

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Desain

Menurut Landa, desain grafis merupakan sebuah wujud dari visual komunikasi yang memiliki fungsi untuk menyampaikan sebuah pesan atau informasi kepada para audiens secara meluas. Desain grafis merepresentasikan visual dari ide yang bergantung pada pembuatan atau penciptaan, pemilihan, serta dalam elemen-elemen visual. (Landa, 2014).

##### 2.1.1 Prinsip Desain

Menurut Landa (2013) dalam merancang diperlukan prinsip dasar di mana perlu memahami dasar - dasar desain seperti tipografi, konsep, gambar, visualisasi, dan elemen desain lainnya yang selanjutnya dapat dibuat untuk menghasilkan suatu karya. Prinsip desain akan didapatkan melalui pelatihan dan pengalaman. Berikut beberapa prinsip desain menurut Landa (2013) di antaranya yaitu:

##### 2.1.1.1 Format

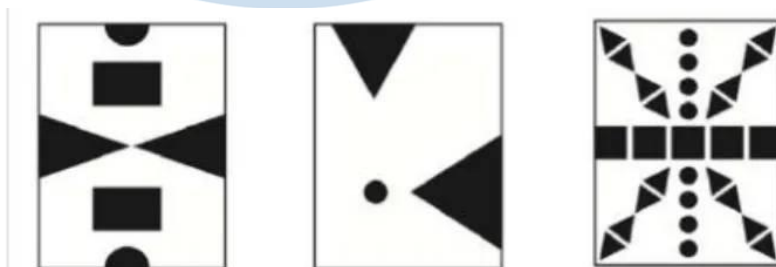
Format merupakan suatu ukuran yang memiliki perhitungan dalam batasan sebagai standar dalam perancangan desain. Format dapat disebut sebagai tipe ukuran dengan kategori ukuran yang bervariasi karena dalam mendesain terdapat berbagai jenis untuk project yang berbeda seperti sebuah kertas, layar *handphone*, *outdoor billboard*, dan media lainnya. (hlm.29)



Gambar 2.1 Format dalam perancangan suatu desain  
(Landa 2013)

### 2.1.1.2 Keseimbangan

Keseimbangan dalam konteks ini merupakan kesan stabilitas yang diciptakan dari berat visual yang didistribusikan dengan baik melalui komposisi elemen. Saat sebuah desain memiliki prinsip ini, maka hasil desain terlihat harmonis yang kemudian berdampak pada penglihat karya serta bagaimana pesan tersebut akan terkomunikasikan.



Gambar 2.2 Keseimbangan dalam visual desain  
(Landa 2013)

### 2.1.1.3 Hierarki Visual

Hierarki Visual merupakan prinsip untuk mengatur dan mengorganisir informasi yakni dengan memandu mata para penglihat karya sesuai emphasis yang ada pada karya. Hal ini sangatlah penting karena tujuan utama dari sebuah karya desain adalah untuk mengkomunikasikan informasi, oleh sebab itu prinsip

visual hierarki harus diperhatikan karena merupakan cara untuk tujuan tersebut yakni dengan mengatur setiap elemen sesuai kepentingannya.

#### 2.1.1.4 *Emphasis*

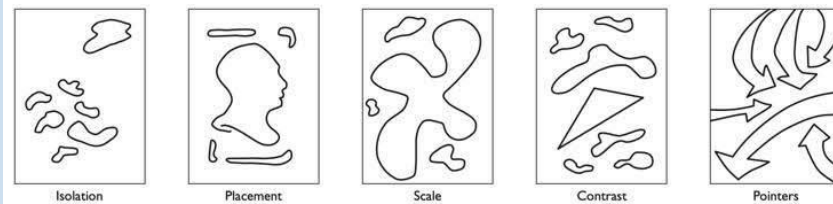
*Emphasis* menurut Landa (2013) merupakan pengaturan dalam menampilkan suatu visual dengan menekankan bagian elemen desain utama yang dapat mendominasi dari lainnya. Desainer perlu menentukan bagian apa yang ingin ditekankan dalam elemen desain agar dapat menarik target audiens bagian mana yang akan dilihat terlebih dahulu, lalu berlanjut ke tahapan kedua dan seterusnya.



Gambar 2.3 Penerapan prinsip *Emphasis*  
(Landa 2013)

Dalam menentukan *emphasis*, 3 (tiga) cara yang diantaranya adalah penekanan dalam isolasi, di mana terdapat satu elemen yang akan dipilih sebagai fokus utama dalam menghasilkan visual dan diimbangi dengan komposisi elemen lainnya. Kemudian terdapat penekanan dalam penempatan elemen grafis di tempat tertentu dapat menarik perhatian audiens untuk melihat ke satu titik

seperti di bagian kanan, kiri, tengah, atas, dan bagian lainnya. Terdapat cara penekanan melalui ukuran, hal ini merupakan bagian penting dalam melakukan sebuah *emphasis* pada perancangan, ukuran kecil maupun besar dapat menarik perhatian audiens berdasarkan cara yang sistematis untuk diterima oleh mata audiens.



Gambar 2.4 Visualisasi Emphasis dalam desain  
(Landa 2013)

#### 2.1.1.5 Ritme

Ritme merupakan sebuah prinsip desain yang menggunakan sistem repetisi yang konsisten, tujuannya agar mata penglihat diarahkan untuk melihat keseluruhan dalam area desain tersebut. Hal ini sangatlah penting untuk dilakukan terutama dalam karya-karya desain yang memiliki multiple pages ditujukan agar terciptanya sebuah visual *flow* antara satu dan lainnya. Dalam hal ini, elemen-elemen desain menjadi faktor-faktor yang berkontribusi dalam adanya sebuah ritme dalam desain.

#### 2.1.1.6 Kesatuan

Prinsip kesatuan menurut Landa (2013) menjelaskan bahwa dalam membuat suatu koneksi, mencari keterkaitan antar elemen visual berdasarkan orientasi, lokasi, bentuk, dan warna hingga digabungkan menghasilkan suatu karya menjadi kesatuan yang dapat dipahami secara mudah oleh target audiens.

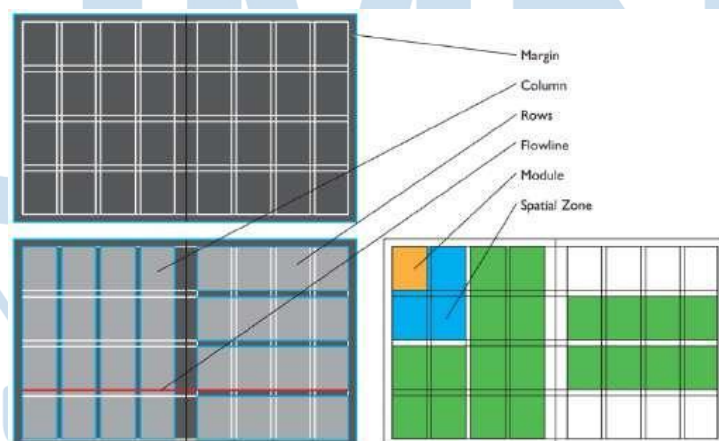
## 2.1.2 Layout

Menurut Amborse, G. dan Haris, HAL. (2009) *layout* merupakan suatu penyusunan elemen desain dalam hubungannya dengan ruang yang diisi berdasarkan skema estetis keseluruhan. Dapat juga disebut manajemen bentuk dan ruang. Tujuan dari *layout* adalah untuk mempresentasikan elemen teks dan elemen visual yang ingin dikomunikasikan dengan cara tertentu agar pembaca dapat menerima pesan tersebut dengan informatif .

### 2.1.2.1 Grid

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Anggraini (2018), *grid* merupakan garis-garis bantu yang berguna untuk mempermudah desainer dalam menentukan peletakan elemen-elemen *layout*. Jika dilihat dari ukuran margin yang digunakan, *grid* dalam satu *spread* dapat dibedakan menjadi *grid* simetris dan asimetris (hal.40).

Menurut Landa (2013) *grid* merupakan arahan visual yang terdiri dari garis vertikal dan horizontal menghasilkan suatu struktur yang terbagi ke dalam bentuk kolom dan margin, Implementasi *grid* dapat digunakan ke dalam media cetak seperti majalah, buku, brosur, desain *website*, dan media lainnya. *Grid* memiliki struktur anatomiyang terbagi ke dalam 5 bagian yaitu:



Gambar 2.5 Petunjuk bagian grid

(Sumber: Landa (2013). *Graphic Design Solutions (Fifth Edition) USA: Clarck Baxter*)

### 1) **Margin**

Margin merupakan sebuah struktur yang membentuk bingkai proporsional terbuat dari hasil perancangan suatu ukuran kolom untuk menyatakan jarak antara tepi ujung kertas dengan isi konten, agar elemen grafis tidak mendekati ujung suatu halaman. Margin dapat diisi dengan judul, informasi, nomor halaman, dan lainnya.

### 2) **Kolom**

Kolom merupakan suatu pengaturan dalam bentuk vertikal yang menyediakan jarak bagi elemen grafis seperti informasi, konten, gambar, teks dengan jumlah dan ukuran yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan.

### 3) ***Spatial Zone***

*Spatial zone* merupakan pengaturan dalam bentuk hasil penggabungan dari *grid* yang dapat digunakan sebagai pengaturan posisi teks dan gambar.

### 4) ***Flowline***

*Flowline* merupakan garis horizontal yang merata di mana terbentuk pada suatu ruang kosong yang sudah memiliki *grid* untuk mengarahkan penempatan elemen-elemen visual.

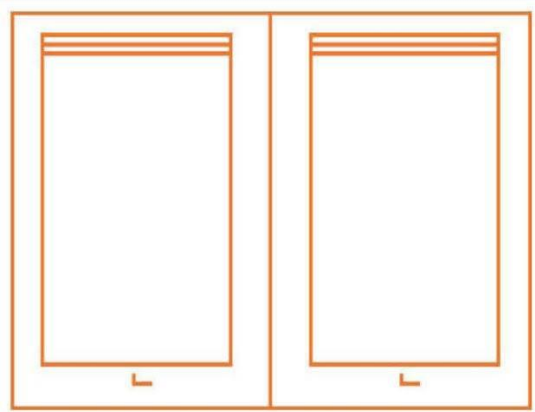
### 5) **Modul**

Modul merupakan ruangan kosong pada kertas dari kumpulan kolom dan garis dengan pengulangan ukuran yang konsisten.

Tondreau, B. (2019) Menjelaskan bahwa *grid* merupakan suatu pengaturan dalam merancang suatu tata letak ruangan dan penempatan informasi bagi para pembaca. Ia mengklarifikasikan *grid* menjadi 5 jenis berdasarkan variasi konfigurasi dasarnya, berikut merupakan jenis-jenis *grid* yang dijabarkan oleh Tondreau (hlm. 9-15).

### **1) A Single – Column Grid**

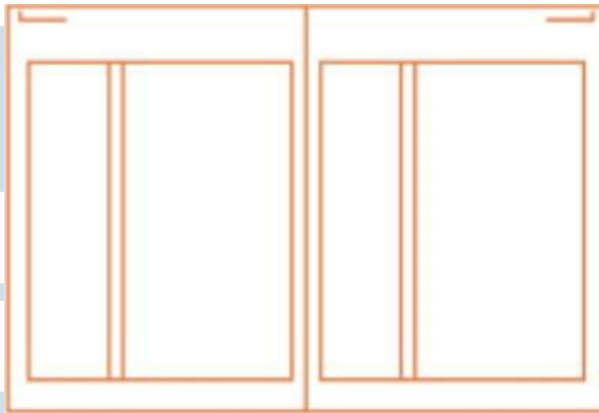
Dalam urutan tipe *grid*, *single column grid* merupakan untuk memuat teks yang berkelanjutan yaitu laporan, esai, atau buku. *Block of text* menjadi ciri khas yang tampil dalam halaman, *spread*, ataupun layar perangkat.



Gambar 2.6 tampilan *single column grid*  
(Layout Essentials/Beth Tondreau, 2009)

### **2) A Two – Column Grid**

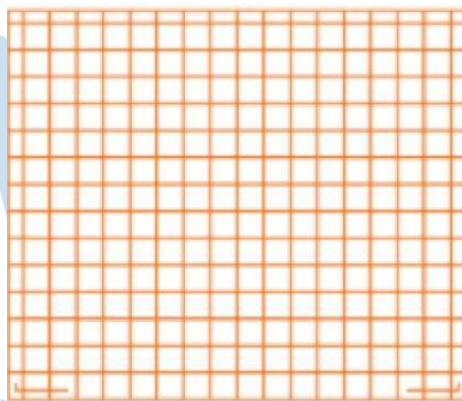
A *Two - Column Grid*, *grid* ini digunakan untuk menyusun jumlah teks yang banyak serta mampu mempresentasikan informasi yang terkadang berbeda di setiap kotaknya. Setiap kolom terdiri hanya dengan elemen visual teks saja ataupun gambar sesuai dengan kepentingan informasi yang dibutuhkan.



Gambar 2.7 tampilan *two column grid*  
(Layout Essentials/Beth Tondreau, 2009)

### 3) *Modular Grid*

*Modular Grid* menjadi jenis *grid* terbaik untuk menyusun informasi kompleks yang biasanya termuat di dalam, kalender, koran, tabel, dan *charts*. Jenis *grid* ini menggabungkan kolom vertikal dan horizontal hingga untuk membentuk ruang yang lebih kecil.



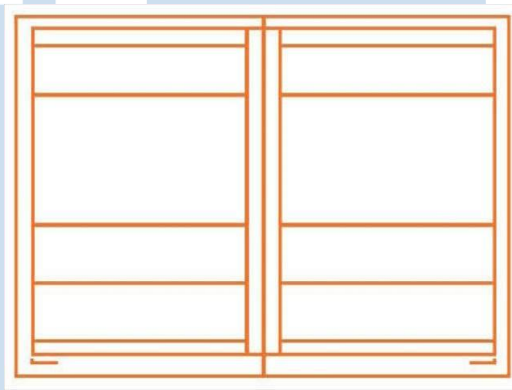
Gambar 2.8 tampilan *modular grid*  
(Layout Essentials/Beth Tondreau, 2009)

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



#### **4) Hierarchial Grid**

*Hierarchial Grid* merupakan penggunaan *grid* yang membagi halaman menjadi beberapa ruang horizontal. Contoh pengaplikasian jenis grid ini yaitu majalah yang menyusun konten setiap halamannya secara horizontal dan banyak perangkat yang memecah kontennya juga secara horizontal.

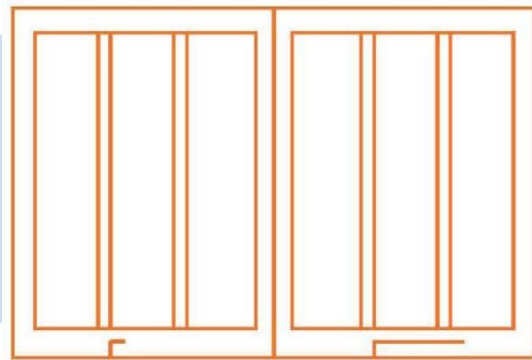


Gambar 2.9 tampilan *hierarchial grid*  
(Making and Breaking the Grid/Timothy Samara, 2022)

#### **5) Multicoluml Grid**

*Multicolumn Grid* sangat sesuai digunakan dalam majalah ataupun website ataupun majalah dengan mengombinasikan berbagai elemen visual karena lebih fleksibel digunakan dibandingkan dengan satu – dua *grid*.

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



Gambar 2.10 tampilan *multicolumn grid*  
(Layout Essentials/Beth Tondreau, 2009)

### 2.1.3 Tipografi

Menurut Brewer, R. (1971) Tipografi memiliki arti luas, dalam mencakup penataan suatu halaman, atau cetakan. Dalam percetakan, pengaturan sebuah susunan perancangan perlu pemilihan yang sesuai dengan bagaimana penggunaan suatu huruf.

Selain itu berdasarkan pernyataan Sihombing, D. (2001:58) tipografi merupakan representasi visual dari sebuah bentuk komunikasi adalah sifat verbal, visual, dan efektif. Tidak hanya memberikan pemahaman, tipografi memiliki bentuk visual yang dapat menyampaikan suatu kesan, menggambarkan suara yang ditampilkan melalui bentuk dari kumpulan tulisan.

#### 2.1.3.1 Prinsip Tipografi Terhadap Desain

Prinsip tipografi berdasarkan pernyataan Heller, S. (2012), mengenai prinsip dari jenis tipografi menjadi 8 bagian di antaranya adalah:

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

**1) Inform:**

Bagaimana suatu dapat diinformasikan kepada pembaca menjadi suatu informasi yang membahas topik permasalahan, mengemukakan pemikiran untuk memberikan rasa keingintahuan kepada audiens.

**2) Advocate:**

*Advocate* merupakan prinsip suatu cara dalam mengajak audiens untuk ikut terlihat dalam menerima pesan atau informasi yang dibuat oleh desainer sebagai salah satu prinsip dalam desain grafis.

**3) Play:**

Salah satu prinsip desain yang digunakan oleh desainer untuk menghibur, mengekspresikan, serta memberi informasi kepada audiens dengan menyampaikan suatu informasi yang menarik kemudian target terhibur dan tertarik.

**4) Caution:**

Prinsip ini memberikan kesan klasik dalam penyampaian pesan pada desain grafis. Contoh memberikan peringatan kepada audiens sebagai informasi untuk berhati-hati dalam konten pesan yang akan diterima oleh target desain.

**5) Entertain:**

Merupakan salah satu prinsip yang disukai semua orang, karena memberikan hiburan dan kesenangan melalui informasi terhadap audiens tanpa adanya rasa hal yang tidak membahagiakan pembaca.

### 6) *Express:*

Merupakan prinsip yang sering digunakan saat ini serta mengalami pertumbuhan yang pesat, karena desainer menggunakan slogan dan kata-kata yang dirancang secara grafis sebagaimana sarana untuk mengekspresikan kepercayaan, filosofi, dan sebagai cerminan pribadi dengan tujuan mempengaruhi orang lain.

### 7) *Educate*

Bertujuan memberikan informasi dan mengajarkan suatu pesan yang akan disampaikan, *educate* merupakan kombinasi dari seluruh prinsip tipografi.

### 8) *Transform*

Transform merupakan kombinasi grafis untuk bisa masuk kepada sudut pandang audiens.

## 2.1.3.2 Karakter Tipografi

Berdasarkan pernyataan Sihombing, D. (2001, hal.13-14), tipografi memiliki sifat dan karakteristik yang berbeda pada setiap jenis huruf. Berikut adalah terminologi yang umum digunakan dalam penamaan setiap komponen visual yang terstruktur dalam fisik huruf.



Gambar 2.11 karakter tipografi

(Sumber : <https://webdesign.tutsplus.com/id/articles/a-comprehensive-guide-to-typography-basics--cms-26644>)

**1) *Baseline:***

Merupakan sebuah garis lurus horizontal yang menjadi batas dari bagian terbawah dari setiap huruf besar.

**2) *Capline:***

Merupakan sebuah garis lurus horizontal yang menjadi batas dari bagian teratas dari setiap huruf besar.

**3) *Meanline:***

Merupakan sebuah garis lurus horizontal yang menjadi batas dari bagian teratas dari badan setiap huruf kecil.

**4) *X-Height***

Jarak ketinggian dari *baseline* sampai ke *meanline*. *X-Height* merupakan tinggi dari badan huruf kecil.

**5) *Ascender***

Merupakan bagian dari karakter huruf yang memiliki ketinggian melebihi batas garis *meanline* dan *x-height*.

**6) *Descender***

Bagian dari huruf kecil yang posisinya tepat di bagian bawah garis *baseline*.

**7) *Cap Height***

Seperti *baseline*, *Cap height* adalah jarak pembatas bagian ujung dari ketinggian huruf kapital.

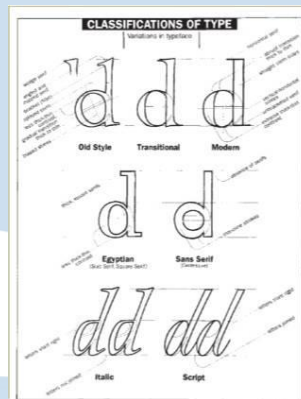
**8) *Serif***

Merupakan karakteristik yang dimiliki oleh suatu huruf alfabet seperti ketebalan dan ujung sirip dengan bentuk lancip ataupun

tumpul. Sans-Serif merupakan jenis lain dari Serif yang di mana hurufnya tidak menggunakan sirip pada bagian ujungnya, selain itu memiliki ketebalan yang lebih sesuai untuk digunakan dalam judul teks atau emphasis dari suatu desain.

### 2.1.3.2 Klarifikasi Tipografi

Menurut Landa (2014), *typeface* adalah sebuah rancangan huruf, angka, ataupun tanda dengan membentuk suatu karakter di mana dapat dikenal walaupun sudah termodifikasi dengan desain yang berbeda. Beberapa *typeface* yang sudah ada hingga saat ini memiliki pencampuran karakter juga sejarah tipografi di masa lalu.

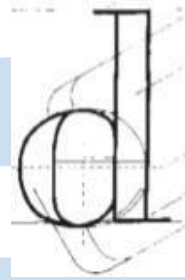


Gambar 2.12 karakter tipografi

(Sumber: Landa (2014), *Graphic Design Solution (Fifth Edition)*. USA: Clarck Baxter)

#### 1) *Modern*

Bentuk huruf *typeface* modern mempunyai ciri khas geometris dengan garis yang tebal atau tipis, vertikal, dan sangat simetris dengan jenis *typeface* Roman.

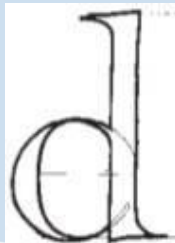


Gambar 2.13 karakter tipografi modern

(Sumber: Landa (2013), *Graphic Design Solution (Fifth Edition)*. USA: Clarck Baxter)

## 2) *Traditional*

*Typeface* ini termasuk dalam Serif. Dengan visualisasi campuran dari jenis *Modern* dan *Old Style*.

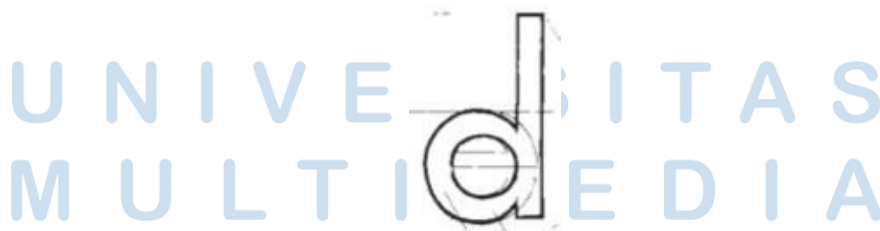


Gambar 2.14 karakter tipografi tradisional

(Sumber: Landa (2013), *Graphic Design Solution (Fifth Edition)*. USA: Clarck Baxter)

## 3) *Sans Serif*

*Typeface* ini merupakan jenis huruf yang tidak memiliki garis-garis kecil dan bersifat solid. Jenis huruf ini memiliki karakter tegas, fungsional, dan modern.



Gambar 2.15 karakter tipografi sans serif

(Sumber: Landa (2013), *Graphic Design Solution (Fifth Edition)*. USA: Clarck Baxter)

#### 4) *Old Style*

Typeface ini merupakan *font* untuk kontras yang rendah antara *strokes* tebal dan tipis, serif berbentuk sudut lancip dan sumbu simetri yang miring ke kiri.



Gambar 2.16 karakter tipografi old style

(Sumber: Landa (2013), *Graphic Design Solution (Fifth Edition)*. USA: Clarck Baxter)

#### 5) *Slab Serif*

Slab Serif merupakan klarifikasi serif yang memiliki karakteristik dalam bentuk lempengan dan tebal.



Gambar 2.17 karakter tipografi slab serif

(Sumber: Landa (2013), *Graphic Design Solution (Fifth Edition)*. USA: Clarck Baxter)

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



## 2.1.4 Fotografi

Menurut Landa (2010), fotografi merupakan suatu hasil visual yang dibuat melalui kamera. Fotografi memiliki arti luas karena berbagai *genre* yang di antaranya seperti *portraiture*, *still life*, *fashion*, makanan, olahraga, acara, dan fungsi lainnya. Fotografi dapat digunakan dalam kebutuhan seni rupa, jurnalistik, komersial, dan desain grafis.

### 2.1.4.1 Fotografi Desain

Fotografi desain berdasarkan pernyataan Harsanto (2017), fotografi dalam desain sangat penting untuk dikelola dengan baik. Setelah tahun 1990-an dunia fotografi mulai memasuki era teknologi digital yang merubah budaya kerja di industry, Dari ketergantungan pada kemampuan *skill* manual manusia, berubah menjadi serba komputerisasi (digital). Era analog sedikit demi sedikit telah ditinggalkan karena di era digital kegiatan memotret dan paradigma tentang fotografi sudah bergeser. Dunia fotografi dulu dianggap kegiatan yang sulit dan mahal, namun saat ini fotografi dalam desain grafis relative murah dan mudah. Teknologi boleh berkembang serta paradigma dapat bergeser, tetapi fungsi dan makna pada karya fotografi dalam desain grafis tetap penting dan sangat diperlukan.

### 2.1.4.2 Unsur Fotografi

Seperti pada desain grafis yang memiliki prinsip desain, Karyadi, B . (2017, hal.12-15) fotografi memiliki berbagai unsur-unsur sebagai berikut:

#### 1) Komposisi

Dalam komposisinya, fotografi terdiri atas beberapa susunan elemen agar keseimbangan antar komponen dalam foto memiliki hasil pesan yang jelas.

## 2) Sumber Pengambilan gambar

Sumber pengambilan gambar menurut Karyadi, B. (2017, hal.12-13) cahaya merupakan unsur terpenting, karena cahaya dalam fotografi berasal dari cahaya alami (matahari dan cahaya buatan (blitz, lilin, lampu, senter, dll). Sumber pengambilan gambar memiliki berbagai cara pada saat mengambil foto, di antaranya yaitu:

### a) *Front Light*

Dari pencahayaan ini menghasilkan efek foto yang relatif tanpa bayangan sehingga mengurangi tekstur pada objek/benda yang di tangkap dan objek/benda tersebut tampak *flat*.

### b) *Top Light*

Pada bagian ini memberikan efek yang dramatis, objek tidak cukup terpisah dari latar belakang dan memiliki bayangan kecil saja.

### c) *Back Light*

Pencahayaan belakang atau *backlight* ini menghasilkan efek siluet atau objek dikelilingi oleh *rim light* atau cahaya di sekitar objek.

### d) *Side Light*

Pada pencahayaan ini menghasilkan efek yang menonjolkan permukaan dan bentuk dari objek foto, dengan pencahayaan samping akan terdapat kesan tiga dimensional dan objek foto terpisah dari latar belakang.

*e) Base Light*

*Base Light* biasanya digunakan sebagai cahaya pengisi untuk mengurangi kontras dari pencahayaan utama.

**3) Fungsi Dan Tujuan Fotografi**

Menurut Harsanto. (2019, hal.16-19) terdapat 3 tujuan pada fotografi:

**a) Fotografi Dokumentasi**

Fotografi dokumentasi memiliki tujuan mengabadikan suatu peristiwa di masa lampau dan masa kini. Dalam hal ini, ketahanan warna dalam sebuah foto merupakan penentu penting pada fungsi Dokumentasi.

**b) Fotografi Periklanan**

Fotografi periklanan yang berarti untuk promosi dalam memberikan bukti kuat sebagai identitas yang dimiliki perusahaan dan memiliki bukti yang kuat. Fotografi periklanan memiliki visual yang sederhana namun komunikatif namun mudah dimengerti.

**c) Fotografi Jurnalistik**

Fotografi jurnalistik memiliki tujuan memberitakan suatu peristiwa yang sedang terjadi pada masyarakat yang dibuat sesuai dengan keadaan sebenarnya tanpa dimanipulasi.

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

## 2.2 Promosi

Promosi menurut David L., dan Louis E. (2011) promosi merupakan suatu upaya untuk membujuk, dan memberikan informasi sehingga mempengaruhi keputusan konsumen untuk pembelian suatu produk.

### 2.2.1 Tujuan Promosi

Menurut Kuncoro (2010, hal.134) menjelaskan bahwa promosi dirancang semenarik mungkin untuk menjangkau masyarakat luas melalui bermacam-macam media, hal ini bertujuan untuk perusahaan dapat berkomunikasi dengan konsumen. Tujuan promosi dibagi dari 3 bagian diantaranya:

- a) Memberikan informasi pelanggan tentang produk atau fitur baru.
- b) Mengingatkan pelanggan tentang merek suatu perusahaan.
- c) Mempengaruhi pelanggan untuk membeli suatu produk.

### 2.2.2 Bauran Promosi

Bauran promosi menurut William, J. (1994), bauran promosi merupakan kombinasi dari penjualan perorangan, periklanan, promosi penjualan dan hubungan masyarakat yang dapat membantu perusahaan untuk mencapai tujuan.

Bauran promosi yang dikemukakan oleh Kotler, P. (1997), terdiri atas:

#### 1) Periklanan (*Advertising*):

Periklanan merupakan suatu media promosi yang terdapat bentuk presentasi non personal dan promosi ide, barang, atau jasa oleh sponsor yang ditunjukkan dengan mendapatkan bayaran.

#### 2) Promosi penjualan (*Sales promotion*):

*Sales promotion* yang memiliki insentif jangka pendek untuk mendorong keinginan mencoba atau pembelian produk atau jasa.

**3) Hubungan masyarakat dan publisitas (*Public relation and publicity*):**

Berbagai program yang dirancang untuk mempromosikan serta melindungi citra perusahaan atau produk individualnya agar menciptakan kerja sama dengan saling memberikan motivasi, pengertian, serta partisipasi antar keduanya.

**4) Pemasaran langsung (*direct marketing*) :**

Pemasaran langsung memiliki cara penyampaian kepada calon pelanggan tidak secara pribadi, tetapi dapat memberikan tanggapan secara langsung.

**5) Penjualan perorangan (*personal selling*)**

Penjualan perorangan merupakan promosi yang dilakukan dengan cara menggunakan surat, telepon, dan alat penghubung non personal lainnya untuk berkomunikasi dengan mendapatkan respon dari calon pelanggan.

### **2.2.3 Media Promosi**

Media promosi adalah cara yang dilakukan oleh desainer dalam menyampaikan, menyebarkan, dan menawarkan produk atau jasa yang dijualnya supaya calon konsumen tertarik untuk membeli.

Sedangkan promosi bisa diartikan sebagai suatu bentuk dari komunikasi pemasaran, yang berarti segala aktivitas yang berusaha menyebarkan informasi yang dapat mempengaruhi ataupun membujuk konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan sehingga meningkatkan pemasaran dan membuat pembeli loyal terhadap produk yang dibelinya.

Berikut adalah media promosi yang digunakan oleh Jefkins, F. (1997) dengan memberikan 2 teknik yang berbeda di antaranya yaitu:

### **1) Above The Line Media (ATL)**

Above The Line yang berarti media tidak langsung yang mengenai audiens, karena sifatnya yang terbatas pada penerimaan audiens. Yang menggunakan pada beberapa media massa seperti radio, televisi, iklan konvensional, display ads, iklan outdoor, sampai iklan yang digunakan dalam transportasi umum. ATL merupakan salah satu teknik di mana produk yang dipromosikan dapat dikenal dengan jangkauan yang luas agar tepat dengan target audiens.

### **2) Below The Line Media (BTL)**

BTL berbeda dengan ATL, Below The Line yang berarti penggunaan media yang langsung mengenai target audiens karena sifatnya yang memudahkan audiens langsung menyerap satu produk pesan saja. Media ini biasanya menggunakan alat pemasaran seperti pamflet, direc mail, brosur, iklan surel, dan lainnya.

#### **2.2.4 Strategi Promosi**

Strategi promosi yang berarti proses yang memberikan informasi, memberi pengaruh, dan meningkatkan target produk atau pasar agar bisa diterima oleh pasar. Sebagai bagian dari strategi pemasaran, strategi promosi penjualan memiliki sifat komunikatif yang bertujuan memberi informasi dan menarik perhatian konsumen, intensif yang bertujuan untuk mempengaruhi pelanggan dengan nilai dan keistimewaan tertentu, serta mengundang agar pembelian terjadi saat atau setelah promosi dilakukan. Menurut penjelasan Jefklins, F. Media promosi adalah untuk mempromosikan, menyampaikan pesan untuk target audiens dalam menghasilkan keuntungan jual beli yang dilakukan oleh perusahaan.

### 2.3 *Copywriting*

Menurut Landa (2010), *Copywriting* merupakan suatu hal untuk menarik perhatian audiens melalui apa yang mereka baca dan lihat. Dalam membuat suatu *copywriting* dapat menentukan bagian mana saja yang penting untuk disampaikan, seberapa banyak barisan kata yang ingin dibuat, dan menggunakan *headline* dapat menarik perhatian audiens walaupun hanya dengan pesan pendek saja, hal itu bisa menjadi suatu tantangan bagi yang membuat iklan. Saat menentukan pendek atau panjangnya suatu *copywriting* perlu disesuaikan pada format media yang akan digunakan.

Dalam sebuah *copywriting* harus mempunyai penyampaian yang tidak mudah untuk ditebak agar pesan yang akan disampaikan dapat terlihat natural dan tidak dimanipulasi seperti berbincang dengan target sasaran desain. Dalam menyampaikan sebuah pesan harus melingkup segala cara agar dapat tersampaikan oleh target sasaran desain, salah satunya dapat menggunakan *tagline* di mana memiliki potensi besar untuk dilihat langsung oleh audiens karena bersifat persuasif agar dapat dibantu untuk menjelaskan lebih lanjut dengan apa yang dimaksud menggunakan *bodycopy* yang kegunaannya untuk menginformasikan suatu pesan lebih detail. (hal.94-100)

### 2.4 *Velg & Ban*

Oto.com (dikutip dalam Pradhono , A. 2016). Walaupun belum diketahui dengan jelas siapa penemunya, eksistensi roda sudah hadir sejak abad ke-30 SM dan digunakan sebagai alat bantu pembentukan tembikar. Baru sekitar tiga ratus tahun setelah masa itulah roda digunakan untuk media penggerak kendaraan, sekitar zaman Mesopotamia. Awalnya digunakan pada kereta pengangkut yang ditarik oleh binatang, kemudian berkembang digunakan untuk kereta perang, dengan dimensi yang lebih kompak.

Pada awalnya, mereka menggunakan as roda yang permanen sehingga as dan kedua roda akan bergerak bersamaan, seiring dengan modernisasi zaman, mereka menemukan mekanisme yang memungkinkan roda bergerak bebas dari as roda. (*bearing*) yang juga berpengaruh pada penambahan usia pakai dari as roda.

Menariknya, bahan yang mereka gunakan untuk roda dan *parts* pendukungnya masih menggunakan elemen kayu termasuk untuk *spoke* atau palangnya, kulit binatang sebagai bagian peredam, dan lemak dari binatang untuk melumasi *bearing*. Di antara penemuan-penemuan lainnya dalam sejarah umat manusia, roda merupakan bagian yang tidak banyak mengalami evolusi dari segi mekanisme dan fungsinya.

Ban adalah material yang menutupi velg dan berfungsi untuk menyediakan bantalan kendaraan antara ban yang bersentuhan dengan permukaan jalan aspal. Ban merupakan suatu wadah yang berisi udara yang berfungsi menopang beban dari muatan kendaraan dan barang yang ada di kendaraan tersebut.



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA