

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Desain Grafis

Menurut Landa (2014), desain grafis adalah bentuk dari komunikasi visual yang digunakan dalam penyampaian pesan atau informasi kepada audiens. Desain grafis yang baik dapat menyampaikan pesan terhadap audiens secara mendalam karena merupakan representasi ide visual dari penciptaan, pemilihan, serta elemen visual. Desain grafis dapat menjadi solusi dalam menyampaikan pesan yang efektif ketika dapat mempengaruhi keputusan audiens.

2.1.1 Elemen Desain

Menurut Landa (2014), elemen desain memiliki 5 elemen formal, yaitu titik, garis, bentuk, warna, dan tekstur.

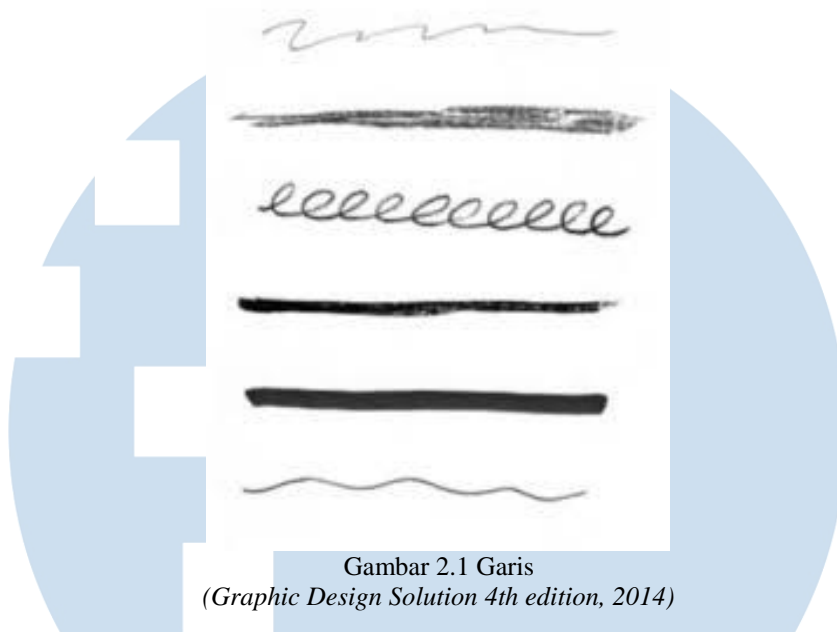
2.1.1.1 Titik

Titik merupakan unsur awal dari terbentuknya elemen desain dan merupakan bagian terkecil dari suatu garis. Titik terbentuk dari lingkaran kecil yang dapat membentuk karya desain secara utuh.

2.1.1.2 Garis

Garis merupakan perpanjangan dari sebuah titik, garis akan memperkuat konsep desain dan selalu ada dalam desain apapun dengan wujud yang berbeda-beda. Dapat berbentuk garis pendek, panjang, melengkung, lurus, tipis, tebal, putus-putus, atau bersudut.

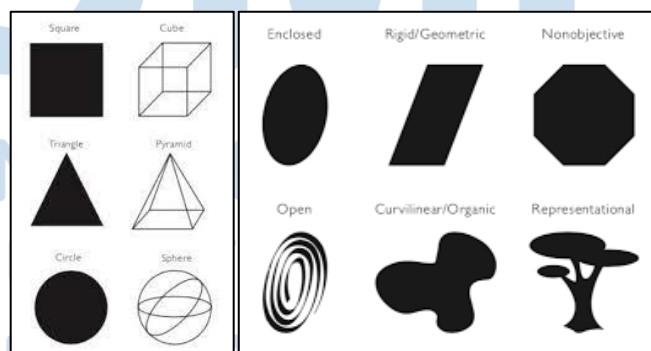
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2.1 Garis
(*Graphic Design Solution 4th edition, 2014*)

2.1.1.3 Bentuk

Bentuk merupakan bangun dasar dari dua dimensi yang dibuat dengan sebagian atau keseluruhan dengan garis, warna, ataupun tekstur. Pada umumnya, bentuk dapat berbentuk persegi, segitiga, dan lingkaran. Tiap bentuk dasar dua dimensi ini dapat membentuk tiga dimensi atau bangun ruang, seperti kubus, piramida, dan bola. Terdapat berbagai jenis bentuk, antara lain geometris, organik, bujur sangkar, bentuk yang tidak beraturan, bentuk melengkung, bentuk abstrak, bentuk non-objektif, bentuk yang tidak disengaja, serta bentuk representasional.

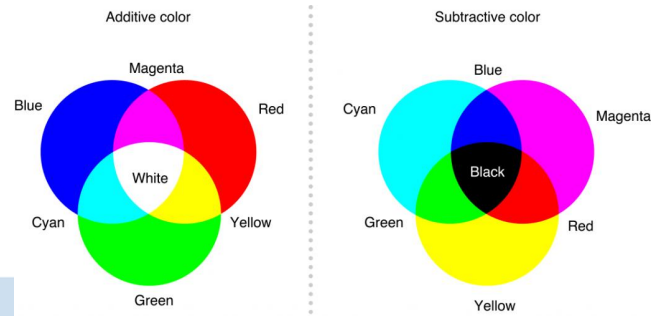


Gambar 2.2 Bentuk
(*Graphic Design Solutions 5th, 2014*)

2.1.1.4 Warna

Warna merupakan elemen desain yang kuat dan provokatif. Pada dasarnya, warna merupakan pantulan cahaya terhadap sebuah benda yang dapat ditangkap oleh mata manusia. Warna memiliki 3 elemen penting, yaitu *hue*, *luminance*, dan *saturation*. *Hue* merupakan elemen warna tersebut, seperti merah, kuning, hijau, dan biru. *Luminance* adalah tingkatan gelap dan terang dari suatu warna, seperti merah tua atau biru muda. *Saturation* adalah tingkat ketajaman ataupun kepuhuan suatu warna.

Setiap warna mampu memberikan kesan, persepsi, dan identitas tertentu sesuai dengan kondisi sosial pengamatnya. Misalnya, warna putih memberikan kesan suci dan dingin. Warna memiliki pengelompokannya, seperti warna netral, warna kontras/komplementer, warna panas, dan warna dingin. Landa menyatakan warna terbagi menjadi dua, yaitu RGB dan CMYK. RGB atau warna aditif merupakan warna primer *red*, *green*, dan *blue* yang digunakan saat bekerja dengan cahaya melalui media *screen-based*, seperti peralatan elektronik scanner, digital camera, LCD display monitor, televisi, dan fotografi. Jika semua warna RGB dicampurkan akan menghasilkan warna putih. Sedangkan, CMYK atau warna subtraktif adalah mode warna yang biasa digunakan dalam percetakan dan merupakan warna *subtractive-primary*, yaitu *cyan*, *magenta*, *yellow*, dan *key/black*. Jika semua warna ini dicampurkan akan menghasilkan warna hitam. Warna subtraktif ini cocok digunakan untuk kebutuhan media cetak, seperti brosur, *flyer*, *billboard*, majalah, dan sejenisnya.

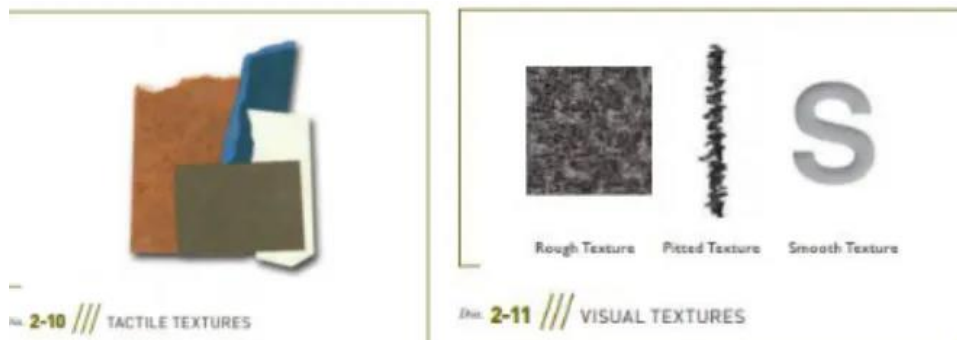


Gambar 2.3 Warna Aditif dan Warna Subtraktif
(*Graphic Design Solutions 5th, 2014*)

Menurut Sherin (2012) pemilihan kombinasi warna dapat dilakukan dengan *color wheel* yang terdiri dari warna primer, sekunder, tersier, *triad*, *complementary*, *split complementary*, kombinasi analogus dan *tetrad* (hlm. 19).

2.1.1.5 Tekstur

Tekstur adalah sifat permukaan yang dapat dirasakan atau dilihat. Tekstur ini dapat berbentuk halus, polos, kasap, licin, mengkilap, berkerut, lunak, keras, dan sebagainya.



Gambar 2.4 Tekstur

(*Graphic Design Solution 4th edition, 2014*)

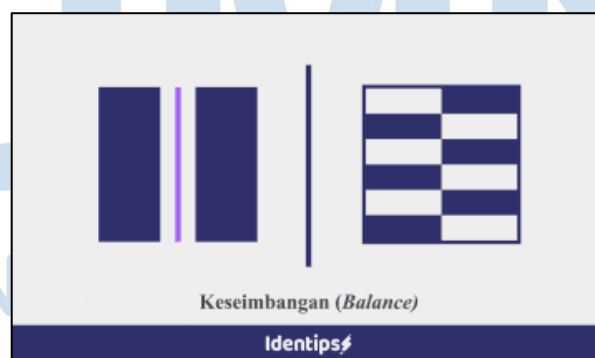
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

2.1.2 Prinsip Desain

Prinsip desain dipakai dalam pembuatan segala aspek desain. Prinsip-prinsip desain perlu selalu digunakan. Prinsip desain terdiri dari format, keseimbangan, hierarki visual, ritme, dan kesatuan (Landa, 2014).

2.1.2.1 Keseimbangan

Prinsip desain grafis yang pertama adalah keseimbangan atau *balance*. Keseimbangan dalam karya seni merupakan faktor yang paling mudah untuk dipahami oleh setiap desainer profesional. Dalam sekali pandang pun, seorang desainer profesional dapat menilai apakah karya seni desain grafis tersebut sudah memiliki titik keseimbangan yang tepat. Keseimbangan simetris yang merupakan susunan dari elemen agar merata kiri dan kanan dari pusat sehingga tampak memiliki bobot visual yang sama. Keseimbangan dalam karya seni ada empat poin, antara lain simetris, asimetris, radial/sentral, dan kesan yang diberikan. Keseimbangan simetris merupakan susunan dari elemen agar merata ke kiri dan kanan dari pusat sehingga memiliki bobot visual yang sama. Keseimbangan asimetris adalah pengaturan yang berbeda dengan berat benda yang sama di setiap sisi halaman. Warna, ukuran, tekstur, dan bentuk dapat digunakan sebagai unsur dari *balancing* ini.



Gambar 2.5 Keseimbangan (*Balance*)
(*Graphic Design Solution 4th edition, 2014*)

2.1.2.2 Hierarki

Hierarki visual adalah prinsip tata letak / *layout* elemen desain yang bertujuan untuk menampilkan *point of view* yang utama dan kemudian ke hal yang tidak begitu penting. Maka dari itu, desain tersebut mampu menampilkan poin utama dan dipahami oleh siapa pun yang melihat. Berikut adalah beberapa prinsip dari hierarki:

2) Ukuran dan skala

Penentuan skala dalam desain grafis akan mempermudah audiens mengetahui informasi yang disampaikan dalam desain tersebut. Informasi utama pada situs tertentu atau majalah, biasanya informasi utamanya memiliki ukuran yang paling besar. Bukan hanya untuk menarik perhatian, elemen yang berukuran besar juga membawa pesan yang paling penting dalam desain tersebut.

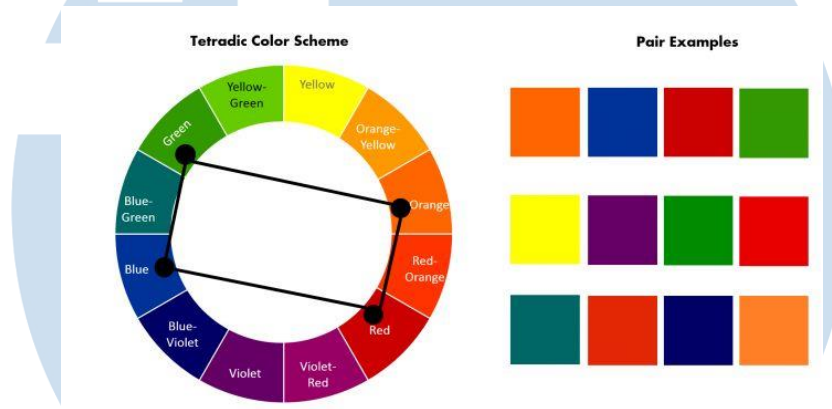


Gambar 2. 6 Penentuan skala pada poster

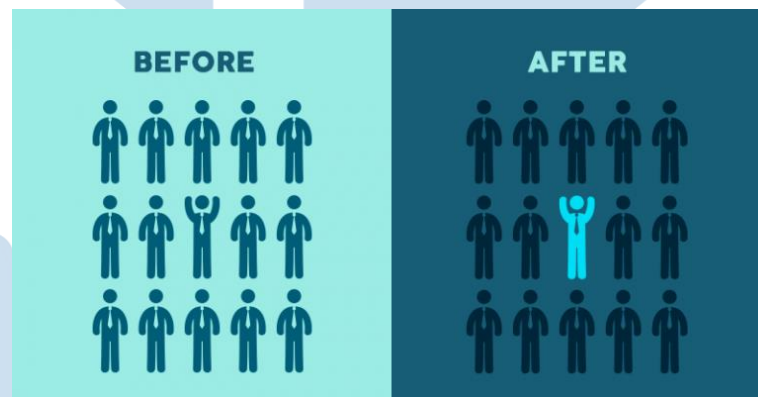
3) Warna dan kontras

Warna adalah spektrum cahaya. Identitas suatu warna ditentukan oleh panjangnya gelombang cahaya itu. Pemilihan warna dan kontras pada sebuah karya seni tentu akan mempengaruhi persepsi audiens dan membuat satu elemen menjadi lebih menonjol dibandingkan yang lainnya. Jika

ingin memberikan Warna yang berlawanan dari grafik roda warna sering disebut juga dengan warna komplementer. Pemilihan warna juga mempengaruhi karya seni, seperti *warm colors* (merah atau kuning) akan lebih *standout* jika di *combine* dengan latar yang berwarna gelap atau *cool color*.



Gambar 2.7 Teori roda warna
(*Graphic Design Solution 4th edition, 2014*)



Gambar 2.8 Konsep warna dan kontras
(*Graphic Design Solution 4th edition, 2014*)

4) **Tipografi**

Dilansir dari *Career Foundry*, tipografi adalah sebuah teknik seni mengatur huruf dan teks yang ada dalam suatu ruang yang tersedia. Hasil dari *typography* ini sendiri dapat menghasilkan visual yang menarik sehingga nyaman dan mudah dibaca oleh audiens. Dalam buku *Pengantar Tipografi* (Kusrianto, 2010) menyatakan bahwa tipografi adalah ilmu

atau kemampuan menata huruf atau aksara untuk publikasi visual baik cetak maupun non cetak. Tipografi tentunya memiliki elemen yang penting, yakni huruf teks (jangan terlalu tebal dalam memilih jenis *font* dan memperhatikan ukuran hurufnya tidak terlalu kecil ataupun terlalu besar) dan huruf judul (memilih *font* yang indah namun tetap mudah dibaca, biasanya huruf judul lebih besar dan menjadi *point of view* dalam karya). Banyaknya penggunaan tipografi dalam desain grafis karena desainer membutuhkannya untuk memaksimalkan dan mengoptimalkan penyampaian informasi kepada audiens. Berikut adalah fungsi pentingnya tipografi dalam desain grafis, antara lain kemudahan dalam membaca, dapat menarik perhatian, dapat menciptakan keindahan, dan memiliki nilai jual yang tinggi.

Tipografi memiliki klasifikasi atau jenis-jenisnya, antara lain roman, egyptian, sans serif, serif, script, handwritten, miscellaneous, *decorative*, dan masih banyak lagi.



Ruang kosong atau *whitespace* merupakan jarak yang memisahkan suatu elemen dengan elemen yang lain. Walau bernama *whitespace*, bukan berarti ruang yang sebenarnya harus berwarna putih, namun bisa diisi dengan warna apapun asalkan polos atau bebas dari unsur-unsur seperti teks, gambar, dan lainnya. *Whitespace* dapat digolongkan menjadi dua unsur, yaitu objek (*figure*) dan latar belakang (*background*).



*The Grey Color
is Under
The Black Text*

Gambar 2.10 Gambaran *whitespace* dalam desain
(*Graphic Design Solution 4th edition, 2014*)

Fungsi dari *whitespace* ini adalah sebagai tempat istirahat bagi mata. *Whitespace* seringkali terkait dengan kemewahan dan kecanggihan, audiens akan lebih mudah untuk memahami pesan tersirat dari desain grafis yang ditawarkan, memberikan kesan mewah, anggun, dan juga elegan. Saat mengatur elemen komposisi, desainer dapat memanfaatkan ruang di sekitar konten untuk menonjolkan atau menarik perhatian ke elemen tertentu untuk memberikan pesan visual yang tersirat atau terpisah, seperti bentuk “panah” yang tersembunyi pada logo FedEx.



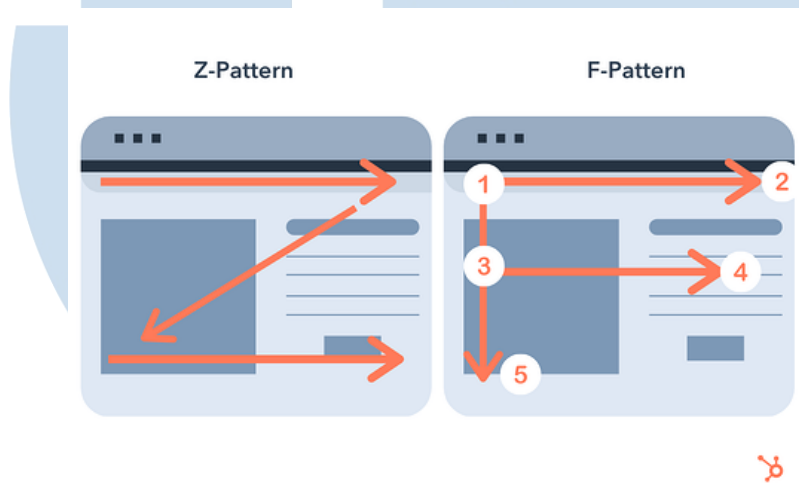
Gambar 2.11 *Whitespace* berbentuk panah pada logo FedEx
 Sumber: [https://pixellogo.com/blogs/pixellogo-blog/fedex-
 logo-design-and-its-hidden-message](https://pixellogo.com/blogs/pixellogo-blog/fedex-logo-design-and-its-hidden-message) (2022)

Jika diperhatikan, panduan huruf “E” dan “X”, akan menemukan sebuah tanda panah putih yang menunjuk ke arah kanan. Menurut Lindon Leader, yang membuat logo tersebut, tanda panah tersebut memang sengaja disembunyikan pada desain logo tersebut untuk melambangkan tujuan perusahaan yaitu terus bergerak maju.

6) **Pola membaca**

Semua budaya manusia membaca dari atas ke bawah dan sebagian besar budaya membaca dari kiri ke kanan. Namun, pengetahuan pola ini penting untuk desainer. Terdapat dua pola membaca yang menjadi prinsip dalam hierarki visual, yaitu pola F dan Z. Pola membaca F merupakan pola yang umum digunakan oleh banyak orang. Pola ini berkaitan dengan desain dan volume teks yang banyak, seperti artikel berita atau blog. Pembaca biasanya membaca artikel tersebut dari kiri ke kanan, Pembaca akan mencari kata kunci yang menarik pada judul rata kiri atau topik awal, kemudian berhenti dan membaca ke arah kanan

ketika dia menemukan hal yang menarik. Selain itu, pola Z berlaku untuk jenis halaman lain, seperti pada iklan atau situs web, di mana informasi ini tidak selalu disajikan paragraph demi paragraph. Biasanya pola ini ada di halaman web saat desainer mencoba menyesuaikan diri terutama pada pola desain ini. Pembaca akan memindai dari kiri atas ke kanan atas kemudian turun ke kiri bawah ke kanan bawah.



Gambar 2. 12 Pola membaca

7) Kedekatan (*proximity*)

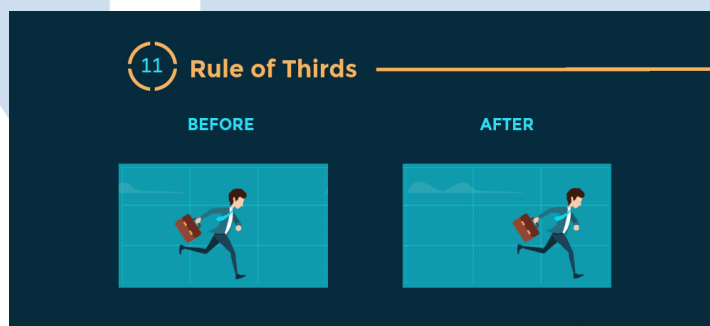
Proximity atau kedekatan merupakan hubungan antara komponen sebuah desain perlu memberikan kesatuan dari visualnya, sehingga *layout* yang ditampilkan konsisten.



Gambar 2. 13 *Proximity*

8) *Rule of third*

Prinsip *rule of thirds* pertama kali ditulis oleh John Thomas Smith, pelukis dari Inggris pada 1797. Prinsip ini ada dalam bukunya yang berjudul *Remarks of Rural Scenery*. Pada prinsip '*Rule of thirds*', adalah membagi bidang foto kamera menjadi tiga bagian sama besar, berbentuk vertikal atau horizontal, kemudian ada 4 titik yang bertemu di tengah bidang tersebut. Empat titik tersebut merupakan daerah yang paling menarik bagi mata saat melihat gambar. Dengan meletakkan *point of interest* pada foto atau desain, karya tersebut akan terlihat lebih menarik dan seimbang.



Gambar 2.14 *Rule of thirds*

Sumber: <http://www.andreapacini.co/en/blog/140-how-to-use-the-rule-of-thirds-in-your-slides> , (2022)

2.1.2.3 *Rhythm*

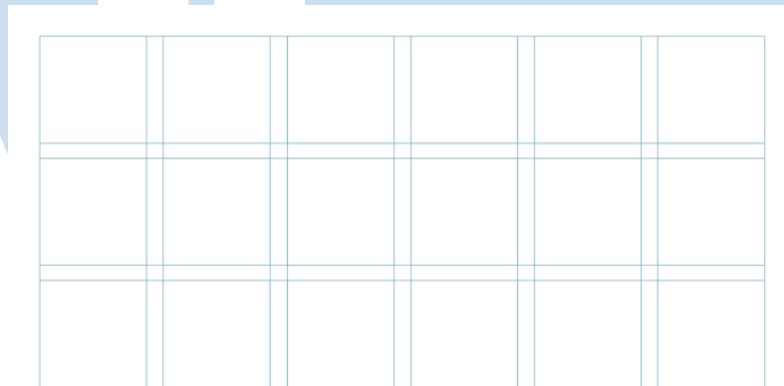
Rhythm dalam dunia desain adalah prinsip pengulangan yang konsisten dalam menampilkan visual, sehingga audiens akan tertarik dan melihat ke halaman desain tersebut. (Landa, 2014, hlm. 35).

2.1.2.4 Kesatuan

Unity adalah prinsip desain yang mengkombinasikan elemen visual yang berkaitan satu sama lain sehingga menjadi satu kesatuan. Audiens dapat mengingat dan memahami komposisi suatu kesatuan yang berhubungan dengan *gestalt*. *Gestalt* dapat memberikan persepsi dari satu komposisi elemen.

2.1.3 Grid dan Layout

Menurut Amy Grave dan Ben Jura (2012), *grid* dan *layout* adalah dasar yang ada dalam elemen untuk menyatukan desain tersebut. *Grid* digunakan untuk menampilkan informasi yang didasari oleh hierarki, kolom, grup, serta tata letak dalam mendesain. *Grid system* digunakan untuk mempermudah dan membuat penataan pada benda, yang terdiri dari sumbu horizontal dan sumbu vertikal, sehingga membentuk kolom dan baris. Tujuan dari *grid* ini adalah agar pembaca mudah memahami, serta meningkatkan konsistensi dalam menata informasi.



Gambar 2. 15 Tampilan *grid*

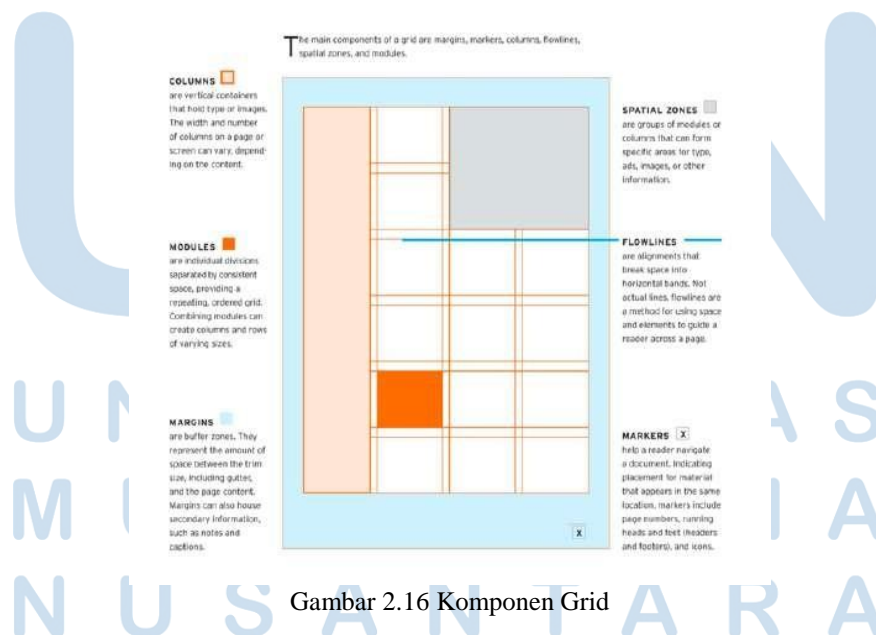
2.1.3.1 Elemen *Grid*

Tondreau (2009) menyebutkan bahwa komponen utama dalam suatu *grid* antara lain *margins*, *flowlines*, *columns*, *moduls*, *spatial zones*, dan *markers*. Berikut adalah penjelasannya:

- a. *Margins* : *Buffer zones*, merepresentasikan banyaknya jarak dari garis potong ke isi halaman, jarak ini sudah termasuk *gutter*.
- b. *Flowlines* : Merupakan suatu *alignment* yang membagi ruang menjadi ruang. *Alignment* ini mengacu bagaimana teks atau elemen grafis dapat sejajar pada halaman. Hal ini mengacu dalam seluruh komposisi (rata kiri, tengah, atau kanan). Ketika elemen tidak selaras, terutama dalam kaitannya satu sama lain, akan

menambah kekacauan pada komposisi dan terlihat berantakan.

- c. *Columns* : Merupakan ruang vertikal yang berisikan tulisan atau gambar.
- d. *Moduls* : Merupakan pembagi individual yang dibagi menjadi ruangan yang konsisten, sehingga menciptakan *grid* yang teratur dan mengulang. Dengan menggabungkan beberapa modul tersebut, akan membentuk kolom atau baris yang memiliki ukuran yang berbeda.
- e. *Spatial Zones* : Merupakan grup dari modul atau kolom yang disatukan sehingga membentuk area yang lebih spesifik dan dapat digunakan untuk memuat tulisan, gambar, iklan, atau bentuk informasi lain.
- f. *Markers* : Membantu pembaca menavigasi sebuah dokumen, mengetahui peletakkan komponen yang berada di lokasi yang sama. Nomor halaman, *header*, *footer*, dan ikon termasuk ke dalam *markers* ini.



Gambar 2.16 Komponen Grid

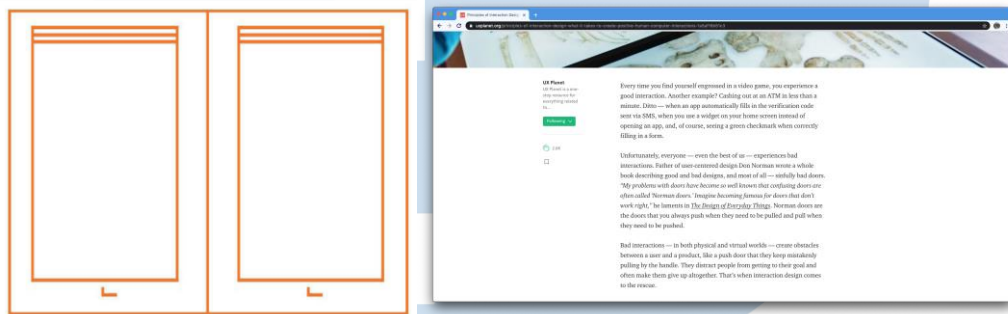
Sumber: *Layout Essentials: 100 Design Principles for Using Grids*, 2009

2.1.3.1 Jenis Grid

Proses *layout* dapat menggunakan beberapa jenis *grid*, yaitu sebagai berikut:

A. Single-Column Grid

Single-column grid umumnya digunakan untuk teks yang berjalan terus menerus seperti esai, laporan, ataupun buku. Fitur utama yang ada pada halaman adalah blok teks. *Grid* ini, biasanya dipenuhi dengan teks pada halaman.



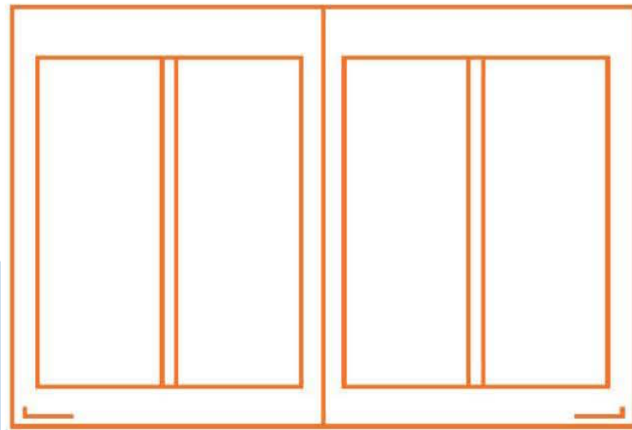
Gambar 2.17 A Single-Column Grid

Sumber: *Layout Essentials: 100 Design Principles for Using Grids*, 2009

B. Two column grid

Two-column grid dapat digunakan untuk mengontrol banyak teks atau menyajikan berbagai informasi dalam kolom yang terpisah. A *two-column grid* dapat diatur dengan ukuran *column* yang sama maupun berbeda. Pada proporsi yang ideal dan pas, ketika satu kolom lebih lebar dari yang lain atau kolom yang lebih luas berukuran dua kali lipat ataupun kelipatannya.

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

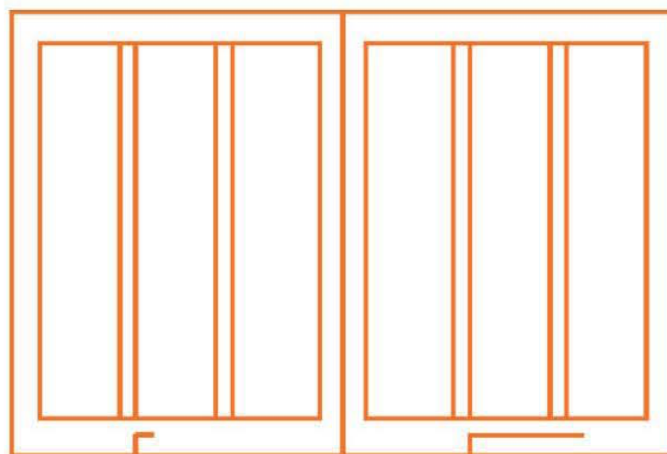


Gambar 2. 18 *Two Column Grid*

Sumber: *Layout Essentials: 100 Design Principles for Using Grids*, 2009

C. *Multicolumn Grid*

Multicolumn Grid memberikan fleksibilitas yang lebih besar jika dibandingkan dengan *single-column grid* atau *two-column grid*, jenis *grid* ini berbentuk bervariasi dengan menggabungkan banyak kolom yang lebar dan bervariasi, biasanya digunakan untuk majalah maupun web.



Gambar 2. 19 *Multicolumn Grid*

Sumber: *Layout Essentials: 100 Design Principles for Using Grids*, 2009

2.2 Media Promosi

2.2.1 Pengertian Promosi

(Kotler & Keller, 2014, p. 52) mendefinisikan pemasaran sebagai berikut, manajemen pemasaran merupakan pasar sasaran untuk menarik, mempertahankan, dan meningkatkan konsumen dengan menciptakan dan memberikan kualitas penjualan yang baik. Media promosi adalah sarana yang dimanfaatkan untuk mengenalkan produk serta layanan jasa kepada calon atau target konsumen.

2.2.2 Fotografi

Fotografi menurut Sudarma (2014:2) memberikan pengertian bahwa media foto adalah salah satu media komunikasi, yakni media yang bisa digunakan untuk menyampaikan pesan/ide kepada orang lain. Media foto atau istilahnya dengan fotografi merupakan sebuah media yang bisa digunakan untuk mendokumentasikan suatu momen atau peristiwa penting. Fotografi sendiri berasal dari bahasa Yunani, yaitu “*Fos*” yang artinya Cahaya dan “*Grafo*” yang berarti melukis atau menulis. Fotografi lebih dari sekedar sarana, namun merupakan ide komunikasi yang faktual dan seni yang indah.

Menurut Ansel Adams, fotografi merupakan sebuah seni yang Fotografi itu lebih dari sekedar sarana ide atau gagasan dalam komunikasi faktual. Selain itu dia juga mengatakan bahwa fotografi merupakan suatu media yang digunakan untuk berekspresi dan berkomunikasi yang kuat, yang dapat menawarkan berbagai interpretasi, persepsi dan eksekusi yang tidak terbatas.

Di era ini sudah begitu banyak orang yang memiliki hobi fotografi, hingga dijadikan pekerjaan utama. Perlengkapan yang dibutuhkan bagi seorang fotografer adalah kamera *mirrorless* atau dslr, Lensa, Aplikasi software editing, Skill dasar dalam kamera, hingga *lighting*. Fotografi *portrait* merupakan salah satu dari jenis fotografi, jenis ini bertujuan untuk menonjolkan karakter dan kepribadian dari subjek foto tersebut. Gaya

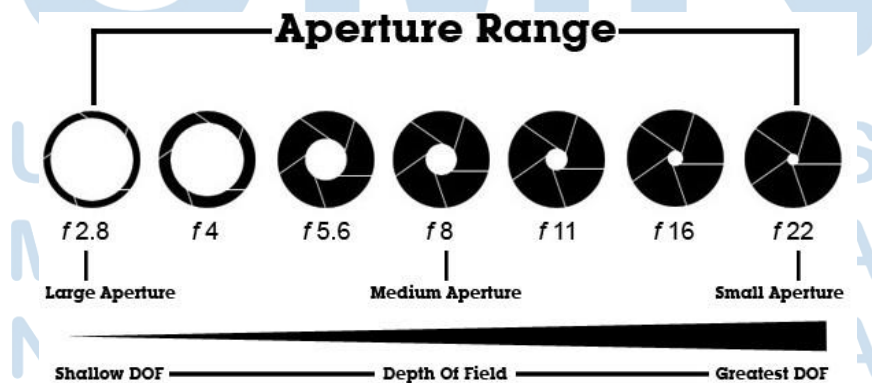
fotografi ini cenderung sama dan konsisten dan hanya didominasi pada bagian wajahnya.

2.2.4.1 Teknik Fotografi

Kata “Teknik” berarti metode atau suatu cara untuk mengerjakan atau membuat suatu karya. Secara umum, fotografi memiliki arti proses atau metode untuk menghasilkan gambar atau foto dari sebuah objek dengan menangkap pantulan cahaya yang dihasilkan dari cahaya matahari atau cahaya buatan (*lighting*). Alat yang paling penting untuk menangkap cahaya tersebut adalah kamera. Berikut adalah beberapa teknik yang perlu diperhatikan untuk menguasai fotografi:

a. Diafragma

Diafragma merupakan bagian dari lensa yang berfungsi mengatur intensitas cahaya yang masuk ke kamera. Diafragma lensa ini membentuk lubang seperti lingkaran atau bidang segi enam yang terbentuk sebanyak 5-8 lembaran logam. Diafragma atau *aperture* pada kamera berbeda-beda, tergantung dari jenis lensanya. Misal lensa tersebut 17-50mm f/2.8, maka lensa tersebut dapat menangkap cahaya hingga bukaan 2.8.



Gambar 2. 20 Ukuran Diafragma pada Lensa Kamera

Posisi besar atau kecilnya diafragma ini ditentukan oleh angka (f 1.4 – f 2 – f 2.8 – f 4 – f 5.6 – f 8 – f 11 – f 16 – f 22). Namun perlu diingat bahwa semakin kecil angka, semakin besar bukaan diafragmanya. Diafragma juga berfungsi untuk mengatur *depth of field* atau ruang tajam, dimana fotografer dapat mengatur seberapa bidang hasil foto yang dapat terlihat buram atau fokus.

b. *Shutter Speed*

Letak dari bagian shutter speed ini merupakan bagian yang mengatur seberapa cepat atau lambat tirai rana membuka atau menutup sehingga mengatur juga seberapa lama jumlah cahaya yang melewati diafragma agar mencapai atau terekam pada film. Perbedaan kecepatan *shutter speed* ini dapat diatur dengan angka 1, ½, 1/4, 1/8, 1/15, 1/30, 1/60, 1/125, 1/250, 1/500, 1/1000, 1/2000, 1/4000, 1/8000. Angka tersebut umumnya terdapat pada *shutter speed* kamera manual SLR atau Mirrorless, angka itu dibaca dalam hitungan detik atau *second*, namun pada penulisannya angka 1 menandakan ‘satu per atau seper’ namun tidak tertulis. Contoh: *shutter speed* kamera menunjukkan angka 30, maka *shutter speed* kamera akan membuka dan menutup dalam 1/30 detik (dalam video, akan agak lambat / delay). Untuk video, lebih baik menggunakan *shutter speed* dari 1/100.

c. ISO

Menurut Erwin Mulyadi (2014), ISO merupakan angka yang ditetapkan untuk menjadi acuan standar internasional untuk kepekaan film terhadap cahaya yang tergantung dalam tipe film yang berbeda. Angka ISO ini dipakai sebagai standar mayoritas kamera, yaitu: 80, 100, 200, 400, 800, 1600, dan 3200. Angka ini semakin besar angkanya, semakin sensitif terhadap cahaya, semakin besar angka ISO-nya semakin sedikit pula cahaya yang dibutuhkan dalam pemotretan. Namun, semakin tinggi ISO-nya, foto tersebut akan tampak lebih kasar atau *grainy*. Jika fotografer berada di *outdoor* dengan cahaya matahari yang terik, memilih ISO 100 atau 200 sudah cukup. Namun jika di *indoor* dan cukup gelap, bisa menggunakan ISO besar 800 atau 1600.

d. Komposisi

Komposisi merupakan proses menggabungkan beberapa elemen sehingga menjadi satu kesatuan yang baik. Komposisi ini cukup penting dalam karya fotografi karena akan membuat nilai estetika yang tinggi. Hal ini mencakup pada warna, *shape*, garis, property, terang atau gelapnya. Komposisi juga didapat dari jarak pemotretan, beberapa jarak pemotretan yang ada adalah:

1. *Long Shot*

Merupakan teknik pengambilan gambar dengan area *frame* yang lebar dan menghasilkan objek yang kecil, digunakan saat ingin mendapatkan seluruh area.



Gambar 2.21 Foto dengan Teknik *Long Shot*

Sumber: kelasfotografi.com (2022)



Gambar 2.22 Hasil Foto dengan Teknik *Long Shot (Full Body)*

Sumber: [instagram.com/258.studio](https://www.instagram.com/258.studio) (2021)

2. *Medium Shot*

Medium Long Shot sudah melakukan potongan pada objek. Meski begitu suasana pemandangan masih lebih mendominasi. Pada objek manusia biasanya ditampilkan dari atas lutut sampai ujung kepala. Shot yang berpotongan tepat di lutut biasa disebut Knee shot.



Gambar 2.23 Foto dengan Teknik *Medium Shot*
Sumber: kelasfotografi.com (2022)



Gambar 2.24 Hasil Foto dengan Teknik *Medium Shot (Half Body)*

Sumber: [Instagram.com/258.studio](https://www.instagram.com/258.studio) (2022)

3. *Close Up*

Close Up ini memperlihatkan wajah secara penuh

dalam satu *frame*, *framing* ini sangat cocok untuk memperlihatkan ekspresi wajah. Pengambilan gambar

dengan menunjukkan point interest dari objek foto,

biasanya pengambilan gambar ini hanya sebatas bahu sampai kepala saja.



Gambar 2.25 Hasil Foto dengan Teknik *Close-up (Face)*

Sumber: [Instagram.com/258.studio](https://www.instagram.com/258.studio) (2022)

Extreme Close Up digunakan untuk menunjukkan detail dari suatu objek, seperti menonjolkan matanya atau menonjolkan bibirnya.

UIMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.26 Hasil Foto dengan Teknik *Extreme Close Up*

Sumber: Qomaruna.com (2021)

2.3 MOIR Salon

Di era globalisasi saat ini, perkembangan perekonomian sangat pesat. Persaingan bisnis semakin ketat di berbagai sektor industri seperti usaha *online shop*, jasa, produk, dan lainnya. Jasa merupakan kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lainnya yang tidak berwujud dan tidak menimbulkan kepemilikan. Untuk dapat menguasai pasar tersebut, perusahaan perlu memberikan layanan dan citra yang terbaik bagi pelanggan agar dapat mengalahkan persaingan dengan usaha jasa yang sejenis. Dalam perancangan ini, yang menjadi objek adalah MOIR Salon yang bergerak dibidang jasa salon kecantikan. Salon kecantikan merupakan bentuk usaha yang berhubungan dengan perawatan kosmetik, kuku, wajah, serta yang paling utama adalah rambut. Saat ini, variasi rambut bukan hanya sekedar model dan desain gaya rambut saja, namun sudah mulai merambah ke pewarnaan rambut yang bisa membuat tampilan rambut menjadi lebih *fresh*.

Mengutip dari Kompas.com, Salon termasuk dalam usaha berskala mikro atau kecil hingga menengah yang terdampak oleh pandemik yang lalu. Salon tersebut harus menerapkan strategi dan juga inovasi untuk mempertahankan bisnis dan juga karyawannya. Kebijakan pembatasan sosial berskala besar dan juga

karantina mandiri di rumah membuat banyaknya salon serta bidang usaha lain menjadi tutup.

Selama masa pandemi lalu tanpa disangka MOIR Salon tetap banyak pengunjung walau tidak sebanyak saat masa normal. Tetap dilakukan pembatasan *customer* dalam seharinya dan mengikuti protokol COVID-19. Menurut Tjiptono (2007:58) menyatakan bahwa kualitas pelayanan sebuah usaha apabila dikelola dengan baik dan tepat, berkontribusi positif terhadap terwujudnya kepuasan dan loyalitas pelanggan tersebut. Kualitas yang baik akan menguntungkan dalam jangka panjang dengan salon kecantikan. Kepuasan pelanggan juga mempengaruhi loyalitas pelanggan.

MOIR Salon yang berspesialis di pewarnaan rambut ini didirikan oleh Silcia Brenda. Dengan harapan salon ini dapat berkembang menjadi salon kecantikan no. 1 di Indonesia dengan mengedepankan *trend* fashion, mementingkan tingkat kepuasan pelanggan, serta menyesuaikan *budget* pelanggan. MOIR Salon ini memiliki PT bernama PT. MOIRA CANTIK BERKAT. *Opening hours*: Senin hingga Minggu jam 10.00 – 20.00.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2. 27 Hasil hair coloring MOIR Salon
(Sumber: Instagram MOIR Salon)

2.3.1 Sejarah

MOIR Salon telah beroperasi sejak tahun 2017 (± 5 tahun yang lalu), didirikan oleh Silcia Brenda yang memiliki keinginan mengikuti jejak ibunya yang memiliki salon rumahan pada tahun 1990-an. Pada saat itu, ia sudah membantu ibunya sejak SMP setiap jam pulang sekolah. Melihat peluang yang menjanjikan dan kegemarannya dalam bidang kecantikan, Brenda menggunakan uang tabungannya dan berbekal survei untuk membuka cabang pertama yang di ruko yang ia sewa berukuran 3x4m di Apartemen Puri Park View.

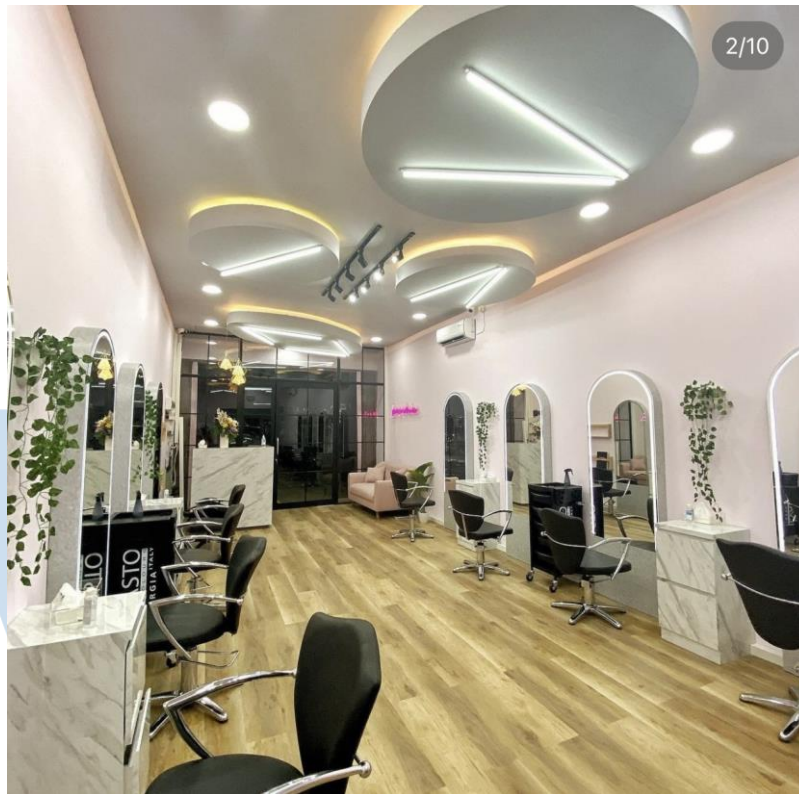
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.28 Dokumentasi Pembukaan Cabang Pertama MOIR Salon
Sumber: Pemilik Salon

Pada saat itu, MOIR Salon melayani jasa eyelash, make-up, cuci blow rambut, dan *keratin smoothing* yang sedang booming pada tahun itu. Brenda menggunakan media sosial sebagai media promosinya, tanpa disangka MOIR Salon mendapatkan sambutan yang hangat dari customer yang tinggal di apartemen tersebut, kemudian meluas hingga luar daerah hanya dengan promosi melalui media sosial dan rekomendasi customer. Hingga saat ini, MOIR Salon memiliki berbagai cabang di daerah Jabodetabek (Gading Serpong, Puri, Tebet, Bekasi, dan Cibubur).

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 2.29 Dokumentasi Fasilitas MOIR Salon

Sumber: [Instagram.com/moir.salon](https://www.instagram.com/moir.salon)



Gambar 2.30 Dokumentasi Fasilitas MOIR Salon

Sumber: [Instagram.com/moir.salon](https://www.instagram.com/moir.salon)

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

2.3.2 Layanan dan Daftar Harga

a. Hair Styling

Services	Harga
Hair Cut	Rp 105,000
Wash & Blow Dry	Rp 30,000
Wash & Blow In / Catok	Rp 75,000
Blow In / Catok	Rp 50,000
Hair Trimming	Rp 25,000
Extra Vitamin	Rp 15,000

b. Treatment

Services	Harga
Creambath	Rp 75,000
Hair Mask Texture	Rp 85,000
Hairspa Loreal	Rp 85,000
Hairspa Shiseido	Rp 100,00
Scalp Treatment	Rp 150,000
Scrub Ketombe	Rp 70,000
Foot Massage (30 mins)	Rp 50,000
Back Massage (30 mins)	Rp 50,000

c. Coloring

Services	Harga
Hair Coloring basic	Rp 300,000 – Rp 600,000
Bleaching Balayage	Rp 300,000 – Rp 400,000
Bleaching Highlight	Rp 400,000 – Rp 450,000
Bleaching Full Head	Rp 300,000 – Rp 500,000
Masker Color	Rp 250,000 – Rp 350,000
Extra Olaplex	Rp 85,000

d. Keratin Treatment

Services	Harga
Keratin Smoothing	Rp 450,000 – Rp 800,000
Keratin Infuse	Rp 250,000 – Rp 400,000
Keratin Therapy	Rp 600,000 – Rp 1,050,000

e. Perm

Services	Harga
Blow Perm	Rp 450,00 – Rp 800,000
Traditional Perm	Rp 300,000 – Rp 500,000
Blow Perm + Keratin Smoothing	Rp 850,000 – Rp 1,100,000

f. Hair Extension (each)

Services	Harga
Hair Extension (min. 50)	Rp 10,000 – Rp 12,000
Remove Hair Extension	Rp 4,500
Hair Service Package	Rp 6,500

g. Nail

Services	Harga
Manicure	Rp 65,000
Pedicure	Rp 75,00
Extra Charge Gehwol	Rp 50,000
Nail Gel	Rp 90,000
Nail Gel Halal	Rp 125,000
Extra Nail Art / each	Rp 5,000 – Rp 10,000
Nail Extension + Gel	Rp 200,000
Remove Gel Extension	Rp 50,000

h. Eyelash*

Services	Harga
Eyelash Extension	
• Natural	Rp 200,000
• Double	Rp 250,000
• Extra Volume	Rp 300,000
Lash Lift + Tint	Rp 200,000
Inlei Lash Filler Lift + Tint	
• 1x	Rp 300,000
• 3x	Rp 750,000
Remove Extension	Rp 35,000

i. Brow*

Services	Harga
Eyebrow Threading + Shaping	Rp 50,000
Brow Bomber + Lamination	Rp 300,000
Brow Bomber Architect	Rp 350,000

j. Wax*

Services	Harga
Waxing	Rp 65,000 – Rp 180,000

k. Spa**

Services	Spa
Body Massage (60’')	Rp 195,000
Body Massage + Scrub / Lulur (90 menit)	Rp 265,000
Body Spa	Rp 395,000

* Hanya tersedia di cabang MOIR Serpong dan Modies Tebet 2

** Hanya tersedia di cabang Modies Tebet 2

Modies = MOIR Salon for Ladies



MOIR
*Semua harga yang tertera sudah termasuk PPN 10%

Hair Styling		Nail	
Hair Cut	105	Manicure	65
Wash & Blow Dry	30	Pedicure	75
Wash & Blow In / Catok	75	Extra Charge Gehwol	50
Blow In / Catok	50	Nail Gel	90
Hair Trimming	25	Nail Gel Halal	125
Extra Vitamin	15	Extra Nail Art/each	5-10
		Nail Extension + Gel	200
		Remove Gel	35
		Remove Gel Extension	50

(Hanya tersedia di cabang Moir Serpong dan MODIES Tebet 2)

Treatment		Eyelash	
Creambath	75	Eyelash Extension	
Hair Mask Texture	85	o Natural	200
Hairspa Loreal	85	o Double	250
Hair Spa Shiseido	100	o Extra Volume	300
Scalp Treatment	150	Lash Lift + Tint	200
Scrub Ketombe	70	Inlei Lash Filler Lift + Tint	
Foot Massage (30 mins)	50	o 1x	300
Back Massage (30 mins)	50	o 3x	750
		Remove Extension	35

Coloring		Brow	
Hair Coloring Basic	300 - 600	Eyebrow Threading+Shaping	50
Bleaching Balayage	300 - 400	Brow Bomber Lamination	300
Bleaching Highlight	400 - 450	(include Shaping)	
Bleaching Full Head	300 - 500	Brow Bomber Architect	350
Masker Color	250 - 350	(including Shaping + Color)	
Extra Olaplex	85		

Keratin Treatment		Eyelash + Brow	
Keratin Smoothing	450 - 800	Pilih treatment Eyelash + Brow Bomber	
Keratin Infuse	250 - 400	Dapatkan diskon potongan 50k	
Keratin Therapy	600 - 1.050		

Perm		Wax	
Blow Perm	450 - 850	Waxing	65-180
Traditional Perm	300 - 500		
Blow Perm + Keratin Smoothing	850 - 1.100		

(Hanya tersedia di cabang MODIES Tebet 2)

Hair Extension (each)		SPA	
Hair Extension (min. 50)	10-12	Body Massage (60')	195
Remove Hair Extension	4.5	Body Massage + Scrub/Lulur (90')	265
Hair service package	6.5	Body Spa	395
		(Pijat + Scrub + Masker + Mandi Suhu + Pijat Wajah)	

Gambar 2.31 Tampilan Pricelist MOIR Salon

Sumber: moirsalon.com

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

2.3.3 Alamat

Tabel 2.1 Cabang MOIR Salon

Cabang	Alamat
Serpong	MOIR Salon Serpong, Mall Serpong, Ruko Sentra Gading SG2 No. 15 Masuk Ke Kawasan Summarecon, West Pakulonan, Kec. Serpong, Tangerang Regency, Banten 15811
Puri	MOIR Salon Puri, Apartemen Puri Park View tower B, kios BB/19, Jl. Pesanggrahan No.88, North Meruya, West Jakarta City, Jakarta 11610
Tebet	MOIR Salon Tebet, Jl. Tebet Timur Dalam II No.6B, East Tebet, Tebet, South Jakarta City, Jakarta 12820
Cibubur	MOIR Salon Cibubur, Ruko Kawasan Niaga Citra Gran blok R1 no 21, masuk ke kawasan Mall Ciputra, Jawa Barat 17435
Bekasi	MOIR Salon Bekasi, Ruko Commercial Sinpasa A-27, Summarecon Bekasi, Kota Bks, Jawa Barat 17124

2.3.4 Visi dan Misi

MOIR Salon memiliki visi yang sesuai dengan mottonya “*Head to toe beauty solution*”. Di MOIR Salon ini selalu berusaha untuk membuat

salon yang nyaman untuk semua customer dengan harga yang terjangkau, baik bagi kalangan muda hingga dewasa.

MOIR Salon memiliki misi dengan kelebihan pengalaman para stylist-nya di dunia salon, salon ini berhasil mengklaim bahwa dapat mewujudkan semua warna yang customer inginkan ataupun semua pilihan warna yang pernah dibayangkan.

2.3.5 Arti Nama Brand

Setiap *brand* tentunya memiliki filosofi dan persepsi yang ingin diberikan. Maka dari itu, pemilik MOIR Salon membuat nama MOIR dengan alasan dan penjelasan yang jelas. MOIR Salon ini memiliki kepanjangan dari setiap suku katanya, antara lain:

a. M = *Maintain*

Menjaga kualitas service yang optimal (baik produk ataupun konsultasi) yang diberikan ke customer, sehingga customer akan selalu merasa di utamakan, apapun bentuk service yang mereka butuhkan.

b. O = *Observe*

Observe tahapan penting untuk dilakukan terhadap customer sebelum treatment agar bisa diputuskan langkah-langkah apa saja yang diperlukan, jadi tidak terjadi kesalahan yang mengakibatkan konsumen kecewa (rambut crush, warna tidak sesuai, hasil tidak sesuai ekspektasi).

c. I = *Inspire*

Selalu menjadi atau memberikan inspirasi bagi customer, baik inspirasi gaya, warna, ataupun treatment lainnya.

d. R = *Result / Responsibility*

Selalu memberikan *result* terbaik ke customer, sehingga mempertahankan tingkat kepuasan dari para customer. *Responsibility* perusahaan memiliki kebijakan dalam menanggapi tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan terhadap kualitas pelayanan yang akan diberikan.

2.3.6 Analisis Logo yang Lama

Logo MOIR Salon ini sudah ada sejak pertama kali buka. Logo ini di desain oleh seorang *freelance graphic designer* yang pemilik hire untuk membuat logo tersebut. Logo ini menggunakan *typeface* Serif. Ciri khasnya adalah adanya garis kecil di sudut akhir setiap hurufnya. Terdapat 2 asset pada logo tersebut, yaitu: Wanita dengan rambut yang terbang di huruf M dan bulu mata di dalam huruf O. Kombinasi antara *wordmark* dengan simbol/ikon ini merupakan jenis logo kombinasi yang diintegrasikan secara bersama.



Gambar 2.32 Logo MOIR Salon

2.3.7 Data Kompetitor

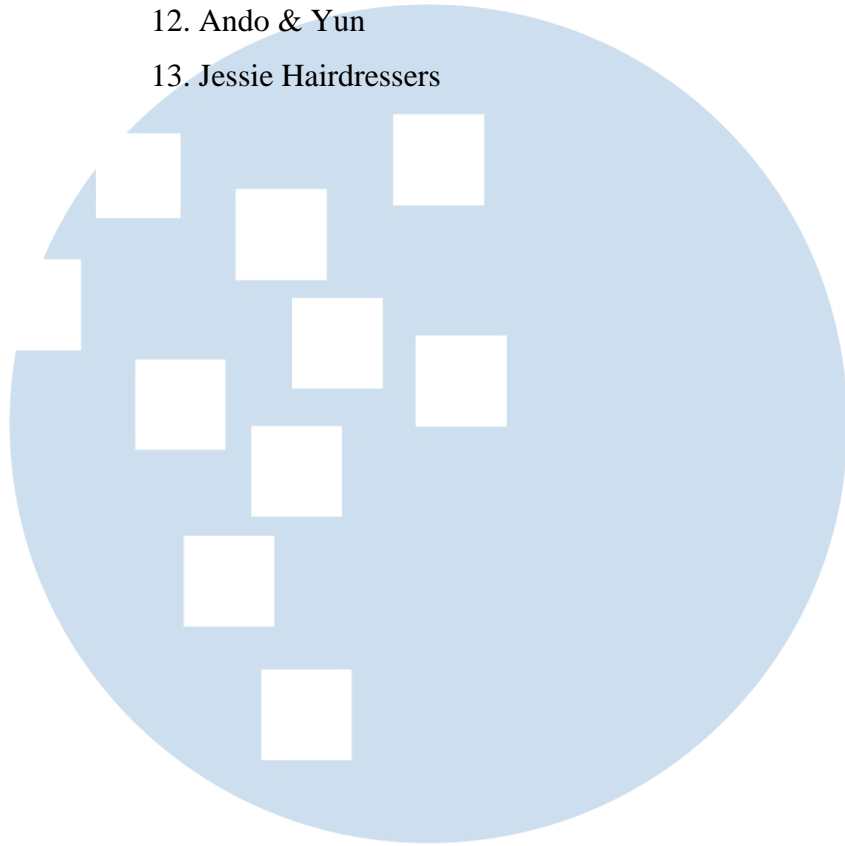
Berikut adalah *list* kompetitor di bidang jasa salon:

1. Reffel Profesional
2. Johnny Andean
3. May May
4. Bloom's Beauty Studio
5. Headlines
6. Trenz
7. Salon De Lyon
8. Dina
9. Luna Beauty Bar
10. Haircode

11. Brow Parlour

12. Ando & Yun

13. Jessie Hairdressers



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA