

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Desain Grafis

Berdasarkan Robin Landa (Landa, 2014, hal 1), ilmu Desain Grafis dan sejarah seni membantu kita untuk lebih memahami bagaimana kita dapat sampai pada masa sekarang dan menjadi kita yang sekarang. Landa (2014) mengartikan desain grafis sebagai bentuk komunikasi visual yang biasa digunakan untuk menuampaikan pesan atau informasi ke audiens. Desain Grafis merupakan suatu representasi visual dari suatu ide yang bergantung pada kreasi, seleksi, dan organisasi dari elemen visual.

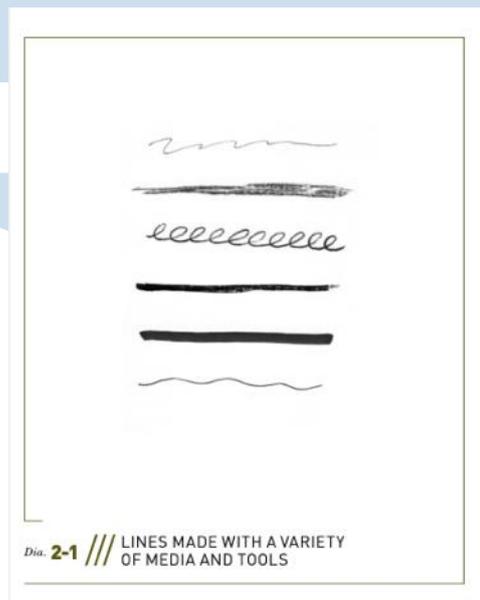
Robin Landa (Landa, 2014, hal 1) juga mengatakan, solusi Desain Grafis dapat mempersuasi, menginformasi, mengidentifikasi, memotivasi, meningkatkan, mengorganisasi, merek, membangkitkan, melokasikan, menghubungkan, dan membawa atau menyampaikan berbagai tingkatan level makna. Menurutnya, (Landa, 2014, hal 1) solusi Desain Grafis dapat menjadi sangat efektif hingga dapat mempengaruhi perilaku. Brockett Horner menambahkan bahwa Desain Grafis adalah bahasa yang memberikan kepercayaan dalam sebuah objek, ide, atau pesan.

2.1.1 Elemen Desain Grafis

Robin Landa mengatakan, elemen Desain Grafis dan prinsipnya perlu dipelajari karena kedua hal tersebut merupakan kosakata dan alat dalam membangun visual, sehingga desainer dapat mengetahui potensi dari masing-masing elemen dan bagaimana elemen-elemen tersebut dapat difungsikan secara maksimal dalam komunikasi dan ekspresi (Landa, 2014, hal 19). Ia juga mengklasifikasikan elemen Desain Grafis menjadi empat yaitu; garis, bentuk, warna, dan tekstur. Berikut adalah keempat elemen grafis tersebut;

2.1.1.1 Garis

Dilansir dari buku Robin Landa garis merupakan kumpulan dari titik yang memanjang dengan mempertimbangkan jalur titik yang bergerak (Landa, 2014, hal 19). Sedangkan, titik merupakan bagian terkecil dari garis. Garis memiliki peranan yang penting dalam komposisi dan komunikasi. Yaitu menjadi arahan kemana pembaca akan melihat pada suatu arah. Garis memiliki fungsi untuk menegaskan bentuk, tepian, membuat gambar, huruf dan pola serta membantu mengorganisasikan suatu komposisi visual. Suatu garis dapat memiliki berbagai variasi seperti tipis atau tebal, menyambung atau patah, tebal atau tipis.

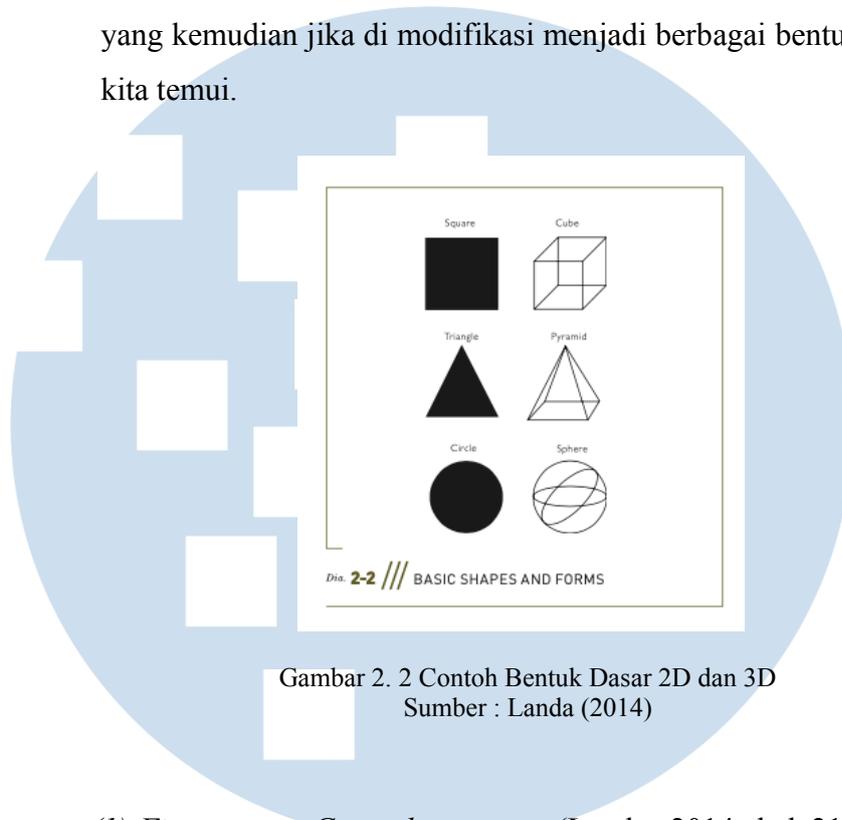


Gambar 2. 1 Contoh Garis
Sumber : Landa (2014)

2.1.1.2 Bentuk

Berdasarkan Landa, Ia mendefinisikan bentuk sebagai dua dimensi yang terbentuk dari ujung garis yang bertemu atau dari warna *tone*, maupun tekstur (Landa, 2014, hal. 20) dan bentuk

berasal dari tiga benbentuk dasar yaitu kotak, segitiga, dan lingkaran, yang kemudian jika di modifikasi menjadi berbagai bentuk-bentuk yang kita temui.



Gambar 2. 2 Contoh Bentuk Dasar 2D dan 3D
Sumber : Landa (2014)

- (1) *Figure* atau *Ground*, menurut (Landa, 2014, hal 21), *Figure* atau *Ground* juga didefinisikan sebagai ruang positif dan negatif. Positif didefinisikan sebagai bentuk secara langsung sedangkan area atau bentuk yang terbentuk diantara figur-figur disebut sebagai *ground* atau ruang negatif atau *white space*.
- (2) *Typographic Shapes*, (Landa, 2014, hal 22) menyebutkan bahwa dalam desain grafis, huruf, angka dan tanda baca merupakan bagian dari bentuk pula. Seperti halnya bentuk dasar, tulisan juga dapat berbentuk organis, geometris, kurvilinear maupun rektalinear.

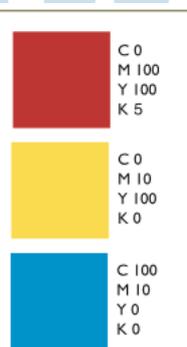
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2. 3 Contoh *Typographic Shape*
Sumber : Landa (2014)

2.1.1.3 Warna

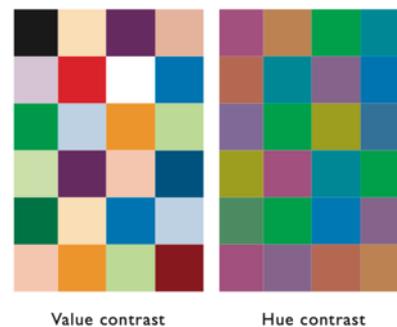
Landa, 2013, hal 23) mengatakan bahwa warna merupakan salah satu elemen yang sangat kuat dan sangat provokatif karena dapat memberikan gambaran akan suatu bentuk dan lingkungan. Warna dapat terlihat jika terpantul oleh cahaya, maka dari itu jika tidak ada cahaya maka warna pun tidak akan terlihat. Untuk dapat memahami warna, terdapat tiga kategori dalam elemen warna yaitu;



Gambar 2. 4 Contoh Warna Primer
Sumber : Landa (2014)

(1) *Hue*, berdasarkan (Landa, 2014, hal 23), *Hue* merupakan nama dari suatu warna yaitu merah atau hijau dan biru atau oranye. *Hue* biasa juga dikenal sebagai temperatur dari warna. *Hue* membedakan antara warna panas dan warna dingin.

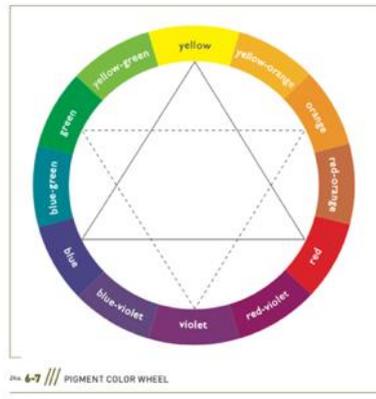
(2) *Value*, (Landa, 2014, hal. 23) mengatakan bahwa *Value* berkaitan dengan terang atau gelapnya suatu warna atau Luminositas . Warna hitam dan putih digunakan sebagai acuan untuk mengatur *Value*. Sebagai contoh dari *Value* pada warna biru terdapat biru tua dan biru muda maupun merah terdapat warna merah tua dan merah muda.



Gambar 2. 5 *Value Contrast* dan *Hue Contrast*
Sumber : Landa (2014)

(3) *Saturation*, juga terkadang disebut sebagai *Chroma* Berdasarkan (Landa, 2014, hal. 23), Saturasi menentukan kecerahan atau kekusaman dari warna. Sebagai contoh, saturasi dapat menghasilkan warna merah cerah atau merah kusam.

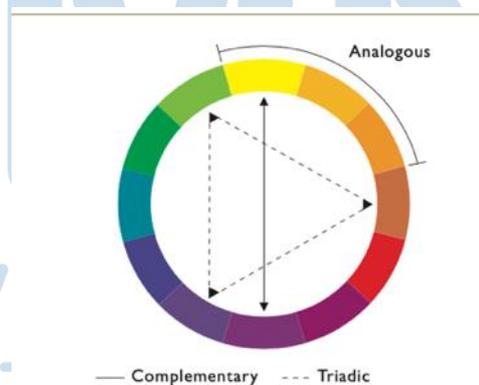
(4) Penggunaan warna, dikatakan oleh Robin Landa bahwa respon pada warna bervariasi dan bergantung pada budaya seseorang, agama, gender, dan preferensi personal (Landa, 2014, hal. 129). Cara terbaik untuk memahami warna adalah menggunakan *Color Wheel*.



Gambar 2. 6 *Color Wheel*
Sumber : Landa (2014)

Secara esensial, semua berawal dari pigmen pada *Color Wheel*. Dalam *Color Wheel*, terdapat tiga warna utama (*Primary Color*) yaitu merah, biru dan kuning yang terkadang didefinisikan sebagai segitiga utama. Sedangkan, pigmen kedua yaitu (*Secondary Color*) adalah oranye, hijau dan violet. Warna sekunder memiliki kontras dan *hue* yang lebih sedikit dibandingkan dengan *Primary Color*. Campuran antara warna primer dan sekunder menciptakan warna interval.

Untuk menghasilkan warna-warna yang harmonis, Dalam bukunya, Landa menuliskan bahwa terdapat *Color Scheme*. *Color Scheme* (Landa, 2013, hal. 132) tersebut terbagi menjadi enam



Gambar 2. 7 *Analogous, Complementary dan Triadic Color* dalam *Color Wheel*
Sumber : Landa (2014)

- (1) *Monochromatic*, skema ini memiliki tingkat *hue* yang dominan namun tetap memberikan kontras pada *value* dan *saturation*. Warna-warna monokromatik dapat memberikan kontribusi visual, keseimbangan dan kesatuan visual.
- (2) *Analogous*, skema warna ini menggabungkan tiga *hue*. Karena posisi warna-warnanya pada *colorwheel* saling berdekatan, warnanya cenderung memberikan kesan harmonis dan senada.
- (3) *Complementary*, skema warna ini didapatkan dari relasi antara dua *hue* yang bersebrangan. Skema ini dapat memberikan tensi karena kontrasnya yang besar.
- (4) *Split Complementary*, skema warna ini menggabungkan tiga *hue* dimana terdapat satu warna dan dua warna yang saling berlawanan. Skema ini tidak sedramatis dan kuat seperti warna komplementen namun tetap memberikan tensi.
- (5) *Triadic*, skema ini mencakup tiga warna yang berada pada jarak yang sama pada *Colorwheel*. Sebagai contoh relasi antara warna merah-oranye/ biru-violet/ kuning-hijau.
- (6) *Tetradic*, skema warna ini terbentuk dari empat warna dari dua set warna komplementen (*a double complementary*). Palet warna ini memberikan perbedaan *hue* dan kontras yang cukup besar.

2. Psikologi Warna

Menurut (Perry dan Winsonm, 2003), para ilmuwan telah membuktikan bahwa ada perubahan psikologis yang dialami orang ketika mereka melihat warna yang berbeda karena warna dapat merangsang, menggairahkan serta membentuk emosi yang berbeda.

Shirley Willet mengategorikan warna kedalam *Color Codification* sebagai berikut;



Gambar 2. 8 *Color Codification* (Shirley Willet)
 Sumber: The impact of color traits on corporate branding (Chang, Lin, 2010)

Secara lebih rincinya, berikut merupakan tabel yang menjelaskan klasifikasi warna menurut Shirley Willet;

Tabel 2. 1 Tabel Color Codification (Shirley Willet)

<i>Color</i>	<i>Trait</i>	<i>Color codification</i> (Shirley Willet)
<i>Red</i>	<i>Positive Trait</i>	<i>Enthusiasm</i>
	<i>Negative Trait</i>	<i>Rage, Anger</i>
<i>Orange</i>	<i>Positive Trait</i>	<i>Pride</i>
	<i>Negative Trait</i>	<i>Disgrace, Shame</i>
<i>Yellow</i>	<i>Positive Trait</i>	<i>Awareness</i>
	<i>Negative Trait</i>	<i>Panic, Fear</i>
<i>Green</i>	<i>Positive Trait</i>	<i>Satisfaction, Hoarding</i>
	<i>Negative Trait</i>	<i>Greed</i>
<i>Blue</i>	<i>Positive Trait</i>	<i>Clarity</i>

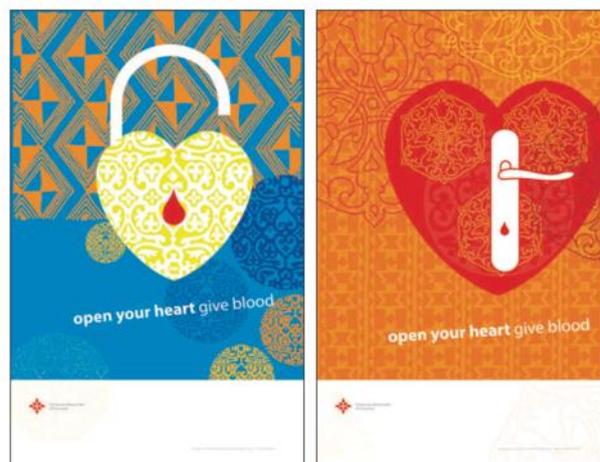
	<i>Negative Trait</i>	<i>Racing, Confusion</i>
<i>Purple</i>	<i>Positive Trait</i>	<i>Leadership</i>
	<i>Negative Trait</i>	<i>Impotence, Power</i>

2.1.1.4 Tekstur

(Landa, 2014, hal. 28) mendefinisikan tekstur sebagai kualitas dari permukaan akan apa yang terlihat oleh mata sebagai representasi dari permukaan tersebut. Tekstur dibagi menjadi dua yaitu taktil dan visual. Taktil yang merupakan tekstur asli (*actual texture*) dan ilusi optik yang menghasilkan tekstur visual.

2.1.1.5. Pola

Menurut (Landa 2014, hal 28) Pola merupakan suatu pengulangan yang konsisten dari sebuah unit visual maupun suatu elemen dalam area tertentu. Pada dasarnya, pola hanya terbentuk dari tiga bentuk dasar yaitu titik, garis, dan *grids*.



Gambar 2. 9 Contoh Poster yang menggunakan Pola
Sumber : Landa (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 Grafis

(Landa 2014, hal. 29) mengatakan bahwa, setiap prinsip desain saling berhubungan. Prinsip desain wajib diterapkan di setiap proyek desain. Untuk membuat suatu proyek desain, perlu adanya penggunaan prinsip desain yang maksimal dan sesuai.

Prinsip desain dapat dikombinasikan dengan pengetahuan, tipografi, gambar dan visualisasi, serta elemen formal sebagai kosakata pembentuk bentuk. Berikut adalah prinsip-prinsip desain yang dikemukakan oleh Landa (Robin Landa, 2014)

2.1.2.1 Format

(Landa, 2014, hal. 29) mengatakan bahwa format adalah sebuah perimeter untuk membatasi bidang desain. Dalam arti lain, format menentukan bidang desain yang dilingkupinya sesuai dengan batas tepi atau luaran. Seringkali desainer menentukan format untuk mendeskripsikan proyek yang sedang dikerjakan seperti poster, CD Cover, dan sebagainya. Sebelum mempelajari mengenai prinsip-prinsip desain, desainer perlu mengerti dan paham akan format.



Gambar 2. 10 Aspek Rasio dalam Format Media
Sumber : Landa (2014)

2.1.2.2 Balance

Menurut (Landa, 2014, hal. 30), *Balance* atau keseimbangan adalah salah satu prinsip desain yang lebih mengandalkan intuisi seseorang. (Landa, 2014, hal. 30) menekankan bahwa keseimbangan merupakan suatu stabilitas yang tercipta dengan membagi bobot visual yang merata ke setiap elemen atau komposisi desain. *Balance* tidak harus selalu simetris, namun juga dapat berlaku asimetris dan radial asal keseimbangan tersebut tetap harmonis.

- (1) *Symmetry*, dalam *Graphic Design Solution*, (Landa, 2014, hal 31) menjelaskan. Keseimbangan Simetris adalah distribusi visual yang seimbang dan memiliki elemen yang sama banyaknya secara reflektif seperti kiri dan kanan secara *vertical, horizontal* maupun *diagonal*.



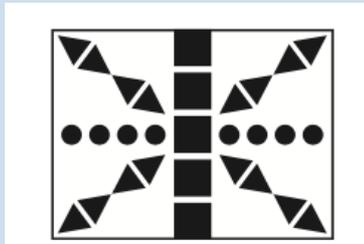
Gambar 2. 11 Contoh Keseimbangan Simetris
Sumber : Landa (2014)

- (2) *Asymmetry*, jika Simetris diartikan oleh (Landa, 2014) sebagai distribusi visual yang seimbang secara reflektif, maka Asimetris adalah kebalikannya. Asimetris dijelaskan oleh Robin Landa (Landa, 2014, hal.31) sebagai distribusi visual yang seimbang dengan memperhatikan elemen yang satu dengan yang lainnya tanpa adanya poros tengah.



Gambar 2. 12 Contoh Keseimbangan Asimetris
Sumber : Landa (2014)

(3) *Radial Balance*, dijelaskan oleh (Landa, 2014, Hal.33) bahwa, *Radial Balance* adalah simetris yang didapatkan dari kombinasi *vertical* dan *horizontal*. Elemen dimulai dari poros tengah ke luar komposisi.

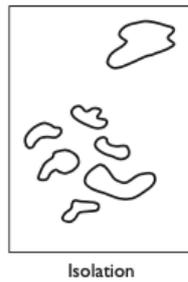


Gambar 2. 13 Keseimbangan Radial
Sumber : Landa (2014)

2.1.2.3 Hierarchy Visual

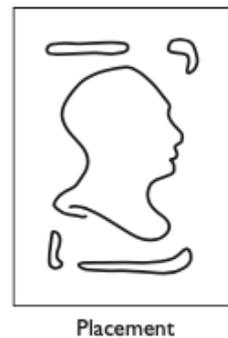
Hierarchy Visual adalah salah satu hal yang dapat membantu pembaca untuk melihat susunan dari semua elemen grafis sesuai dengan penekanan (*emphasis*). *Emphasis* menurut (Landa, 2014, hal.33) adalah susunan visual yang dibuat sesuai dengan kepentingannya atau elemen mana yang desainer ingin pembaca pertama, kedua, ketiga, dan seterusnya. *Emphasis* dikategorikan sebagai berikut;

(1) *Emphasis by Isolation*, Robin Landa Landa, 2014, hal.34) menjelaskan bahwa dengan mengisolasi sebuah bidang akan membantu menaruh fokus pada bidang tersebut.



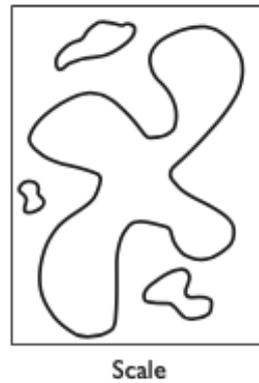
Gambar 2. 14 Contoh *Emphasis by Isolation*
Sumber : Landa (2014)

(2) *Emphasis by Placement*, menurut Robin Landa (Landa, 2014, hal.34), dapat dilakukan dengan memberikan komponen spasial. Telah dibuktikan bahwa dengan memberikan suatu posisi spesifik pada suatu komposisi akan memberikan fokus kepada pembaca dengan mudah.



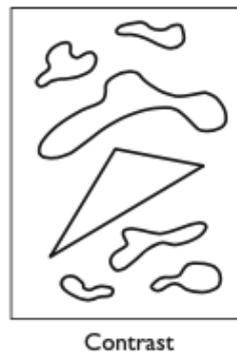
Gambar 2. 15 Contoh *Emphasis by Placement*
Sumber : Landa (2014)

(3) *Emphasis Through Scale*, dijelaskan oleh Landa (Landa, 2014, hal.34), bahwa ukuran dari suatu bidang atau objek memiliki peranan yang penting dalam memberikan penekanan dan memberikan ilusi seperti kedalaman. Bentuk yang besar cenderung menarik perhatian pembaca, namun bentuk yang kecil juga dapat menarik perhatian pembaca jika diposisikan dengan bentuk-bentuk yang besar (kontras).



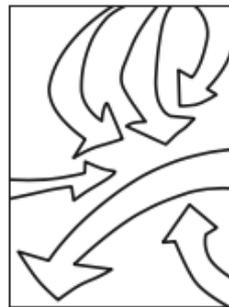
Gambar 2. 16 Contoh *Emphasis by Scale*
Sumber : Landa (2014)

(4) *Emphasis Through Contrast*, menurut Robin Landa (Landa, 2014, hal.35) dapat diidentifikasi melalui kontras, seperti gelap dan terang, kasar dan halus, maupun terang dan kusam dapat dimainkan untuk menekankan suatu elemen grafis.



Gambar 2. 17 Contoh *Emphasis by Contrast*
Sumber : Landa (2014)

(5) *Emphasis Through Direction and Pointers*, penekanan juga dapat dilakukan dengan memberikan arahan seperti panah atau arahan diagonal untuk membantu pembaca melihat kearah yang diinginkan atau dituju (Landa, 2014, hal.35)

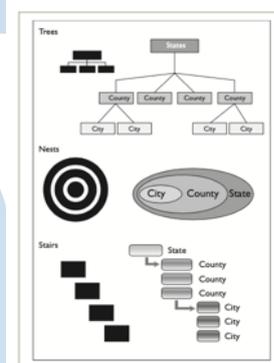


Pointers

Gambar 2. 18 Contoh *Emphasis Through Direction and Pointers*

Sumber : Landa (2014)

(6) *Emphasis Through Diagrammatic Structures*, menggunakan struktur pohon dimana memposisikan elemen yang dominan atau yang ingin dilihat terlebih dahulu diatas elemen-elemen pendukung akan memberikan penekanan, sehingga membentuk suatu hirarki. (Landa, 2014, hal. 35)



Gambar 2. 19 Contoh *Emphasis through Diagrammatic Structure*

Sumber : Landa (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

2.1.2.4 Irama

Irama sering diasosiasikan dengan ketukan. Namun, menurut Robin Landa (Landa, 2014, hal.35). irama dalam desain grafis adalah suatu repetisi yang kuat dan konsisten dari suatu elemen sehingga membuat pembaca menggerakkan mata dalam suatu halaman. Banyak faktor yang dapat berkontribusi dalam menciptakan irama seperti warna, tekstur, *figure/ground*, *emphasis*, dan *balance*.

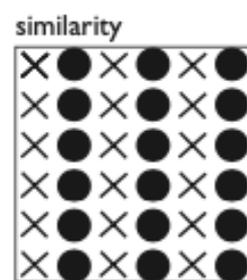
2.1.2.5 Kesatuan

(Landa, 2014, hal.36) menjelaskan bahwa, ketika digabungkan, elemen- elemen grafis dapat terlihat seakan-akan mereka diciptakan untuk bersama. Otak manusia cenderung memberikan perintah untuk membuat koneksi, dan membuat suatu *grouping* contohnya melalui lokasi, orientasi, kesamaan, bentuk, serta warna.

2.1.2.6 Laws of Perceptual Organization

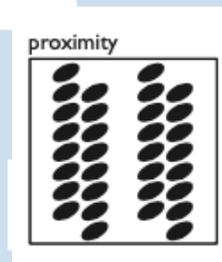
Menurut (Landa, 2014, hal. 36) pengorganisasian dapat dikategorikan sebagai berikut;

- (1) *Similarity*, kesamaan menurut karakteristik yang sama dapat membantu pengorganisasian. Elemen dapat memiliki kesamaan dalam bentuk, tekstur, warna, atau arah



Gambar 2. 20 *Similarity*
Sumber : Landa (2014)

(2) *Proximity*, juga dapat membantu pengorganisaian elemen visual, elemen-elemen yang berada berdekatan sering dikategorikan sebagai satu grup.



Gambar 2. 21 *Proximity*
Sumber : Landa (2014)

(3) *Continuity*, sering dilihat sebagai suatu koneksi dari elemen-elemen. Suatu elemen yang terlihat seperti menyambung antar satu dengan yang lainnya kan dikaitkan sebagai satu kesatuan atau grup.



Gambar 2. 22 *Continuity*
Sumber : Landa (2014)

(4) *Closure*. Robin Landa (Landa, 2014, hal. 36) menjelaskan bahwa, pikiran manusia memiliki kecenderungan untuk menghubungkan satu elemen individual dengan elemen individual yang lainnya untuk memproduksi bentuk, unit, atau pola yang sempurna.

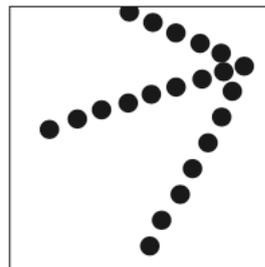
closure



Gambar 2. 23 Closure
Sumber : Landa (2014)

(5) *Common Fate*, Jika suatu elemen bergerak ke arah yang sama, maka mereka sering dikategorikan sebagai satu unit.

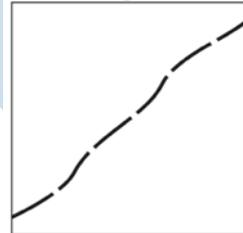
common fate



Gambar 2. 24 Common Fate
Sumber : Landa (2014)

(6) *Continuing Line*, garis selalu digambarkan sebagai *path* yang paling sederhana. Ketika suatu garis putus hal tersebut seakan-akan menciptakan suatu pola yang disebut sebagai *implied line*.

continuing line



Gambar 2. 25 Continuing Line
Sumber : Landa (2014)

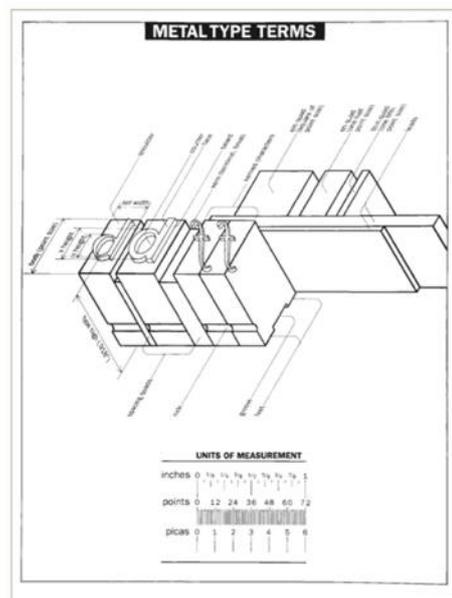
2.1.3 Tipografi

Berdasarkan (Landa, 2014, hal. 44), jenis huruf merupakan desain dari satu paket karakter yang telah disatukan dengan kesamaan visual yang konsisten. Kesamaan visual ini penting untuk diperhatikan agar tetap dapat mengenali jenis huruf. Pada dasarnya, tipografi meliputi huruf, angka, *symbol*, dan tanda-tanda seperti tanda baca, aksen, dan *diacritical marks*.

2.1.3.1 Elemen Tipografi

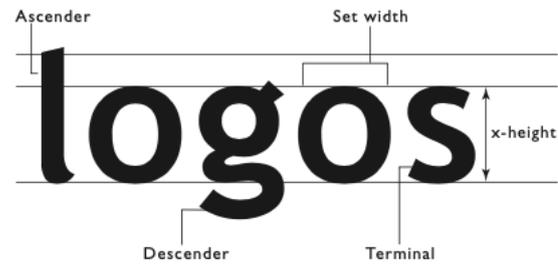
(Landa, 2014, hal. 44) menjelaskan bahwa ,terdapat dua elemen tipografi yang dapat membentuk jenis huruf. Berikut adalah elemen-elemen tipografi yang dapat diidentifikasi;

- (1) *Type Measurement*, pengukuran Tipografi memiliki dua unit dalam pencetakan yaitu *point* dan *pica*. *Point* mengacu pada tinggi dari badan huruf dan *Pica* mengacu pada lebar dari badan huruf.



Gambar 2. 26 *Type Measurement*
Sumber : Landa (2014)

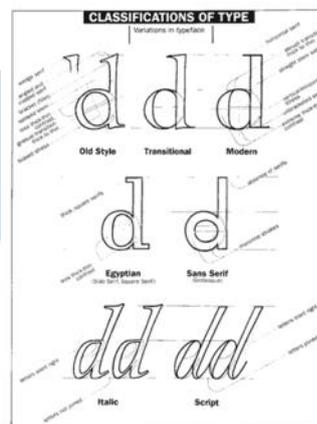
(2) *Type Anatomy*, Robin Landa (Landa, 2014, hal.44) menekankan bahwa setiap huruf dalam alfabet memiliki karakteristik. *Type anatomy* perlu dipertahankan agar huruf masih memiliki tingkat keterbacaan (*readability*).



Gambar 2. 27 Anatomi Huruf
Sumber : Landa (2014)

2.1.3.2 Klasifikasi Tipografi

Menurut (Landa, 2014, hal. 47), walaupun terdapat banyak *typefaces* pada masa sekarang, terdapat klasifikasi utama dari tipografi berdasarkan gaya dan sejarahnya. Berikut adalah klasifikasinya;



Gambar 2. 28 Klasifikasi Tipografi
Sumber : Landa (2014)

(1) *Old Style* atau *Humanist*, *typeface* ini berasal dari Roma dan diperkenalkan pada abad ke-15 dimana hurufnya dibuat

menggunakan pena dengan diameter yang besar. Karakter ini dapat terlihat dari sudut dan adanya *serif*. Contoh dari *typeface* ini yang paling sering digunakan pada masa sekarang adalah Times New Roman.

(2) *Transitional, typeface* ini berasal dari abad ke-18 dan dikategorikan sebagai *typeface serif*, yang merepresentasikan transisi dari *old style* ke *modern*. Contoh dari *typeface* ini adalah Baskerville dan Century

(3) *Modern, typeface serif* ini ditemukan pada abad-18 akhir dan 19 awal dimana bentuknya lebih geometris. Karakteristik *typeface* ini ada pada kesimetrisan dan goresan tebal-tipis. Contoh dari *typeface* ini adalah Didot dan Bodoni.

(4) *Slab Serif*, memiliki karakteristik yang tebal. Contoh dari *typeface* ini adalah American Typewriter, Bookman, dan Clarendon.



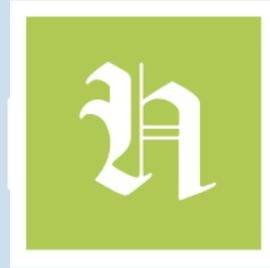
Gambar 2. 29 Contoh Huruf *Slab Serif*
Sumber : Landa (2014)

(5) *Sans Serif*, karakter ini merupakan salah satu karakter yang cukup umum. Karakter ini dapat dibedakan dengan tidak adanya *serif*. Contoh dari *typeface* ini adalah Grotesque, dan yang sangat familiar adalah Futura.



Gambar 2. 30 Contoh Huruf *Sans Serif*
Sumber : Landa (2014)

(6) *Blackletter*, karakter ini diperkenalkan pada abad pertengahan dan dikenal juga dengan *gothic*. Karakter ini dapat dibedakan dengan *stroke* yang tebal dan huruf yang saling berdekatan dengan sedikit liukan. Contoh dari *typeface* ini adalah Rotunda dan Fraktur.



Gambar 2. 31 Contoh Huruf *Blackletter*
Sumber : Landa (2014)

(7) *Script*, karakter ini sangat mirip dengan tulisan tangan. Hurufnya biasa ditulis dengan miring dan bergabung. Jenis ini paling mudah ditiru dengan pena, pensil ataupun kuas. Contoh dari *typeface* ini adalah Brush Script dan Shelley Script Allegro.



Gambar 2. 32 Contoh Huruf *Script*
Sumber : Landa (2014)

(8) *Display*, karakter ini dibuat khususnya untuk penggunaan karakter yang besar seperti *headlines* dan judul, sehingga tidak cocok untuk digunakan dalam badan teks karena cenderung terdekorasi.

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. 33 Contoh Huruf *Display*
Sumber : Landa (2014)

2.1.3.3 *Readability and Legibility*

(Landa, 2014, hal.53) mengatakan bahwa memperhatikan keterbacaan dari huruf membuatnya mudah untuk dibaca dan membuat pembaca merasa senang dan bebas dari frustrasi. Ukuran, spasi, *margin*, warna, dan pilihan kertas berkontribusi dalam menciptakan keterbacaan. Sedangkan, *Legibility* memiliki hubungan dengan bagaimana seseorang dapat membedakan huruf-huruf dalam suatu *typefaces*.

2.1.3.4 *Spacing*

Menurut (Landa, 2014, hal. 58), interval spasi dapat terlihat di antara huruf, di antara kata dan di antara dua baris tulisan. *Spacing* adalah transisi dari huruf ke huruf, kata ke kata, baris ke baris, paragraf ke paragraf, dan halaman ke halaman.

- (1) *Letter Spacing*, merupakan interval spasi diantara huruf. Pengaturan ini disebut dengan *kerning*.
- (2) *Word Spacing*, merupakan interval spasi antar kata.
- (3) *Line Spacing*, merupakan interval spasi antara dua baris tulisan yang dapat diukur secara vertikan, atau *leading*.

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

Design matters

Design matters

Design matters

Gambar 2. 34 *Spacing*
Sumber : Landa (2014)

2.1.5 Komposisi

Berdasarkan (Landa, 2014, hal. 143), menciptakan ketertarikan visual dan kejelasan dalam komunikasi adalah guna tujuan utama dalam komposisi. Komposisi dijelaskan oleh Landa sebagai bentuk, dimana seluruh elemen, dan struktur spasial menghasilkan suatu penataan grafis. Menata komposisi adalah cara atau solusi bagaimana semua bagian dari desain dapat tersusun dan menciptakan harmonisasi bersama termasuk di dalamnya organisasi visual dari tulisan dan gambar.

2.1.5.1 Dasar dari Komposisi

Robin Landa (Landa, 2014, hal. 143) membagi dasar-dasar dari komposisi menjadi beberapa kategori sebagai berikut;

- (1) *Margins*, menentukan batas desain dimulai dari mana. *Margin* adalah ruang pada kiri, kanan, atas, bawah dari sudut suatu kertas. Secara mudah, Margin berfungsi sebagai bingkai disekitar gambar dan konten tulisan.

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



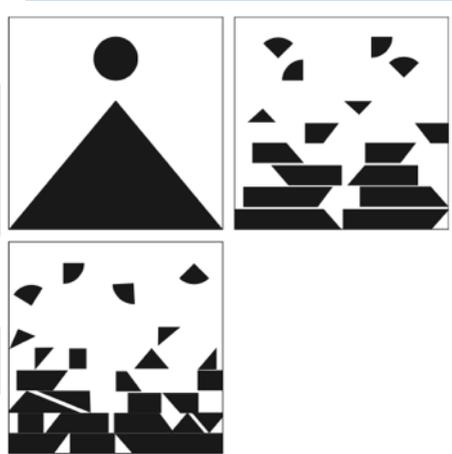
Gambar 2. 35 Margins
Sumber: Landa (2014)

- (2) *Static Versus Active Composition*, hampir semua format contohnya pada buku, kartu bisnis, brosur maupun media digital seperti gawai memiliki bentuk persegi panjang dengan rasio yang berbeda-beda. Konsep ini mengacu pada bagaimana suatu komposisi dapat dibuat tidak berubah dalam setiap media-media.



Gambar 2. 36 *Static vs Active Composition*
Sumber : Landa (2014)

- (3) *Closed Versus Open Composition*, jika arah dari elemen-elemen dan orientasi sejajar maka hal tersebut akan membantu pembaca untuk fokus dan tetap pada format.
- (4) *Symmetrical Versus Asymmetrical Compositions*, komposisi simetris dibuat sesuai dengan refleksi seperti kaca sehingga dibuat simetris di kedua sisi. Sedangkan, komposisi asimetris menciptakan keseimbangan dalam komposisi walaupun tidak simetris tanpa memikirkan bobot visual dan posisi.



Gambar 2. 37 *Symmetrical vs Asymmetrical Composition*
Sumber : Landa (2014)

2.1.6 Sistem Proporsi dan *Grid*

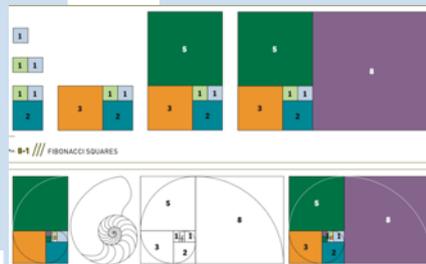
Berdasarkan (Landa, 2014. hal 171) sejak dahulu seniman, arsitek maupun musisi telah tertarik dengan konsep proporsi yang ideal untuk mencapai harmoni. Landa mengklasifikasikan sistem proporsi tersebut mencakup proporsi dan *grid*.

2.1.6.1 Sistem Proporsi

Proporsi menurut (Landa, 2014, hal. 171) adalah komparasi ukuran yang memiliki hubungan antara satu dan yang lainnya maupun satu dengan keseluruhan agar terciptanya harmoni. Harmoni ditekankan oleh Landa sebagai

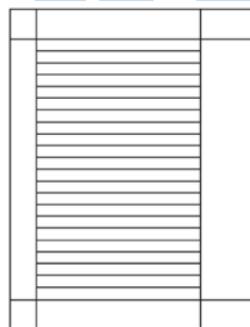
sebagai kesepakatan dari suatu komposisi, dimana setiap elemen dibentuk dan disusun serta difungsikan dengan tepat guna. Sistem Proporsi terbagi menjadi lima sebagai berikut;

- (1) *Fibonacci Numbers*, sistem ini dinamakan berdasarkan seorang matematikawan pada abad pertengahan yaitu Leonardo of Pisa yang juga terkenal dengan nama Fibonacci. Sistem ini berbentuk seperti kotak dimana pada bagian tengah terdapat bentuk spiral yang menyerupai kerang.



Gambar 2. 38 Proporsi Fibonacci
Sumber : Landa (2014)

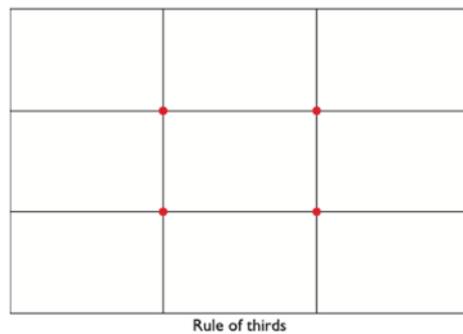
- (2) *The Golden Ratio*, Golden Ratio sering digambarkan sebagai proporsi yang sempurna. Dalam Golden Ratio terdapat beberapa persegi Panjang yang disebut Golden Rectangle. Golden Ratio banyak digunakan sesuai dengan sistem *grid* dan format dari kertas.



Gambar 2. 39 Golden Ratio
Sumber : Landa (2014)

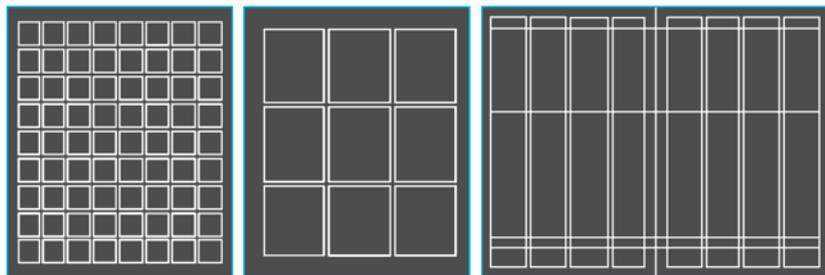
- (3) *Rule of Thirds*, sistem ini merupakan proporsi komposisi asimetrikal untuk menciptakan *focal point* dan

keseimbangan. Pada umumnya, *focal point* atau elemen primer ditaruh di atas garis-garis yang telah ditentukan.



Gambar 2. 40 *Rule of thirds*
Sumber : Landa (2014)

(4) *Modularity*, format ini membantu dalam membagi struktur ke dalam bagian-bagian yang lebih kecil. Struktur ini membantu agar *shath visual* dapat terbaca secara lebih besar.



Gambar 2. 41 *Modularity*
Sumber : Landa (2014)

(5) *Chunking*, teknik ini memiliki ikatan dengan *Modularity*, dimana konten-konten dibagi dan dikategorikan ke dalam *chunks*. Tujuan dilakukannya *Chunking* adalah untuk membuat informasi lebih mudah untuk dibaca sehingga lebih mudah pula untuk dicerna.

2.1.6.2 *Grid*

Menurut Josef Müller-Brockmann dalam bukunya yaitu *Grid System*, *Grid* membantu desainer, *typographer*, *photographer* dan lain-lain untuk

memecahkan masalah visual dalam dua maupun tiga dimensi. Dengan mengatur ruang dalam *grid*, desainer dapat mempertontokan karyanya dengan memperhatikan fungsi objektif dan kriteria. *Grid* juga dapat membantu pembaca untuk mengerti dan menyimpan informasinya dalam memori mereka.

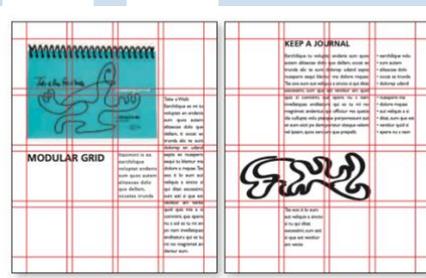
Robin Landa (Landa, 2014, hal. 174) menegaskan bahwa *grid* merupakan suatu penuntun untuk membuat sebuah komposisi secara vertikal dan horizontal dan membaginya kepada dua format yaitu *columns* dan *margins*.

- (1) *Columns & Columns Interval*, adalah pengaturan vertikal yang digunakan untuk memposisikan tulisan dan gambar. Sedangkan, *columns interval* adalah jeda antara kolom.
- (2) *Flowlines*, membantu membangun posisi horizontal dari grid dan *visual flow*. Ketika *flowlines* terbentuk maka tercipta interval regular dimana tercipta *modules*.
- (3) *Grid Modules*, merupakan ruangan kosong yang digunakan untuk memisahkan kolom secara vertikal dan *flowlines* membagi secara *horizontal* atau mendatar.
- (4) *Spatial Zone*, dapat dibentuk bila adanya grouping dari beberapa *modules* yang digunakan untuk mengorganisasikan penempatan dari elemen-elemen grafis. Ketika membuat *spatial zones*, perhatikan relasi proporsional, seperti *the Gutenberg Rule* dan beban visual.

Dalam bukunya *Graphic Designer Solution* Edisi 5, (Landa, 2014) memberikan contoh *grid-grid* sebagai berikut;

- (1) *Single Column Grid*, merupakan teks yang dikelilingin oleh *margin*, dan merupakan struktur yang paling sederhana dan sering juga dikenal dengan nama *manuscript grid*.
- (2) *Multicolumn Grid*, banyaknya kolom pada *Multicolumn Grid* ini tergantung pada ukuran dan proporsi pada format kertas serta banyaknya informasi yang ditulis.

- (3) *Baseline Grid*, *Baseline* sendiri adalah garis transparan yang berfungsi untuk menentukan bagian bawah huruf. *Baseline* menjadi panduan visual dan dibuat dari atas hingga bawah *margin*.
- (4) *Modular Grid*, dibentuk atas modul, setiap unitnya dibuat dari pertemuan antara kolom dan *flowlines*. *Grid* ini lebih mudah digunakan dan fleksibel terutama dalam mendesain karya pada dimensi yang berbeda-beda.



Gambar 2. 42 *Modular Grid*
Sumber : Landa (2014)

2.2 Kampanye

Berdasarkan buku yang ditulis oleh Antar Venus, yaitu Manajemen Kampanye, (Rogers dan Storey, 2008) mendefinisikan kampanye sebagai runtutan atau serangkaian aktivitas komunikasi yang telah terorganisir. Kampanye memiliki tujuan untuk mencapai suatu *influence* atau dampak terhadap sasaran atau target dalam jangkauan waktu tertentu. Kampanye mencakup proses dari pembuatan kampanye hingga praktiknya yang terjadi di lapangan atau implementasinya.

2.2.1 Jenis-jenis Kampanye

Kampanye dikategorikan menjadi tiga jenis menurut Charles. U. Larson (1992) sebagai berikut;

- (1) *Product Oriented Campaign*. jenis kampanye ini juga dikenal dengan nama *Commercial Campaign*, dimana kampanye ini memiliki tujuan untuk memperkenalkan produk dari suatu perusahaan maupun meningkatkan penjualan untuk memperoleh keuntungan.

- (1) *Candidate Oriented Campaign*, kampanye ini juga sering dikenalan dengan *political campaign*. Kampanye ini bertujuan untuk mempengaruhi masyarakat agar memberikan dukungan untuk kandidat-kandidat partai dengan tujuan memenangkan jabatan pada suatu instansi.
- (2) *Ideologically or Cause Oriented Campaigns*, jenis kampanye ini dikenal pula dengan nama *social changes campaign*, kampanye ini memiliki tujuan untuk menjawab masalah-masalah sosial dalam masyarakat dengan mempengaruhi masyarakat untuk melakukan perubahan sikap atau perilaku. Kampanye ini bisa mencakup berbagai lini contohnya kesehatan, pendidikan, dan lingkungan.

2.2.2 Media Kampanye

Berdasarkan Cangara (2006 hal. 119). Media merupakan alat atau sarana yang digunakan oleh pesan si pembawa (komunikator) kepada penerima yaitu khalayak. Dalam pembuatan kampanye, perlu adanya media yang ditentukan sesuai dengan jangkauan (*reach*), frekuensi (*frequency*), dan kelanjutan (*continuity*) yang diinginkan. Maka dari itu, pemilihan media perlu dipertimbangkan matang-matang. Media dibagi menjadi tiga yaitu;

1) *Pre-Media*

Seperti istilahnya, *Pre*, media ini digunakan sebelum aksi kampanye utama akan dilakukan. Media ini, yang akan menjadi umpan daya tarik masyarakat.

2) *Main Media*

Media ini akan digunakan pada masa puncak dari kampanye. Media ini akan menyampaikan pesan secara langsung.

3) *Follow-up Media*

Media ini akan menjadi pengingat bagi masyarakat mengenai kampanye yang pernah dilakukan serta menjadi media pendukung dalam kampanye.

2.2.2.1 Pemilihan Media berdasarkan Karakteristiknya

Berdasarkan Wibowo (2016), pemilihan media tidak hanya berdasarkan harga dan biaya, melainkan dengan beberapa karakteristik umum sebagai berikut;

- (1) Kualitas Audiens, bagaimana audiens tersebut, seperti homogen atau *heterogeny*. Wibowo (2016), mengatakan bahwa, akan lebih mudah untuk jika penonton adalah homogen, sehingga memiliki kesamaan tertentu dan terlibat dalam jenis kegiatan yang sama.
- (2) Demografis, mencakup studi mengenai populasi, sehingga pemilihan media harus mempertimbangkan usia, jenis kelamin, pendapatan, tingkat pendidikan, pekerjaan, domisili, dan sebagainya.
- (3)Aktivitas dan Kebiasaan, jika dianalogikan, masyarakat yang memiliki tingkat pendapatan maupun pendidikan yang baik menggunakan media majalah, sedangkan masyarakat dengan tingkat pendapatan rendah cenderung menonton TV dan menghabiskan waktu menonton siaran televisi.
- (4)Keterlibatan Audiens, hal ini dapat dilihat dari apakah audiens terlibat dan tertarik melihat media, atau cenderung acuh. Salah satu contohnya ketika membaca koran, seseorang dapat memberikan tanda-tanda tertentu (*highlight*) sedangkan beberapa orang tidak. Sebagai contoh, hal ini juga dapat diamati dari sesering apa orang menonton televisi ketika malam hari dibandingkan dengan siang hari.
- (5) *Influencer* dan *Followers*, ketika membuat suatu media, banyak orang menggunakan *Influencer* sebagai *Key Opinion Leader* agar audiens terpengaruh. Karena *Influencer* dianggap memiliki pengaruh yang besar.

Pemilihan *Influencer* juga harus disesuaikan dengan topik kampanye yang akan diangkat.

(6)Gaya Hidup, media yang digunakan harus tepat guna pada target, salah satunya melalui gaya hidup mereka. Sebagai contoh, jika subjek yang ingin dibicarakan adalah minuman beralkohol, tidak semua orang memiliki kemampuan atau kebiasaan untuk membeli dan minum minuman beralkohol. Maka dari itu, gaya hidup perlu dipertimbangkan.

(7)Atribut Media, selain audiens, ada beberapa faktor-faktor sesuai dengan kebutuhan dan analisis si pembuat kampanye, faktor-faktor pendukung ini disebut dengan atribut media.

(8)Biaya, karakteristik ini adalah pertimbangan yang paling utama dalam memilih media. TV memiliki jam terbang yang lebih besar serta produksi yang lebih mahal jika dibandingkan dengan radio. Namun, bukan berarti semakin mahal media, semakin besar pula audiens yang dapat diraih. Media harus dapat mempertimbangkan secara bijak media mana yang paling efektif dalam menjangkau audiensnya.

(9)Efisiensi Biaya, biaya media terkadang dihitung dengan menggunakan CPM (*Cost per Million*) dan CPC (*Cost per Click*). Media harus mempertimbangkan efektivitasnya dan *budget* yang dimiliki dan ingin digunakan.

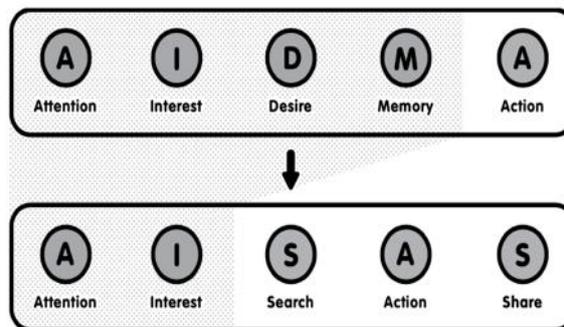
(10)Jangkauan, pertanyaan-pertanyaan yang harus dapat dijawab dalam menentukan jangkauan adalah apakah audiens memiliki akses untuk melihat media tersebut, media apa yang *familiar* bagi *audiens*.

(11)Frekuensi, berkaitan dengan seberapa sering konten yang dibuat akan dilihat oleh masyarakat. Tidak setiap saat

audiens akan melihat konten yang disajikan, maka dari itu perlu adanya pertimbangan yang matang akan hal ini.

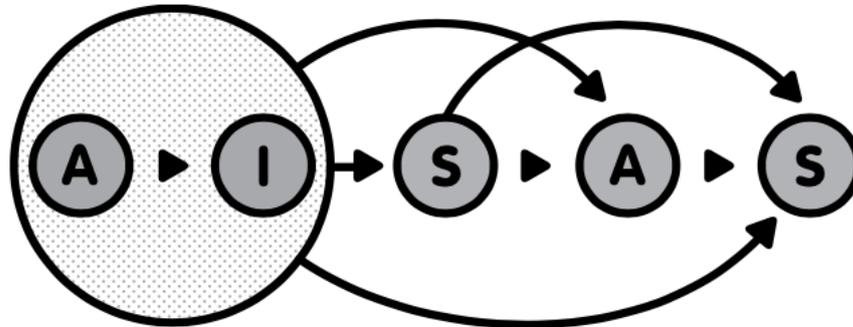
2.2.3 Metode AISAS

Berdasarkan buku *The Dentsu Way*, (Sugiyama, 2010), Metode AISAS (*Attention-Interest-Search-Action-Share*) dikembangkan dari metode sebelumnya yaitu AIDMA (*Attention-Interest-Desire-Memory-Action*) oleh Roland Hall. Metode AISAS lebih cocok digunakan pada masa sekarang dimana adanya perkembangan dari internet memudahkan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan.



Gambar 2. 43 Metode AIDA dan AISAS
Sumber: Dentsu (2010)

Metode AISAS ini berbeda dengan metode AIDA yang berlaku linear, dimana urutannya dapat setiap langkahnya dapat berputar tidak selalu berurutan maupun terjadi pengulangan. Sebagai contoh, seseorang dapat melihat suatu iklan di televisi dan tertarik untuk membeli sehingga ia langsung pergi ke toko untuk membeli produk tersebut (*Attention – Action*), maupun ketika mereka melihat suatu iklan, audiens mencari produk tersebut terlebih dahulu pada situs internet dan sosial media dengan tahapan (*Attention – Interest – Search*).



Gambar 2. 44 AISAS Model
 Sumber : Dentsu (2010)

Jika digambarkan, model AISAS dimulai dari audiens yang mulai mengetahui adanya suatu produk, servis atau iklan (*Attention*) yang kemudian muncul rasa tertarik (*Interest*) dari audiens sehingga mereka mulai mencari tahu tentang produk hal tersebut (*Search*). Pada tahap *Search*, audiens dapat mencari melalui situs internet seperti *blog*, *web pages*, maupun obrolan dari teman maupun keluarga sehingga mereka bisa memutuskan dan menilai opini-opini terkait produk, servis ataupun iklan yang ditawarkan.

Tahap selanjutnya yaitu *Action*, dimana jika pada tahap *Search* mereka memiliki ketertarikan dan mendapat respon positif maka audiens akan melakukan aksi seperti membeli, atau melakukan respon tertentu. Lalu, pada akhirnya audiens akan menjadi *transmitter* dengan memberikan respon, opini maupun komentar kepada orang-orang sekitar mereka melalui mulut ke mulut maupun komentar-komentar pada internet (*Share*).

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

2.2.4 Komunikasi Persuasif

Menurut Laswell, komunikasi dapat didefinisikan sebagai kegiatan menyampaikan pesan menggunakan media untuk memberikan efek tertentu dan dalam komunikasi terdapat lima unsur di dalamnya yaitu komunikator, komunikan, media, pesan dan efek. Mulayana (dalam Nida, 2014). Salah satu efek yang dapat diciptakan melalui komunikasi maupun kampanye adalah persuasi yang salah satunya dapat diwujudkan dalam kampanye.

Persuasi dijabarkan oleh Jumantor (dalam Nida, 2014) sebagai suatu tujuan untuk mengubah sikap maupun tingkah laku orang secara lisan maupun tulisan. Ditekankan oleh Azwar (dalam Nida, 2014) sebagai usaha untuk mengubah sikap melalui ide, pikiran, pendapat serta fakta-fakta baru melalui pesan-pesan komunikatif.

2.2.4.1 Metode Komunikasi Persuasif

(1) Metode asosiasi, metode ini menyajikan pesan dengan peristiwa yang aktual maupun peristiwa yang menarik minat dan perhatian massa atau audiens.

(2) Metode integrasi, pada metode ini, pembawa pesan memberikan rasa *relateable* sehingga terkesan merasakan suatu perasaan yang sama dengan audiens. Metode ini dapat dilakukan secara verbal maupun non-verbal.

(3) Metode *Pay-off* dan *Fear-Arousing*, metode ini memberikan harapan atau kesenangan ataupun hal yang menyeramkan sehingga memberikan rasa urgensi atau akibat yang buruk sehingga tidak menyenangkan perasaan

(4) Metode *Icing*, Kafie (dalam Nida, 2014) mengatakan bahwa kunci dari metode ini adalah *emotional appeal* sehingga audiens merasa tertarik. Metode ini memberikan kesan keindahan dan menarik dalam suatu fenomena.

2.3 Kesehatan Mulut

Kebersihan mulut perlu dijaga dengan baik karena hal tersebut berkaitan erat dengan kesehatan manusia secara keseluruhan. Berdasarkan catatan dari McGuire, T (dalam Larasati, 2012), penyakit pada gigi dapat berdampak kepada penyakit sistemik. Disebutkan secara urut yaitu, meningkatkan resiko serangan jantung 25%, meningkatkan resiko *stroke*, meningkatkan tingkat keparahan diabetes, Berat Bayi Lahir Rendah (BBLR), mengganggu pencernaan, *osteoporosis*, *stress*, dan imunitas tubuh.

Menurut Sriyono (dalam Puspitasari, 2017), kesehatan gigi sendiri dikenal juga dengan kesehatan rongga mulut (Puspitasari, 2017), dimana rongga mulut termasuk gigi geligi dan struktur jaringannya bebas dari penyakit, rasa sakit dan memiliki fungsi yang optimal sehingga menjadikan suatu individu percaya diri dengan hubungan interpersonal dalam tingkatan yang paling tinggi.

2.3.1 Penyakit Gigi Maloklusi

Berdasarkan Sudarso (dalam Nabila, 2017), penyakit Maloklusi telah mencapai 80% dari populasi jumlah penduduk Indonesia. Maloklusi merupakan proses perkembangan gigi yang menyimpang dari perkembangan yang normal. Umumnya, Maloklusi terjadi karena proses patologis namun, prosesnya terjadi keabnormalan dan dimulai pada masa kanak-kanak seperti yang dikatakan oleh Proffit et al. (dalam Nabila, 2017).

Secara definisi menurut Angle (dalam Singh, 2018) Maloklusi merupakan kelainan gigi seperti gigi bengkok, atau tersusun tidak rata. Menurut WHO, penyakit Maloklusi merupakan bagian dari *Handicapping Dento Facial Anomaly* dan merupakan kelainan struktur gigi yang menyebabkan kecacatan sehingga menghambat fungsi, yang berdampak pada fisik dan emosional. Maka dari itu, perlu adanya perawatan lebih lanjut.

Maloklusi memiliki berbagai dampak, yang dapat dilihat dari segi fungsi adalah gigi yang saling berdesakan, susunan gigi yang maju mundur, gigi yang renggang sehingga sulit untuk membersihkan mulut. Pada tingkatan yang lebih parah, Maloklusi dapat berdampak pada kesulitan dalam menggerakkan rahang. Maloklusi kerap terjadi karena adanya keturunan (*genetic*).

2.3.1.1 Klasifikasi Maloklusi

Dewey (dalam Singh, 2015) memodifikasi klasifikasi Angle (dalam Singh, 2015) yang telah mengklasifikasikan Maloklusi kedalam tiga klasifikasi besar yang umumnya dialami oleh masyarakat, berikut merupakan klasifikasi maloklusi kelas I dimana Jenis maloklusi ini yang paling sering terjadi. Berikut contohnya;

- (1) *Overbite*, kondisi gigi dimana saling bertumpangan dengan derajat yang tidak normal. Puncak Gigi atas dan bawah saling bertemu namun tidak sejajar dimana gigi atas terkadang lebih maju dibandingkan yang bawah maupun sebaliknya.



Fig. 13.12: Angle's Class I with anteriors proclined or Dewey's Class I Type 2

Gambar 2. 45 Gigi dengan kelainan *Overbite*
Sumber: *Jaypee Brothers* (2015)

- (2) *Crowding*, (Penumpukan), kondisi gigi menunjukkan adanya susunan gigi yang saling bertumpukan satu dengan yang lain.



Fig. 13.11: Angle's Class I molars with anterior crowding or Dewey's Class I Type 1

Gambar 2. 47 Gigi dengan kelainan *Crowding*
Sumber : Jaypee Brothers (2015)

- (3) *Crossbite*, kondisi gigi berikut ditandai dengan adanya posisi rahang atas dan rahang bawah yang saling menumpuk bersilang jika dalam posisi menggigit. Kondisi gigi ini biasanya dialami oleh pasien dengan gigi menumpuk.



Fig. 13.14: Dewey's Class I Type 4 malocclusion, Angle's Class I with posterior cross bite

Gambar 2. 46 Gigi dengan kelainan *Crossbite*
Sumber: Jaypee Brothers (2015)

- (4) *Diastemata*, kondisi gigi ini digambarkan sebagai susunan gigi yang berjejal atau memiliki jarak sehingga mudah untuk terselip makanan dan menjadi penyebab plak serta gigi berlubang.



Gambar 2. 48 Gigi dengan kelainan *Diastemata*
Sumber: <https://www.styleitaliano.org/tag/diastema/>

(5) *Protrusi*, kondisi gigi ini ditandai dengan terdapatnya gigi depan yang maju. terutama bagian kedua gigi depan.



Gambar 2. 49 Gigi dengan kelainan *Protrusi*
Sumber: <https://diamondbraces.com/conditions/deep-overbite/>

(6) *Open Bite*, kondisi gigi ini dapat diidentifikasi dengan terdapat ruang ketika menggigit atau saat mulut pada posisi tertutup



Gambar 2. 50 Gigi dengan kelainan *Openbite*
Sumber: <https://diamondbraces.com/conditions/open-bite/>

2.3.1.2 Penyebab Maloklusi

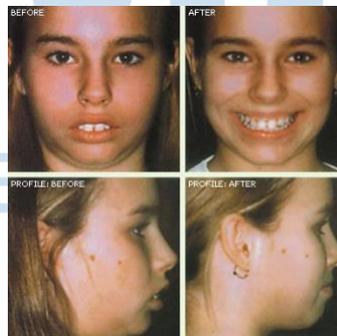
Rakosi. T (dalam Grippaudo et al., 2016) menjelaskan bahwa kelainan ini memiliki hubungan dengan kebiasaan buruk yaitu bernapas dengan mulut (*mouth breathing*). *Mouth breathing* ini dapat terjadi bila adanya kesulitan dalam pengambilan napas dari hidung sehingga proses itu dipenuhi oleh mulut. *Mouth Breathing* ini dapat terjadi karena tiga hal berikut yaitu;

- (1) *Obstructive*, penyakit-penyakit seperti alergi, infeksi kronik pada hidung, dan sebagainya bisa menjadi penyebab fungsi hidung tidak berkembang dengan baik dan membuat seseorang menggunakan mulut untuk bernapas yang akan memberikan dampak bagi susunan rahang dan gigi.
- (2) *Habitual*, kebiasaan buruk, ini sebagai salah satu contohnya adalah menghisap jempol, menggigit bibir, dan ketika masa kanak-kanak menghisap dot sehingga membuat susunan rahan dan gigi menyempit atau kelainan tertentu. Proffit et al (dalam Nabila, 2017) menjelaskan bahwa faktor kebiasaan berpengaruh terhadap adanya Maloklusi pada anak salah satunya penggunaan *pacifier* yang meningkatkan adanya prevalensi *crossbite*.
- (3) *Anatomical*, morfologi mulut yang abnormal, hal ini bisa terjadi karena faktor genetik salah satu contohnya adalah bibir atas yang kecil sehingga tidak dapat menutup sempurna.

2.3.1.3. Dampak Maloklusi

Jika dirincikan, dampak besar dari fenomena maloklusi ini adalah *Mouth Breathing*, walaupun pada dasarnya *mouth breathing* dapat terjadi karena kebiasaan dan obstruktif namun anatomi wajah juga berperan pada hal ini. Sehingga, kelainan Maloklusi ini dapat menyebabkan terjadinya hal-hal berikut ini;

1) Kelainan bentuk *skeletal* wajah



Gambar 2. 51 Adenoid Face before and after

Sumber: <https://www.wilshiredentist.com/services/children/childrens-orthodontics/>

Kebiasaan buruk yaitu bernafas dari mulut yang merupakan pemicu dari adanya Maloklusi bisa mengganggu pertumbuhan wajah , contohnya : *Adenoid Face* seperti gambar diatas.

2) Kesulitan dalam menggigit makanan

Salah satunya adalah kelainan *openbite*. Kelainan ini akan membuat seseorang mengalami kesulitan untuk menggigit maupun mengunyah makanan karena gigi atas dan bawah tidak saling bersentuhan.

3) Kesulitan dalam lingual

Maloklusi menjadi penghambat seseorang untuk melakukan pengucapan huruf S dan T, orang yang mengalami maloklusi cenderung mengucapkan huruf S dan T yang berdesis.

4) Penyakit Karies (Gigi berlubang) maupun *Gingivitis* (Peradangan Gusi)

Gingivitis didefinisikan sebagai reaksi inflamasi atau peradangan yang disebabkan oleh akumulasi plak. Gejala ini ditandai dengan adanya perubahan warna, bentuk, konsistensi, tekstur serta pendarahan gusi. Plak menyebabkan adanya penyakit *karies* dan *gingivitis* karena kurang pemeliharaan kebersihan dari gigi serta mulut. Pudyani (dalam Riyanti et al., 2018) menjelaskan bahwa salah satu kelainan Maloklusi yaitu gigi yang berjejal akan berpengaruh pada buruknya kebersihan oral. Penyakit mulut dan gigi perlu diatasi karena akan mengakibatkan penyakit lokal dan sistemik menurut Retroningrum (dalam Lei et al., 2019)

5) *Tongue Thrusting*

Hal ini dapat disebabkan oleh kebiasaan buruk yang menjadi pemicu terjadinya Maloklusi contohnya *openbite*, dimana kebiasaan lidah mendorong gigi bagian bawah.



Gambar 2. 52 Contoh *Tounge Thrusting*
Sumber: <https://iosmmw.com/tongue-thrust/>

2.3.1 Perawatan Ortodonti

Ortodonti merupakan istilah dari Bahasa Yunani yaitu Ortodonsia. Ortodonsia berasal dari kata *Orthos* yang berarti baik atau betul dan *Dons* yang berarti gigi. Secara Etimologis Ortodonti dapat diartikan sebagai ilmu pengetahuan yang memiliki tujuan untuk memperbaiki atau membetulkan posisi gigi yang tidak teratur maupun rata. Tak hanya untuk merapikan gigi,

behel juga memiliki kegunaan untuk memperbaiki posisi gigi yang tidak teratur, dan berpengaruh pada fungsi kunyah, penampilan dan bentuk wajah, serta masalah lingual atau kebahasaan contohnya dalam pengucapan.



Gambar 2. 53 Gigi dengan behel
Sumber : <https://www.toothsignature.com/fungsi-dan-tujuan-perawatan-ortodonti/>

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.3.2.1 Fungsi Perawatan Ortodonti

Menurut yang dikatakan oleh Colobourne et al dan Proffit, WR, et al, 2013 (dalam Singh, 2018), rencana perawatan Ortodonti bergantung pada dua aspek yaitu;

- (1) Oklusi (gigitan), Fungsi ini adalah fungsi yang paling utama. Fungsi ini dilakukan untuk menciptakan oklusi yang stabil dan fungsional sesuai dengan normalnya.
- (2) Estetika, Fungsi ini adalah prioritas kedua untuk mengoptimalkan keselarasan atau harmoni estetika wajah maupun dental.

2.3.3. Kebiasaan Buruk Oral

Menurut Rahardjo (dalam Nabila, 2017) definisi dari kebiasaan buruk oral adalah suatu hal yang dilakukan secara berulang selama kurang lebih 6 jam dalam sehari, intensitas ini akan berpengaruh pada terjadinya Maloklusi. Kebiasaan ini banyak ditemukan pada anak usia 6 tahun dan berlanjut jika tidak ada pencegahan dari orang tua. Perhatian dan pengetahuan orang tua menjadi peran penting dalam mencegah terjadinya Maloklusi.

1. Pengetahuan Orang Tua

Clark (dalam Nabila, 2017) menjelaskan bahwa orangtua serta keluarga memiliki peranan penting dalam tumbuh kembang anak yang berpengaruh pula pada pendidikan anak. Berdasarkan Shah (dalam Nabila, 2017) minimnya pengetahuan oral orang tua menjadi pertimbangan karena memiliki dampak pada terjadinya anomali dentofasial pada anak. Dikatakan oleh Eriska (dalam Sariningrum, 2009) bahwa orang tua yang memiliki tingkat pengetahuan yang rendah tentang oral menjadi faktor kecenderungan yang menyebabkan terjadinya perilaku atau kebiasaan buruk yang tidak mendukung kebersihan dan kesehatan gigi juga mulut.

2. **Anak Usia Tumbuh Kembang**

Berdasarkan undang-undang nomor 20 tahun 2003 tentang sistem Pendidikan Indonesia, anak usia dini didefinisikan sebagai anak dari usia 0 hingga 6 tahun. Supartini (dalam Mardiana, 2017) membagi usia tumbuh kembang dibagi menjadi lima yaitu prenatal, bayi, kanak-kanak awal, kanak-kanak pertengahan dan kanak-kanak akhir. Usia juga berpengaruh pada tumbuh kembang gigi manusia.

3. **Tumbuh Kembang Gigi**

Perlu diketahui bahwa perkembangan gigi tidak sama pada setiap individu. Proses erupsi gigi umumnya memang memiliki urutan sesuai dengan usia tumbuh kembang.

Singh (2018) mengatakan bahwa prevalensi gigi berjejal sering ditemukan justru pada anak yang periode tumbuh kembang yaitu 8-9 tahun karena pada periode ini gigitan masih bersifat sementara dan belum permanen yang disebabkan oleh gigi yang masih bercampur dengan gigi susu yang akan tanggal. Singh juga menekankan bahwa fase ini baik untuk dilakukan diagnose Maloklusi agar dapat dilakukan perawatan interseptif, sebelum terjadinya erupsi gigi permanen.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA