 *Laws of Perceptual Organization*

Dalam bukunya yang berjudul '*Graphic Design Solution*', Landa (2014, hlm. 36) menjelaskan bahwa terdapat 6 hukum *perceptual organization* dalam desain komunikasi visual, yaitu sebagai berikut:



Gambar 2.38 Penerapan *Laws of Perceptual Organization*

Sumber: <https://www.verywellmind.com/gestalt-laws-of-perceptual-organization-2795835>

1) Kesamaan (*Similarity*)

Similarity merupakan sebuah elemen dalam hukum persepsi yang mempunyai kesamaan karakteristik dalam suatu desain grafis, sehingga dikategorikan menjadi satu yang sama atau dapat disebut sebagai satu kesatuan.

2) Kedekatan (*Proximity*)

Proximity merupakan sebuah elemen dalam hukum persepsi organisasi yang menerapkan tata letak atau jarak pada suatu desain untuk berdekatan antara satu dengan yang lainnya secara spasial, sehingga dilihat sebagai satu komposisi yang seimbang.

3) Kesenambungan (*Continuity*)

Continuity merupakan sebuah elemen dalam hukum persepsi organisasi yang memiliki konsep tentang adanya pergerakan pada elemen sebagai bentuk kelanjutan dari elemen sebelumnya, sehingga menciptakan suatu kesan pergerakan.

4) *Closure*

Closure merupakan sebuah kecenderungan dalam hukum persepsi organisasi yang bertujuan untuk menyambungkan suatu elemen pada desain berupa bentuk atau unit agar melengkapi suatu bentuk atau pola dalam desain.

5) *Common Fate*

Common Fate ialah sebuah konsep dalam hukum persepsi organisasi yang menciptakan adanya ilusi pergerakan dari satu elemen desain dengan arah yang sama, sehingga hal ini menimbulkan efek bahwa elemen tersebut merupakan satu golongan yang sama.

6) *Continuing Line*

Continuing line merupakan sebuah kumpulan titik yang membentuk garis dengan tampak jelas dan nyata. Tujuan dari garis yang terputus ialah agar sasaran audiens dapat melihatnya sebagai gerakan yang menyeluruh.

2.2 Media Informasi

Turow (2017) menyatakan bahwa media merupakan sebuah *platform* atau wadah yang dikembangkan untuk kebutuhan pembuatan dan proses pengiriman pesan. Konten dari media informasi harus dipilih secara cermat agar tepat dengan sasaran audiens. Kemudian Turrow (2014, hlm. 71-72) menambahkan bahwa media informasi harus dapat menghasilkan kesimpulan tentang informasi yang bersifat fakta kebenaran terhadap sasaran audiens. Media informasi dapat diperoleh dari banyak tipe, antara lain media cetak, media siaran, serta media yang direkam. Berdasarkan definisi di atas, media informasi merupakan sarana penyampaian pesan kepada sasaran (Biagi, 2015, hlm. 7).

2.2.1 Media Informasi Cetak

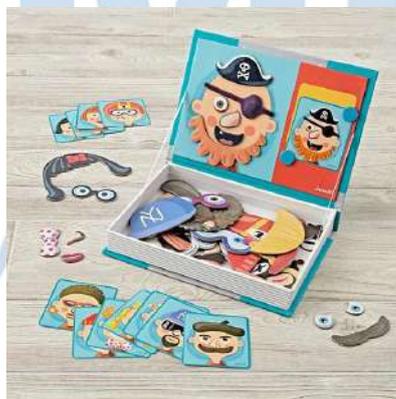
Konvergensi media massa dan perkembangan teknologi-sosial menciptakan beberapa jenis *output*, di antaranya ialah media informasi dalam bentuk media cetak (Turrow, 2017). Media informasi ini merupakan media visual satu arah, yaitu sarana penyampaian informasi visual langsung kepada sasaran audiensnya (Widjajanto et al., 2013, hlm. 107). Buku merupakan salah satu sarana media informasi cetak (Widjajanto et al., 2013, hlm. 107).



Gambar 2.39 Contoh Media Cetak: Buku Interaktif

Sumber: <https://es.paperblog.com/el-monstruo-de-colores-3076240/>

Penggunaan media informasi cetak memiliki beberapa manfaat positif yaitu informasi dapat diketahui oleh banyak orang, mudah diakses, dibawa, bertahan lama, dapat digunakan untuk referensi penelitian, serta informasi dalam media informasi cetak lengkap (Widjajanto et al., hlm 108). Dalam penggunaannya terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan yaitu tidak dapat dimanfaatkan oleh orang dengan berkebutuhan khusus, bahasa yang digunakan dalam media informasi cetak terbatas, media informasi cetak membutuhkan biaya (Widjajanto et al., 2013, hlm. 108).



Gambar 2.40 Contoh Media Informasi Interaktif

Sumber: <https://pin.it/3RmCb43>

2.2.2 Media Informasi Online

Media informasi *online* dapat dimanfaatkan sebagai alat komunikasi yang bersifat interaktif atau saling melakukan aksi (Widjajanto et al., 2013, hlm 112). Media informasi melalui *online* atau elektronik dapat melalui radio, televisi, internet, film, animasi, dan komputer (Widjajanto et al., 2013, hlm. 107). Dalam media informasi *online* terdapat beberapa dampak positif di antaranya ialah media informasi *online* mudah diakses dan dicari, tulisan dapat mudah disalin, media informasi dapat lebih interaktif dibandingkan dengan media cetak, serta dapat berbentuk video dan audio sehingga lebih menarik dan interaktif (Widjajanto et al, 2013, hlm. 112). Terdapat beberapa dampak negatif dari media informasi *online* yang perlu diperhatikan saat penggunaannya yaitu biaya yang digunakan untuk memproduksi media informasi online lebih mahal, tidak semua orang dapat mengakses media *online*, isi informasi atau konten dapat mudah diduplikasi dan manipulasi (Widjajanto et al., 2013, hlm. 112).



Gambar 2.41 Contoh Media Informasi *Online*: Video Animasi

Sumber: <https://www.runnersworld.com/uk/training/a776074/nike-teams-up-with-headspace-app-to-offer-runners-the-chance-to-meditate-as-they-run/>

2.2.3 Tujuan Media Informasi

Berdasarkan penjelasan tentang media informasi, Turrow dalam bukunya yang berjudul '*Media Today: Mass Communication*' (2014, hlm. 14) media informasi memiliki beberapa fungsi yang dibagi berdasarkan kebutuhan penggunaannya, penjelasan lebih rinci ialah sebagai berikut:

2.2.3.1 Media sebagai Hiburan

Media informasi berfungsi sebagai penghibur atau memberikan kepuasan terhadap manusia yang menggunakannya. Media dapat menjadi mata uang sosial yang dapat digunakan sebagai bahan berdiskusi antara sesama dengan pribadi lainnya dalam bentuk berinteraksi di dalam kegiatan sosial. Seperti contohnya ialah berdiskusi dengan orang lain tentang hal yang ada dilihat pada media sosial kemarin malam.

2.2.3.2 Media sebagai Pertemanan

Media informasi dapat berfungsi sebagai sebuah teman yang dapat menemani manusia pada saat jenuh atau kesepian. Seperti contohnya ialah menonton televisi saat sedang berada di rumah sakit.

2.2.3.3 Media sebagai Pengamatan

Media informasi juga dapat berfungsi sebagai pengamat hal yang berlangsung selama sehari-hari. Seperti contohnya ialah mendengarkan radio untuk mencari informasi tentang kondisi cuaca pada hari tersebut.

2.2.3.4 Media sebagai Penafsiran

Media informasi dapat berfungsi sebagai penafsiran dari informasi yang kita peroleh, contohnya penafsiran akan mengapa hal tersebut terjadi, bagaimana prosesnya, apa penyebab kejadian tersebut. Media informasi dapat berfungsi untuk menjelaskan informasi konflik politik yang sedang terjadi di suatu negara.

2.3 Media Interaktif

Media interaktif merupakan sebuah alat komunikasi yang melibatkan hubungan antar manusia dengan komputer (Cvetkovic, 2019). Media interaktif memiliki tujuan untuk menciptakan hasil luaran berupa interaktivitas. Beberapa contoh media interaktivitas ialah media baru, interaksi antara manusia dengan komputer, budaya digital, dan realitas maya. Manusia dan komputer memegang peranan penting dalam media interaktif.

2.3.1 Unsur-unsur Interaksi

Cvetkovic (2019) menjelaskan bahwa terdapat tiga unsur di dalam interaktivitas, yaitu *domain*, *tasks*, *objective*, dan *intention*. *Domain* dalam media interaktif berfungsi untuk menentukan keahlian dalam aktivitas yang menandung konsep dalam menegaskjjan hal-hal penting di dalamnya. *Tasks* (tugas) berfungsi untuk memanipulasi kontep pada suatu *domain*. *Objective* (tujuan) merupakan sebuah penentuan *output* pada sebuah tugas yang dikombinasikan dengan *intention* (niat) dalam menyelesaikan tugas.

2.3.2 Jenis Interaksi

Desain interaksi bertujuan untuk memudahkan pekerjaan pengguna dengan meninggalkan pengalaman yang menyenangkan (Sharp, Preece, & Rogers, 2019, hlm. 2). Dalam desain interaksi, terdapat empat jenis pengelompokannya yaitu sebagai berikut:

2.3.2.1 *Instructing*

Instructing merupakan proses pemberian perintah kepada sistem dari designer untuk melakukan sesuatu. Pemberian instruksi tersebut dapat berupa pemilihan menu *tollbar/toolbox*.

2.3.2.2 *Conversing*

Conversing merupakan proses interaksi yang terjadi antara pengguna dan sistem. Seperti contohnya pengguna memerintahkan sistem untuk mengeluarkan suara dengan kencang, kemudian media akan merespons perintah tersebut dengan membesarkan suara.

2.3.2.3 *Manipulating*

Manipulating merupakan suatu proses interaksi yang dilakukan oleh pengguna dengan semata-mata obyek digital tersebut berada secara *real* di dunia nyata. Seperti contohnya terdapat gambar obyek pintu pada *game* yang cara dibukanya pada dunia nyata ialah dengan mendorong atau ditarik ke bawah gagang pintunya, maka gagang pintu yang berada di dalam *game* tersebut memiliki cara yang sama dalam bagaimana membukanya.

2.3.2.4 Exploring

Exploring merupakan jenis interaksi yang dapat digunakan oleh pengguna secara bebas menjelajahi isi konten di dalam *game*. Contoh permainan yang menerapkan jenis interaksi ini adalah *game 'The Sims'*.

2.4 Kecerdasan Emosional

Emosi merupakan kata serapan bahasa Latin, '*emovere*' artinya bergerak menjauh. '*Emovere*' berarti emosi dengan kecenderungan mutlak dalam bertindak. (Widodo, 2018, hlm. 34). Emosi merupakan suatu respons terhadap stimulus yang bersumber dari luar maupun dalam individu. Kecerdasan emosional merupakan sebuah kemampuan dalam diri seseorang yang baik untuk dimiliki, karena kemampuan untuk mengelola emosi pada diri sendiri dapat menumbuhkan kemampuan untuk berhubungan dengan orang lain. Kecerdasan emosional penting untuk dimiliki oleh anak usia dini, sehingga ia dapat mengontrol perbuatan yang tidak menguntungkan bagi dirinya maupun individu lain (Sit, 2021, hlm. 32).

2.4.1 Karakteristik Emosi pada Anak Usia Dini

Berdasarkan umur atau usia manusia terdapat karakteristik emosi dalam individu. Menurut Widodo (2018, hlm. 39) karakteristik emosi pada AUD dalam bukunya yang berjudul '*Anak dengan Hambatan Perilaku Emosi dan Sosial*' ialah sebagai berikut:

- 1) Emosi berlangsung dengan cepat, tetapi sementara, dan tidak berangsur-angsur dengan lama.
- 2) Emosi bersifat kuat atau dianggap berapi-api.
- 3) Emosi selalu timbul, seringkali terjadi saat menginginkan sesuatu.
- 4) Anak memberikan respons yang berbeda-beda macamnya.
- 5) Kekuatan emosi anak bersifat dapat berubah.
- 6) Ekspresi anak mudah berganti menjadi kebalikannya.
- 7) Anak mudah mencontohkan emosi orang disekitarnya.
- 8) Emosi sedih, takut, dan senang sering ditunjukkan oleh anak.

2.4.2 Komponen dalam Kecerdasan Emosional

Seseorang yang memiliki kecerdasan emosional memiliki beberapa komponen di dalam dirinya, di antaranya ialah *self-awareness*, *self-regulation*, motivasi diri, *social-skill*, dan manajemen relasi. Penjelasan tentang komponen tersebut ialah sebagai berikut:

2.4.2.1 Kesadaran Diri

Kesadaran diri merupakan suatu hal yang besar fungsinya bagi tiap individu dalam membangun kecerdasan emosional pada diri sendiri. Contoh dari kesadaran diri ialah mengenali emosi diri sendiri, meliputi mengetahui apa emosi yang sedang dirasakan, sehingga dapat merasakan emosi tersebut dan memahaminya. Jika seorang individu mampu mengenali emosinya, maka ia mudah memahami emosi yang dirasakan oleh orang lain (Widodo, 2018, hlm. 45).

2.4.2.2 Manajemen Diri

Manajemen diri meliputi suatu tindakan individu yaitu mengelola emosi menjadi hal yang positif, salah satu contohnya ialah mengelola serta mengekspresikan emosi sendiri secara tepat (Widodo, 2018, hlm. 46). Seorang individu yang memiliki manajemen diri akan mudah dalam mengenali dirinya sendiri dan memiliki kepercayaan bahwa ia dapat melakukan sesuatu. Manajemen diri yang telah dilatih dengan baik pada individu dapat menimbulkan pengendalian emosi serta tindakan tanpa melibatkan emosi yang berlebihan.

2.4.2.3 Motivasi Diri

Tahapan ketiga dalam komponen kecerdasan emosional pada individu ialah mampu memberikan motivasi kepada dirinya sendiri dalam melakukan sesuatu. Individu yang memiliki motivasi maka akan dengan mudah untuk tetap mempertahankan keinginannya sampai tujuan tersebut tercapai. Motivasi diri bermanfaat untuk meningkatkan upaya, membantu individu dalam proses mengambil tindakan, maupun menjadi lebih produktif (Widodo, 2018, hlm. 46).

2.4.2.4 Kesadaran Sosial

Kesadaran diri dapat diartikan juga sebagai empati, yaitu pemahaman individu terhadap perasaannya maupun terhadap orang lain hingga peduli terhadap hal tersebut. Kecerdasan emosional dapat bermanfaat sebagai sarana penyalaras perasaan individu dengan orang lain disekitar (Widodo, 2018, hlm. 47). Seseorang yang memiliki empati di dalam dirinya mampu untuk mengekspresikan kepekaan perasaannya sebagai respons dalam menanggapi sesuatu.

2.4.2.5 Manajemen Relasi

Manajemen relasi merupakan kemampuan individu dalam membina atau menjalin hubungannya sebagai keterampilan dari mengelola emosi orang lain. Kemampuan yang dimiliki seorang individu dalam berelasi berpengaruh pada aspek pergaulannya yang bertambah luas karena memiliki banyak teman. Teman dapat bermanfaat bagi setiap individu dalam pengaruhi aspek emosionalnya secara positif, yaitu contohnya merasa senang dan tertantang dalam berkegiatan sosial (Widodo, 2018, hlm. 47).

2.4.3 Faktor Pendukung Kecerdasan Emosional pada Anak Usia Dini

Beberapa hal yang mampu menjadi faktor pendukung perkembangan kecerdasan emosional pada anak adalah dengan cara sebagai berikut (Widodo, 2018, hlm. 48-50):

2.4.3.1 Kematangan Mental

Kematangan mental pada anak sangat berpengaruh dari fisiologis anak tersebut. Anak yang berusia lebih dewasa akan lebih matang emosinya secara mental. Jadi kematangan mental anak dapat dipengaruhi oleh usia seorang anak (Widodo, 2018, hlm. 48).

2.4.3.2 Pembiasaan pada Anak Saat Mengekspresikan Emosi

Kebiasaan respons anak dalam mengekspresikan emosinya dapat mempengaruhi kecerdasan emosional dari anak tersebut. Seperti contohnya anak yang diberikan kesempatan untuk mengekspresikan

emosinya akan memiliki perkembangan yang signifikan daripada anak yang tidak memiliki kesempatan untuk mengekspresikan emosinya secara bebas.

2.4.3.3 Intelligensi

Anak yang memiliki nilai intelligensi di atas rata-rata memiliki kecenderungan untuk memiliki sifat yang kurang terbuka, egois, lebih suka mementingkan diri sendiri (Widodo, 2018, hlm. 49). Sifat yang dimiliki oleh anak dengan intelligensi tinggi ini dapat menimbulkan karakteristik berbeda dengan anak yang memiliki nilai intelligensi tidak di atas rata-rata. Diperlukan adanya perlakuan khusus terhadap anak-anak berdasarkan intelligensinya masing-masing.

2.4.3.4 Jenis Kelamin

Jenis kelamin dari setiap anak memiliki pengaruh secara hormonal. Anak laki-laki dan perempuan memiliki karakteristik emosionalnya yang berbeda (Widodo, 2018, hlm. 49). Jenis kelamin dapat mempengaruhi dari karakteristik seorang individu yang tercermin dalam dirinya.

2.4.3.5 Status Ekonomi

Status ekonomi di masyarakat dapat mempengaruhi kecerdasan emosional pada anak. Individu dengan keluarga yang memiliki keadaan kelas ekonomi menengah ke bawah akan kurang percaya diri di lingkungan masyarakat. Kelas ekonomi menengah ke atas juga cenderung memperhatikan kondisi normatif yang sudah tertanam di dalam keluarganya (Widodo, 2018, hlm. 49).

2.4.3.6 Kondisi Fisik

Kondisi fisik dari seorang individu dapat mempengaruhi perkembangan kecerdasan emosionalnya. Anak dengan kondisi yang kurang sempurna akan menimbulkan ketidakpercayaan diri, sehingga dapat menimbulkan tertanamnya emosi negatif secara mental maupun psikologisnya (Widodo, 2018, hlm. 49).

2.4.5.7 Pola Asuh

Dalam mengasuh anak, pengasuhan dari orang tua secara keras akan berdampak pada perkembangan kecerdasan emosional anak. Anak dapat memiliki kecenderungan menjadi pemurung dan kurang percaya diri apabila terbiasa diasuh oleh orang tuanya secara keras. Pola asuh yang memanjakan anaknya juga dapat menimbulkan perilaku anak yang susah diatur ataupun nakal. Pola asuh yang tepat ialah pola asuh fleksibel dan demokratis, sehingga orang tua dapat secara fleksibel mengatur dan membina perkembangan kecerdasan emosional anak (Widodo, 2018, hlm. 50).

2.4.4 Manfaat Kecerdasan Emosi pada Anak

Pada perkembangan kecerdasan emosional, keseimbangan emosi perlu dilatih (Widodo, 2018, hlm. 85). Keseimbangan kecerdasan emosi dapat dilatih dan diasah melalui beberapa cara, yaitu pengendalian emosi, serta mengembangkan toleransi. Beberapa manfaat dari edukasi kecerdasan emosi dijabarkan sebagai berikut (Widodo, 2018, hlm. 86-87):

2.4.4.1 Manfaat dari Pematangan

Seorang anak yang memiliki kemampuan intelektual dapat memahami sesuatu yang awalnya tidak diketahuinya menjadi paham, kemudian mampu merespon kejadian di sekitar dengan baik, mampu mengendalikan emosi dengan baik, maupun mampu mengingat sesuatu yang dipengaruhi oleh emosi. Kemampuan anak yang memiliki kecerdasan emosional dapat memudahkannya dalam memiliki kepekaan terhadap sesuatu yang terjadi di lingkungannya (Widodo, 2018, hlm. 86).

2.4.4.2 Manfaat dari Belajar

Waktu yang tepat dan baik dalam mengembangkan kecerdasan emosional pada anak ialah pada masa anak-anak. Pembelajaran kecerdasan emosional dapat dimudahkan dengan menggunakan metodenya. Seperti contohnya anak yang belum

memasuki proses belajar tentang cara mengelola emosinya tidak akan paham bagaimana cara mengekspresikan marahnya kecuali dengan cara menangis. Dengan adanya pengalaman belajar dalam mengelola kecerdasan emosional, anak akan paham bagaimana cara mengungkapkan emosinya.

2.4.5 Edukasi Kecerdasan Emosional

Terdapat banyak manfaat yang didapatkan apabila anak menerima proses pembelajaran tentang kecerdasan emosional. Beberapa manfaat yang dapat dipraktikkan dalam mendorong perkembangan emosionalnya ialah sebagai berikut (Widodo, 2018, hlm. 87-88):

2.4.5.1 Belajar dengan Mencoba

Salah satu upaya pembelajaran kecerdasan emosional pada anak ialah dengan cara mengajarkan anak untuk mencoba, dilihat dari hubungan antara aspek responsnya dalam menanggapi sesuatu. Anak dapat belajar dengan mencoba beberapa hal agar mampu mengekspresikan atau menolak perilaku yang tidak disukainya. Cara belajar anak melalui pembelajaran dengan mencoba ialah dengan melibatkan anak untuk mengeksplorasi hal yang ingin dia lakukan sebagai upaya pemuasan diri (Widodo, 2018, hlm. 87).

2.4.5.2 Belajar dengan Meniru

Langkah lainnya dalam upaya pembelajaran kecerdasan emosional pada anak ialah dengan memperbolehkan anak untuk meniru hal yang akan berdampak pada setiap reaksi yang diberikan pada suatu hal. Libatkan anak dalam mengamati setiap rangsangan yang diterimanya dan biarkan anak meniru respon orang lain terhadap menghadapi respons tersebut, sehingga anak dapat paham apa yang seharusnya ia lakukan (Widodo, 2018, hlm. 87).

2.4.5.3 Belajar dengan Menyamakan Diri

Pembelajaran melalui penyamaan diri dapat dikategorikan sama dengan anak yang sedang belajar meniru bagaimana reaksi orang lain terhadap suatu rangsangan. Cara yang dapat dilakukan orang tua

dalam proses ini ialah dengan memperhatikan cara anak meniru bagaimana reaksi orang lain dalam bertindak, serta dorong anak untuk lebih semangat dalam mengembangkannya (Widodo, 2018, hlm. 88).

2.4.5.4 Belajar dengan Melalui Pengkondisian

Pada proses belajar melalui pengkondisian, ajarkan anak dengan cara mengasosiasikan perilaku yang gagal ia lakukan untuk dapat dipancing lagi sehingga berhasil melalui cara mengasosiasikan tersebut. Cara ini berkaitan erat dengan bagaimana hubungan rangsangan terhadap anak bukan respon yang terjadi pada anak (Widodo, 2018, hlm. 88).

2.4.5.5 Belajar dengan Dipandu Adanya Pelatihan

Cara lain dalam mengedukasi anak untuk mengembangkan kecerdasan emosionalnya ialah dengan diberikan pendampingan dari orang tua selama proses belajarnya. Anak akan terpengaruhi emosinya secara positif apabila orang tua ikut mendampinginya dalam proses tersebut. Orang tua yang ikut turut mendampingi anak juga dapat bermanfaat dalam mencegah timbulnya emosi negatif yang mungkin dapat diluapkan oleh anak atau mencegah terjadinya hal yang tidak diinginkan untuk terjadi pada saat anak dalam proses pembelajarannya (Widodo, 2018, hlm. 88).

