

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Desain

Menurut Landa (2014), desain grafis adalah sebuah bentuk komunikasi visual yang berfungsi untuk menyampaikan suatu pesan atau informasi kepada sebuah audiens. Desain grafis adalah sebuah representasi visual sebuah ide dengan mengandalkan penciptaan, pemilihan, dan penataan elemen visual. Desain grafis juga dapat menjadi sebuah solusi yang efektif hingga dapat mempengaruhi perilaku.

2.1.1 Elemen Dasar dalam Desain

Elemen-elemen desain grafis adalah kosa kata seorang desainer grafis dalam menyuarakan dan, terutama, memberi makna pada komunikasi visual apapun (Poulin, 2018). Landa (2014) juga mengatakan bahwa elemen-elemen desain grafis adalah alat-alat untuk membentuk sebuah visual.

2.1.1.1 Garis

Sebuah titik yang diperpanjang disebut sebagai garis. Garis adalah sebuah tanda yang dibuat dengan digambar menggunakan alat visualisasi. Alat visualisasi ini dapat berupa sebuah pensil, *brush* lancip, *software* menggambar, *stylus*, atau alat apapun yang dapat membuat sebuah tanda (Landa, 2014). Garis terdiri dari beberapa kategori:

- 1) *Solid Line*: tanda yang digambar melintasi sebuah permukaan.
- 2) *Implied Line*: garis putus-putus yang orang mempersepsikan sebagai garis bersambung.
- 3) *Edges*: titik temu antara bentuk dan corak.
- 4) *Line of Vision*: pergerakan mata ketika memindai; disebut juga sebagai *line of movement*.



Gambar 2.1 Elemen Garis

Sumber:

<https://cdn.dribbble.com/users/143690/screenshots/3276479/media/a25660e9f9aeeda0dac61ba376ddfe3.png?compress=1&resize=800x600&vertical=top> (2022)

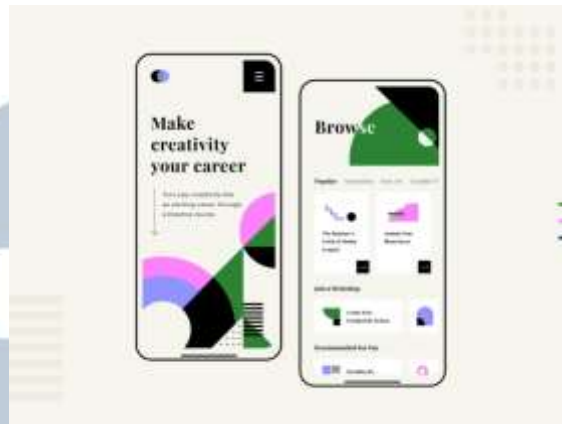
Menurut Poulin (2018), garis mengkomunikasikan pembagian, penataan, aksentuasi, rangkaian, dan hierarki. Fungsi-fungsi ini dapat merubah nada dan pesan dalam proses pembuatan garis. Garis lurus dapat menyampaikan kesan mekanik dan dingin, garis lengkung berkesan natural dan mudah didekati, garis tipis berkesan lembut, garis tebal mengkomunikasikan tenaga dan kekuatan. Maka dari itu, garis memiliki fungsi dasar untuk mendefinisikan bentuk, gambar, huruf, dan pola; menciptakan area dalam sebuah komposisi, menata visual komposisi, garis pandang, dan ekspresi (Landa, 2014, hlm. 20).

2.1.1.2 Bentuk

Bentuk adalah sebuah garis secara keseluruhan dari sesuatu (Landa, 2014, hlm. 20). Bentuk pada dasarnya rata, dengan arti bahwa bentuk bersifat dua dimensi dan dapat diukur tinggi dan lebarnya. Segala bentuk berasal dari 3 bentuk dasar: persegi, segitiga, dan lingkaran. Masing-masing bentuk dasar tersebut memiliki bentuk volumetris yang sesuai: kubus, piramida, dan bola (Landa, 2014, hlm. 21). Bentuk-bentuk ini dapat dikembangkan menjadi beberapa jenis:

1) Bentuk Geometris

Bentuk yang diciptakan menggunakan garis tepi lurus, sudut yang dapat diukur, dan lengkungan yang presisi; bentuk geometris disebut juga sebagai kaku (Landa, 2014, hlm. 21).

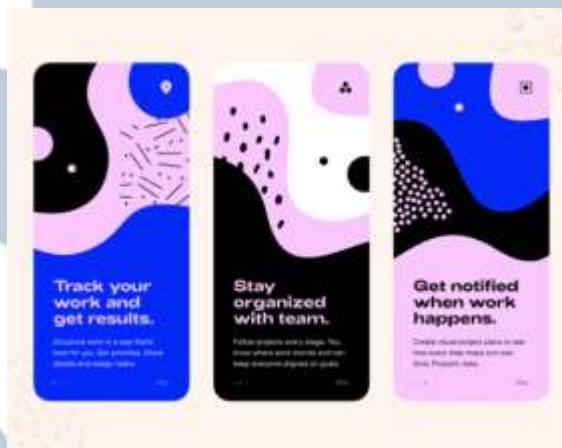


Gambar 2.2 Bentuk Geometris

Sumber:

https://cdn.dribbble.com/users/3923853/screenshots/10097887/desktop_-_1__3__4x.jpg?compress=1&resize=1200x900 (2022)

2) Bentuk Organik



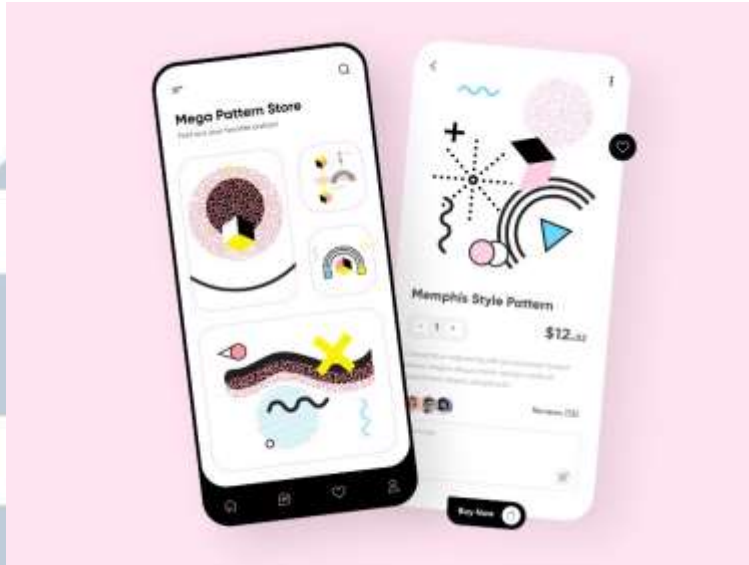
Gambar 2.3 Bentuk Organik

Sumber: <https://cubicleninjas.com/wp-content/uploads/2019/11/NA-2020-Branding-Organic-1.png> (2019)

Terbentuk dari lengkungan yang memberikan kesan natural, bentuk ini dapat digambar dengan presisi atau dengan bebas. Bentuk ini disebut juga sebagai bentuk *curvilinear* (Landa, 2014, hlm. 21).

3) Bentuk Non-objektif

Bentuk yang murni diciptakan dan bukan merupakan bentuk turunan dari visual apapun; tidak berhubungan dengan objek di alam, tidak merepresentasi orang, tempat, atau benda (Landa, 2014, hlm. 21).



Gambar 2.4 Bentuk Non-Objektif

Sumber:

<https://cdn.dribbble.com/users/1615584/screenshots/14775513/media/9c571ee0e7067632fb579b26b5cf1bf4.jpg> (2022)

4) Bentuk Abstrak

Sebuah perubahan sederhana maupun kompleks terhadap representasi penampilan natural, digunakan untuk keperluan komunikasi dan/atau perbedaan gaya (Landa, 2014, hlm. 21).



Gambar 2.5 Bentuk Abstrak

Sumber:

<https://cdn.dribbble.com/users/2994777/screenshots/13911959/media/77fb29c1b42b69916697cbb9b46c3050.png> (2022)

5) Bentuk Representasional



Gambar 2.6 Bentuk Representasional
Sumber:

<https://cdn.dribbble.com/users/4285680/screenshots/9831787/media/c38fcc6c5297f1b6dfc96f095047c4b9.jpg> (2022)

Bentuk yang dapat dikenali dan mengingatkan penonton akan objek-objek nyata yang ada di alam; disebut juga sebagai bentuk figuratif (Landa, 2014, hlm. 21).

2.1.1.3 Warna

Warna adalah elemen desain yang sangat kuat dan sangat provokatif. Warna yang kita lihat pada permukaan objek-objek di lingkungan dipersepsikan sebagai cahaya atau warna yang dipantulkan. Ketika cahaya mengenai suatu benda, beberapa dari cahaya tersebut terabsorpsi dan cahaya yang tidak terabsorpsi dipantulkan. Warna yang kita lihat adalah cahaya yang dipantulkan tersebut (Landa, 2014, hlm. 23).

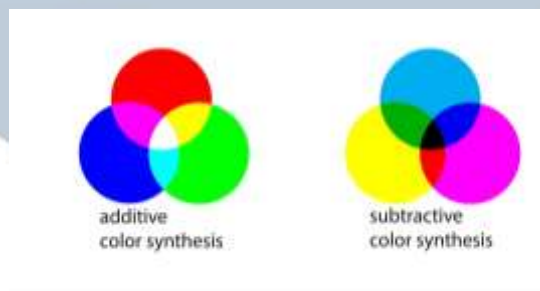


Gambar 2.7 Hue, Saturation, Value

Sumber: https://30daysweater.com/wp-content/uploads/2014/06/30_Day_Sweater_Hue_Value_Saturation.png (2019)

Warna dibagi menjadi tiga kategori: *hue*, *value*, dan *saturation*. *Hue* adalah nama sebuah warna, yaitu merah atau hijau, biru atau oranye. *Value* mengacu pada tingkat terangnya cahaya—terang atau gelapnya suatu warna—seperti biru terang atau merah gelap. *Shade*, *tone*, and *tint* adalah aspek berbeda dari *value*. *Saturation* adalah kecerahan atau kusamnya suatu warna, seperti merah terang atau merah kusam, biru terang atau biru kusam. *Hue* dapat dipersepsikan sebagai hangat atau dingin dalam hal temperatur.

Temperatur ini mengacu pada bagaimana warna dapat terlihat panas atau dingin. Temperatur warna tidak dapat dirasakan melainkan dipersepsikan. Warna-warna hangat adalah merah, oranye, kuning, dan warna-warna dingin adalah warna biru, hijau, dan ungu (Landa, 2014,hlm. 23).



Gambar 2.8 Warna Aditif dan Subtraktif

Sumber:

<https://i.pinimg.com/originals/11/0b/d4/110bd4db8b7d61c2838b2bd3afce9425.jpg> (2017)

Warna-warna primer, ketika bekerja dengan cahaya pada media berbasis layar, adalah *red*, *green*, *blue* (RGB). Warna primer ini disebut juga sebagai primer aditif karena ketika digabungkan masing-masing dengan jumlah yang rata, merah, hijau, dan biru akan menciptakan cahaya putih (Landa, 2014,hlm. 23).

Sementara pada cat, atau pigmen seperti cat air, cat minyak, atau pensil warna, warna primer subtraktif adalah merah, kuning, dan biru. Warna-warna itu disebut warna primer karena tidak dapat dibuat dari pencampuran warna-warna lain, namun warna lain dapat dibuat dari pencampuran warna-warna primer (Landa, 2014,hlm. 24).

Pada percetakan, warna primer subtraktif adalah *cyan*, *magenta*, *yellow*, dan *black*, atau CMYK. Proses pencetakan dengan empat warna tersebut disebut *four-color process* yang biasanya digunakan untuk menghasilkan foto *full-color*, karya seni, atau ilustrasi. Warna tersebut dipersepsikan dari pola-pola titik warna *cyan*, *magenta*, *yellow*, dan/atau *black* (Landa, 2014, hlm. 24).

2.1.2 Prinsip Desain

2.1.2.1 Format

Format adalah garis perbatasan yang telah ditentukan dan juga area bagian dalam yang dikelilingi; merupakan parameter sebuah desain. Format juga mengacu pada bidang suatu proyek desain. Format juga merupakan istilah yang digunakan desainer untuk mendeskripsikan jenis proyek, seperti poster, sampul CD, *mobile ad*, dan lain-lain.

Bentuk-bentuk format ini adalah seperti sampul CD yang berbentuk persegi. Majalah terdapat 2 bentuk yaitu *single page* berbentuk persegi panjang, dan *two-page* yang memiliki rasio persegi panjang yang berbeda. Brosur juga memiliki bentuk dan ukuran berbeda, dan cara membukanya pun juga dapat berbeda. Layar ponsel dan komputer juga memiliki ukuran yang berbeda. Tablet pun memiliki rasio persegi panjang yang spesifik dengan rasio tinggi lebar tampilan layar (Landa, 2014, hlm. 29).



Gambar 2.9 *Design Format*

Sumber: <https://mir-s3-cdn->

[cf.behance.net/project_modules/fs/98038b55327419.59803ca04bf52.jpg](https://mir-s3-cdn-cf.behance.net/project_modules/fs/98038b55327419.59803ca04bf52.jpg) (2017)

2.1.2.2 Keseimbangan

Keseimbangan adalah stabilitas yang diciptakan dari pendistribusian bobot yang rata pada kedua sisi dari sebuah poros tengah dan pendistribusian bobot yang rata di antara semua elemen suatu komposisi. Harmoni terjadi ketika suatu desain memiliki keseimbangan. Komposisi yang seimbang mempengaruhi stabilitas dalam berkomunikasi.



Gambar 2.10 Desain Simetris

Sumber:

<https://cdn.dribbble.com/users/617630/screenshots/15260987/media/82d467be204273ff483bbb2b65be7d6d.jpg> (2022)

Dalam desain dua dimensi, bobot ini bukan berarti beban fisik akibat gravitasi, namun merupakan bobot visual. Bobot visual ini mengacu pada jumlah relatif suatu atraksi visual, kepentingan, atau aksentuasi sebuah elemen dalam suatu komposisi. Bobot visual dibagi menjadi dua jenis: simetri dan asimetri.



Gambar 2.11 Desain Asimetris

Sumber:

<https://cdn.dribbble.com/users/449501/screenshots/12284779/media/782a776e896a4ee6f6bef0c7d5ad2509.jpg> (2022)

Simetri adalah pendistribusian rata suatu bobot visual. Simetri ini dapat mengkomunikasikan harmoni dan stabilitas. Asimetri adalah pendistribusian rata suatu bobot visual dengan cara menyeimbangkan suatu elemen dengan bobot elemen yang berlawanan tanpa mencerminkan elemen-elemen di sisi lain sebuah poros tengah.



Gambar 2.12 *Balance*

Sumber:

https://cdn.dribbble.com/users/1818193/screenshots/7009211/reading_1x_zuairia.jpg
(2022)

2.1.2.3 Hierarki Visual

Tujuan utama desain grafis adalah untuk menyampaikan informasi, dan hierarki visual adalah prinsip utama dalam mengatur informasi. Desainer menggunakan hierarki visual untuk menuntun pembaca dengan penataan semua elemen grafis berdasarkan aksentuasi. *Emphasis* atau aksentuasi adalah penataan elemen visual berdasarkan tingkat kepentingannya. Intinya adalah untuk menentukan elemen visual mana yang harus dibaca urutan pertama, kedua, ketiga, dan seterusnya (Landa, 2014, hlm. 33).

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.13 *Visual Hierarchy*

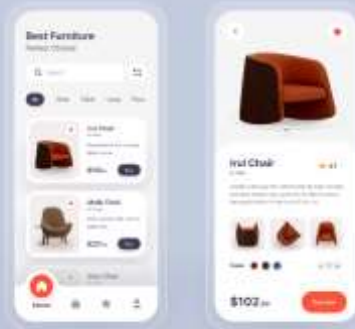
Sumber:

<https://cdn.dribbble.com/users/110372/screenshots/11226061/media/8f7da08221e9f2a1db8bf3f96fe29bff.png> (2022)

Emphasis dapat dicapai dengan berbagai cara seperti: *isolation*, dengan mengasingkan suatu elemen akan menjadikan elemen tersebut fokus atensi; *placement* atau penempatan, menempatkan suatu elemen di suatu posisi spesifik dalam sebuah komposisi, sebagai contoh bagian atas kiri atau bagian tengah suatu halaman merupakan tempat mayoritas pembaca melihat; melalui besar kecil objek, kontras warna, arah, dan lain-lain (Landa, 2014, hlm. 34-35).

2.1.2.4 Ritme

Sebuah repetisi yang kuat dan konsisten, pola yang terbentuk dari elemen desain dapat memunculkan ritme. Ritme adalah rangkaian elemen visual dengan interval pada format *multiple-page*, seperti desain buku, desain web, dan desain majalah. Banyak faktor yang dapat berkontribusi dalam penciptaan ritme; warna, tekstur, figur, *emphasis*, dan juga keseimbangan.



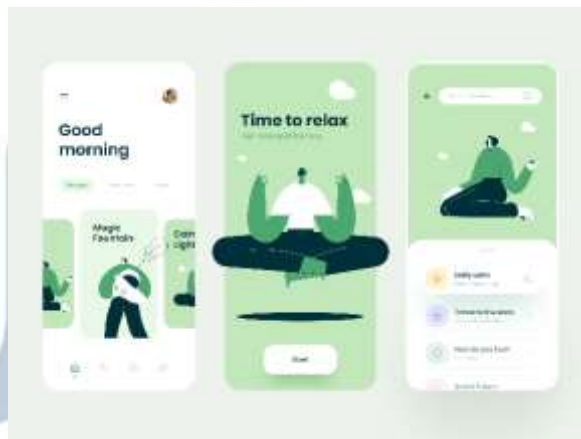
Gambar 2.14 Repetisi

Sumber:

<https://cdn.dribbble.com/users/2814348/screenshots/14904622/media/3a92e6606da42e6cd8f3f653b20d432a.png> (2022)

Repetisi terjadi ketika satu atau beberapa elemen visual diulang beberapa kali dengan konsisten. Variasi terjadi akibat suatu jeda atau modifikasi pada pola atau dengan mengubah suatu elemen dari segi warna, bentuk, ukuran, jarak, posisi, atau bobot visualnya. Variasi ini dapat menciptakan ketertarikan visual pada pembaca dan menambahkan elemen kejutan.

2.1.2.5 Kesatuan



Gambar 2.15 Unity

Sumber:

<https://cdn.dribbble.com/users/3505049/screenshots/11751491/media/c35aa0f19d79c8c82762326346b2bc3a.png> (2022)

Menurut Landa (2014, hlm. 36), pembaca lebih mudah memahami dan mengingat komposisi desain yang kompak atau bersatu. Pikiran manusia berusaha untuk menciptakan ketertiban, koneksi, dan mencari keutuhan dengan mengelompokkan unit-unit visual berdasarkan lokasi,

orientasi, kemiripan, bentuk, dan warna. Prinsip dasar adalah Hukum Pragnanz, yang berarti kita berusaha untuk menata pengalaman kita sebagai suatu keutuhan secara koheren dan sederhana.

2.1.3 Ilustrasi

Menurut Landa (2014, hlm. 121), ilustrasi adalah gambar unik hasil buatan tangan yang melengkapi teks print, digital, atau lisan, yang mengklarifikasi, meningkatkan, menerangkan, dan mendemonstrasikan pesan teks tersebut. Ilustrator profesional bekerja dengan media yang bervariasi dan sering menggunakan gaya yang unik dan dapat diidentifikasi. Secara tradisional, ilustrasi dipandang sebagai interpretasi visual seorang seniman (desainer) terhadap realita subjektif (Poulin, 2018).

2.1.3.1 Peran Ilustrasi

Male (2007) dalam bukunya mengatakan bahwa ilustrasi memiliki peran dibagi menjadi beberapa jenis berdasarkan konteks visual yang ingin disampaikan kepada audiens.

1) Documentation, Reference and Instruction

Secara umum, ilustrasi adalah media pembelajaran yang bagus. Informasi dapat dicerna lebih mudah ketika disampaikan secara visual. Ilustrasi informasi dapat menjelaskan hal-hal praktikal mengenai konstruksi atau pertunjukkan fisik, contohnya seperti struktur arsitektur, cara memainkan alat musik, olahraga, atau permainan. Ilustrasi juga dapat memberikan bimbingan, pemikiran, dan penjelasan terhadap proses yang sederhana maupun yang rumit.

Maka dari itu, ilustrasi adalah salah satunya metode komunikasi visual yang dapat menjelaskan atau menguraikan informasi.

Kemampuan dari ilustrasi yang dapat membangkitkan kembali masa lalu akan selalu digunakan untuk merekonstruksi visualisasi sejarah manusia. Dengan ilustrasi, kejadian bersejarah ini dapat direka ulang dengan lebih detail dibandingkan bukti foto dari zaman itu.

2) *Commentary*

Fungsi utama dari ilustrasi editorial adalah penguraian visual dari jurnalisme yang tercangkup dalam koran-koran dan majalah-majalah. Sebelumnya, ilustrasi dalam majalah wanita digunakan untuk “kisah cinta” dan terkadang digunakan untuk satir atau candaan politik dalam bentuk kartun. Namun di zaman sekarang, ilustrasi sering bersifat provokatif dan mengadu domba opini para pembaca. Akan tetapi, ilustrasi editorial tidak harus selalu melibatkan intelek dan bisa menyampaikan pendapat dengan lebih lembut.

3) *Storytelling*

Representasi visual bisa dikatakan tidak terlepas dari penyampaian narasi baik secara historis maupun secara kontemporer. Berdasarkan sejarah, ilustrasi telah memegang peran penting dalam menyampaikan eksposisi visual yang penting mengenai banyak mitos, legenda, anekdot, maupun kejadian fiktif yang dituliskan berbagai penulis.

Zaman sekarang, ilustrasi narasi fiksi sering ditemukan dalam buku cerita anak, novel grafis, komik, dan publikasi yang mengandung mitologi, dongeng, dan fantasi. Walaupun jarang muncul dalam fiksi dewasa, terkadang beberapa penerbit menggunakan ilustrasi yang sesuai untuk sampul buku.

4) *Persuasion*

Berbeda dengan peran yang lain, dalam dunia periklanan ilustrasi sudah ditentukan dan diarahkan. Namun dengan demikian memberikan imbalan kepada sang ilustrator terlebih jika klien memiliki status yang tinggi. Akan tetapi, aspek negatif dari peran ini adalah sempitnya kebebasan untuk kreativitas. Pada umumnya, konsep untuk sebuah kampanye sudah ditentukan oleh *art director* agensi dan *copywriters*.

Ilustrasi dalam sebuah kampanye digunakan untuk membantu menanamkan kesadaran terhadap merek ke dalam benak masyarakat.

Selain itu terdapat banyak contoh di mana ilustrasi berkontribusi dalam perubahan budaya secara masif. Selain untuk menjual dan mempromosikan produk, ide, jasa, atau layanan atas permintaan klien, ilustrasi dalam industry periklanan juga digunakan untuk tujuan politik.

5) *Identity*

Ilustrasi memiliki peran dalam menciptakan hal-hal yang berhubungan dengan aspek merek dan rekognisi perusahaan. Dalam hal ini, ilustrasi digunakan untuk berbagai macam media, dengan kemasan dan identitas korporat sebagai aspek utamanya. Salah satu karyanya adalah logo yang menjadi representasi visual dari identitas atau karakter utama suatu perusahaan atau organisasi. Selain logo, terdapat kemasan yang dapat memberikan citra ideal suatu produk tanpa menyampaikan kebohongan dan membuat produk tampak menarik sesuai dengan target konsumen. Kemasan juga digunakan untuk memberikan identitas pada buku dan sampul CD musik.

2.1.3.2 Teknik Ilustrasi Modern

Elliott (2021) mengatakan bahwa teknik ilustrasi dikategorikan menjadi dua, yaitu ilustrasi tradisional, dan ilustrasi modern. Ilustrasi modern di zaman sekarang pada umumnya melibatkan bantuan computer, printer presisi warna, dan bahkan program animasi digital.

1) *Freehand Digital Illustration*



Gambar 2.16 Landscape Digital Illustration by Anton Fadeev

Sumber:

https://64.media.tumblr.com/1f7b54adaa2e3aede7841cfc8fb6ad84/tumblr_o_ybrfhp8ZJ1t9x55so2_1280.jpg (2017)

Ilustrasi ini dapat dilakukan dengan menggunakan program seperti Adobe Illustrator, Procreate, Corel Draw, Affinity, dengan banyak alat digital seperti beragam kuas dan pensil. Metode yang pada umumnya dilakukan adalah menggunakan tablet dengan stylus. Dengan beragam variasi preset kuas dan plugin yang dapat diunduh, memungkinkan ilustrator digital untuk bereksperimen dengan berbagai jenis kuas bertekstur yang dapat memberikan efek yang berbeda-beda.

2) *Vector Graphics Illustration*



Gambar 2.17 *Lowpoly Vector Illustration*

Sumber: https://cdn.pixabay.com/photo/2018/04/09/19/55/low-poly-3305284_1280.jpg (2018)

Salah satu media paling populer di antara desainer grafis kontemporer, dan dilakukan dengan menggunakan program seperti Adobe Illustrator. Karya seni vektor dapat di *zoom* jauh maupun dekat tanpa adanya *pixelation* atau menurunnya resolusi gambar. Maka dari itu, populer digunakan untuk mendesain logo dan aset-aset yang akan ditampilkan pada layar seluler atau pada papan iklan.

2.1.4 Maskot

Menurut Ardhi (2013) dalam mempromosikan brand dapat digunakan sebuah karakter tokoh yang disebut sebagai maskot. Menurut Hoolwerff (2014) selama bertahun-tahun sudah banyak organisasi yang menggunakan

maskot sebagai representasi visual brand mereka. Tujuan sebuah maskot sebagai representasi visual sebuah brand adalah untuk memperkuat identitas brand-nya dan melalui visual ini dapat menciptakan kekhasan suatu brand.

2.1.4.1 Prinsip Visual Desain Karakter

Menurut Sloan (2015) penampilan visual suatu karakter dapat bervariasi, namun dalam mendesain karakter semua terdapat beberapa poin penentuan visual yang harus jelas. Berikut adalah beberapa prinsip visual yang dapat digunakan dalam mendesain karakter:

- 1) Garis dan Bentuk
 - a) Ketebalan garis, dapat memiliki efek terhadap kesan yang dimiliki. Sebuah garis yang memiliki ketebalan konsisten memberikan kesan presisi, kejelasan, kejujuran, dan keseriusan. Sementara garis yang tidak konsisten ketebalannya memberikan kesan kemenduaan, *playfulness*.
 - b) Orientasi garis, dapat mempengaruhi persepsi penampilan karakter. Garis horizontal memberikan kesan ketenangan dan kemantapan. Sementara garis vertikal menyampaikan pesan tentang tinggi, keseimbangan, dan kepentingan. Garis diagonal menyimbolkan dinamisme, gerakan, dan ketidakstabilan.
 - c) Posisi garis, dapat mengelilingi dan meng-*highlight* bentuk. Garis ini dapat berfungsi untuk mengarahkan mata pembaca.
 - d) Jenis garis, garis lurus dapat memberikan kesan kekuatan dan konsistensi, garis berliku memberikan kesan dinamisme, energi, dan alam.
 - e) Bentuk lingkaran, dapat memberikan kesan *playfulness*, sifat kekanakan, energi, dan kepolosan. Bisa juga memberikan kesan *positivity*, keanggunan, kesatuan, keseimbangan, dan alam.

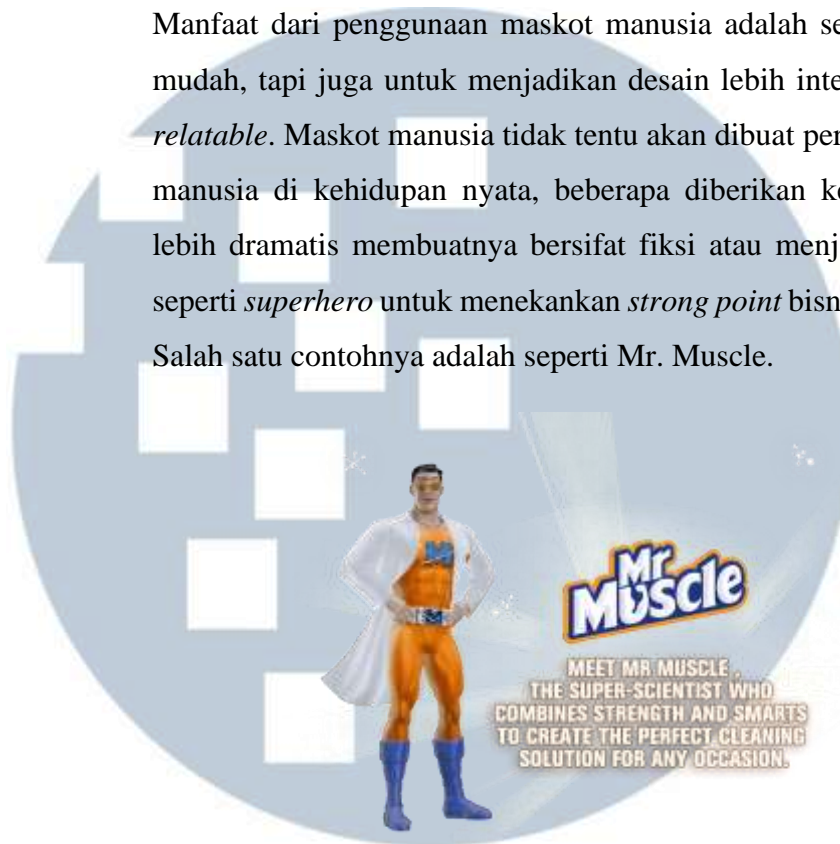
- f) Bentuk segitiga, dapat memberikan konotasi energi dan temperamen. Energi dalam arti dinamisme, gerakan, dan kecepatan. Temperamen dalam maksud sifat agresi dan *passion*.
 - g) Bentuk kotak, memberikan konotasi kekuatan dan stabilitas, serta rasa aman, rasionalitas, dan kesucian.
- 2) *Silhouette*, dalam mendesain karakter menentukan kekhasan suatu karakter. Apabila suatu karakter mudah diidentifikasi dan dibedakan dari karakter lain, maka dapat dikatakan sukses dalam membuat *silhouette* yang khas. *Silhouette* juga digunakan untuk menentukan tingkat kepentingan peran suatu karakter dibandingkan dengan karakter lainnya. *Silhouette* karakter juga dilihat fungsionalitasnya, dapat dijadikan metafora yang mendukung kepribadiannya, dan juga bersifat dinamis karena dapat berubah sesuai dengan jalannya cerita karakter.
 - 3) Warna, komposisi warna dan hubungan antara satu warna dengan yang lain dapat memberikan makna terhadap sifat atau deskripsi karakter.
 - 4) Gaya Visual, gaya visual harus ditentukan dengan tepat agar dapat mengkomunikasikan kepribadian dan watak karakter dengan efektif dan memberikan dampak yang paling kuat terhadap audiens terkait nilai estetika dan daya tarik naratif. Misal, karakter yang bersifat kartun dapat meraih audiens yang lebih luas.

2.1.4.2 Jenis Maskot

Menurut Kimp (2022), maskot adalah versi manusia dari banyak makhluk atau hal yang berbeda. Rata-rata *brand* memiliki karakter manusia fiksi, hewan, atau objek-objek yang berhubungan dengan jasa atau produk yang mereka tawarkan. Berikut adalah beberapa jenis maskot yang digunakan *brand*:

1) *Human Characters*

Manfaat dari penggunaan maskot manusia adalah selain lebih mudah, tapi juga untuk menjadikan desain lebih interaktif dan *relatable*. Maskot manusia tidak tentu akan dibuat persis seperti manusia di kehidupan nyata, beberapa diberikan kesan yang lebih dramatis membuatnya bersifat fiksi atau menjadikannya seperti *superhero* untuk menekankan *strong point* bisnis mereka. Salah satu contohnya adalah seperti Mr. Muscle.



Gambar 2.18 Contoh Maskot Manusia

Sumber: https://www.seekpng.com/png/detail/153-1533539_mr-muscle.png
(2023)

2) *Humanized Animals*

Sementara jenis maskot seperti ini pada umumnya digunakan *brand* yang memiliki target konsumen keluarga, atau bahkan anak-anak. Maskot-maskot hewan ini mudah untuk dianimasi dan dapat digunakan untuk material iklan dan video *marketing* mereka. Salah satu contoh maskot hewan adalah Chester Cheetah maskot milik Cheetos.

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 2.19 Contoh Maskot Hewan

Sumber:

https://upload.wikimedia.org/wikipedia/id/b/b7/Gambar_Chester_Cheetah.png
(2023)

3) *Humanized Products*

Jenis maskot produk yang dipersonifikasi adalah salah satu cara paling mudah untuk menyampaikan pesan *branding* secara terang dengan mempersonifikasi produk yang ditawarkan. Selain produk, tapi juga benda-benda lainnya seperti tanaman, bungkus makanan, pena, dll. Salah satu contohnya adalah maskot M&M yang mempersonifikasi produk mereka yaitu permen-permen M&M.



Gambar 2.20 Contoh Maskot Produk

Sumber: <https://static-prod.adweek.com/wp-content/uploads/2022/01/mm-characters-2022.jpg> (2022)

2.1.5 **Tipografi**

Tipografi adalah mendesain menggunakan *type*. *Type* adalah istilah yang digunakan untuk bentuk huruf, alfabet, angka, dan tanda baca, ketika

digunakan secara bersamaan menciptakan kata-kata, kalimat, dan naratif. *Typeface* mengacu pada desain semua karakter di atas yang disatukan oleh elemen dan karakteristik visual yang sama (Poulin, 2018).

2.1.5.1 Klasifikasi *Type*

Menurut Landa (2014, hlm. 47), *type* diklasifikasikan menjadi beberapa jenis:

1) *Old style / Humanist*



Gambar 2.21 *Old Style*
Sumber: Landa (2014)

Typeface Roman, diperkenalkan di abad ke - 15, dituliskan dengan pena berujung lebar, memiliki ciri-ciri huruf yang bersiku, bentuk serif yang berekor, dan tegas. Contoh: Caslon, Garamond, Hoefler Text, Times New Roman.

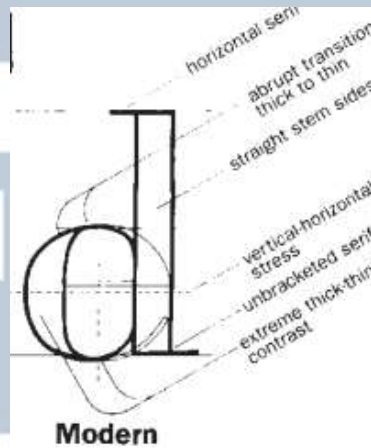
2) *Transitional*



Gambar 2.22 *Transitional Typeface*
Sumber: Landa (2014)

Typeface serif, bermula pada abad ke - 18, merepresentasikan transisi dari gaya lama ke gaya modern, menunjukkan karakteristik desain kedua gaya. Contoh: Baskerville, Century, ITC Zapf International.

3) *Modern*



Gambar 2.23 *Modern Typeface*
Sumber: Landa (2014)

Typeface serif, dibentuk pada akhir abad ke - 18 dan awal abad ke - 19, bentuknya lebih geometris berbeda dengan gaya huruf lama yang berbentuk dibuat dengan pena bermata pahat. Memiliki karakteristik kontras goresan tebal-tipis dengan penekanan vertikal, paling simetris dibanding dengan *typeface* roman lainnya. Contoh: Didot, Bodoni, Walbaum.

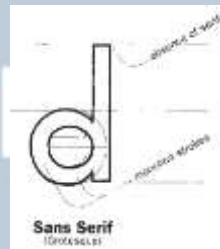
4) *Slab Serif*



Gambar 2.24 *Slab Serif Typeface*
Sumber: Landa (2014)

Typeface serif, memiliki karakteristik tebal dan berat, seperti lempengan tebal, dikenalkan di awal abad ke - 19. Sub-kategorinya adalah Egyptian dan Clarendon. Contoh: American Typewriter, Memphis, ITC Lubalin Graph, Bookman, dan Clarendon.

5) *Sans Serif*



Gambar 2.25 *Sans Serif Typeface*
Sumber: Landa (2014)

Memiliki karakteristik tidak adanya serif, dikenalkan di awal abad ke - 19, contohnya: Futura, Helvetica, Univers. Beberapa serif memiliki goresan yang tebal dan tipis seperti: Grotesque, Franklin Gothic, Universal, Futura, Frutiger. Sub-kategorinya adalah Grotesque, Humanist, Geometric, dan lain-lain.

6) *Blackletter*

Typeface ini berdasarkan bentuk huruf pada manuskrip-manuskrip di abad ke - 13 hingga ke - 15; disebut juga sebagai *gothic*. Memiliki karakteristik seperti goresan yang tebal dan huruf yang *condensed* dengan sedikit lengkungan. Contoh: Rotunda, Schwabacher, Fraktur.



Gambar 2.26 *Blackletter Typeface*
Sumber: Landa (2014)

7) *Script*



Gambar 2.27 *Script Typeface*
Sumber: Landa (2014)

Typeface ini menyerupai tulisan tangan. Huruf-huruf *typeface* ini pada umumnya miring dan bersambung. *Types script* dapat berbentuk seakan ditulis menggunakan pena bermata pahat, pena fleksibel, pena lancip, pensil, atau kuas. Contoh: Brush Script, Shelley Allegro Script, Snell Roundhand Script.

8) *Display*



Gambar 2.28 *Display Typeface*
Sumber: Landa (2014)

Typeface ini didesain untuk penggunaan berukuran besar seperti penggunaan untuk tajuk utama, judul, dan akan susah untuk dibaca sebagai teks baca. Pada umumnya berbentuk lebih rumit, detail, dan memiliki dekorasi.

2.1.5.2 Seleksi *Type*

Menurut Landa (2014, hlm. 51), dalam memilih *typeface* ada beberapa hal yang harus diperhatikan:

- 1) Memilih *typeface* yang sesuai dengan audiens, konsep desain, pesan, kebutuhan komunikasi, dan konteks.
- 2) Bedakan *typeface* yang cocok untuk teks dan yang cocok untuk *display*. Pertimbangkan fungsi *type* dan di mana akan dibaca/lihat.
- 3) Mengerucutkan pilihan: editorial vs promosional vs *branding*.
- 4) Pertimbangkan makna, ekspresi, nada emosional *typeface*.
- 5) Pastikan kontras *typeface* dengan latar belakang.
- 6) Periksa keterbacaan teks; untuk judul, tajuk utama, paragraf, dan lain-lain. Periksa keterbacaan di kertas, atau ukuran layar yang berbeda-beda. Periksa juga apakah pembaca dapat mengenali huruf-huruf dalam sebuah *typeface*.

2.1.6 *Grid*

Menurut Landa (2014, hlm. 174) *grid* adalah sebuah petunjuk, struktur komposisi yang terbentuk dari garis vertikal dan horizontal sehingga membentuk format kolom dan *margin*. *Grid* mendasari struktur buku, majalah, brosur, *website desktop*, *mobile*, dan lain-lain. Fungsi dari *grid* untuk mengatur teks dan gambar, membantu membentuk halaman baik secara cetak maupun digital.

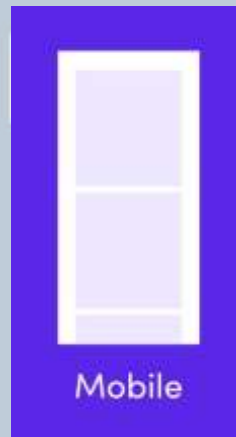
Selain itu, dalam menentukan sebuah *grid* atau sistem *grid* – tujuan, *marketing goals and objectives*, *creative brief*, konten, target audiens, dan konsep desain menjadi pertimbangan dalam menentukan pilihan. *Grid* pada layar gawai berfungsi untuk menyatukan keseluruhan *website*, menentukan struktur anatomi *website*, menciptakan gaya visual, mewadahi *layout*,

mempermudah proses merubah konten, mempermudah kerjasama tim desain, dan memberikan para *user* tata letak konten yang jelas.

2.1.6.1 Jenis *Grid*

Menurut Landa (2014), *grid* untuk *media mobile website* terdapat beberapa jenis:

1) *Single-column Grid*



Gambar 2.29 *Single-Column Grid*

Sumber: https://assets-global.website-files.com/5f4bb8e34bc82700bda2f385/603578ea576c955313f85ee3_oOsRDt1LiDJudOIqQsc_Uh7Ntz5N3MQFODqOqP1NFJiEgMEA0iVO5MpaYyC2DVzCmC9rrkSzj6trRYkyoWU-GSfJRHJt10LU4RZZ0-wM91NJVLeMErQlsm4-C4HVwnIfitC22S4ha.jpeg (2022)

Single-column grid adalah struktur halaman yang paling sederhana. Satu kolom konten/teks yang dikelilingi oleh *margins*. Walaupun lebih sering dikaitkan dengan struktur buku, *single-column grid* juga cocok digunakan untuk layar ponsel yang lebih kecil.

2) *Multicolumn Grid*

Multicolumn grid adalah sebuah *grid* yang mempertahankan kesejajaran barisan. Dengan adanya *grid* jarak antara konten tertata dengan rapi dan menjadi lebih jelas.



Gambar 2.30 *Multicolumn Grid*

Sumber: <https://www.designuserinterface.com/wp-content/uploads/2022/05/grid-mobile-web-design-1536x937.png> (2022)

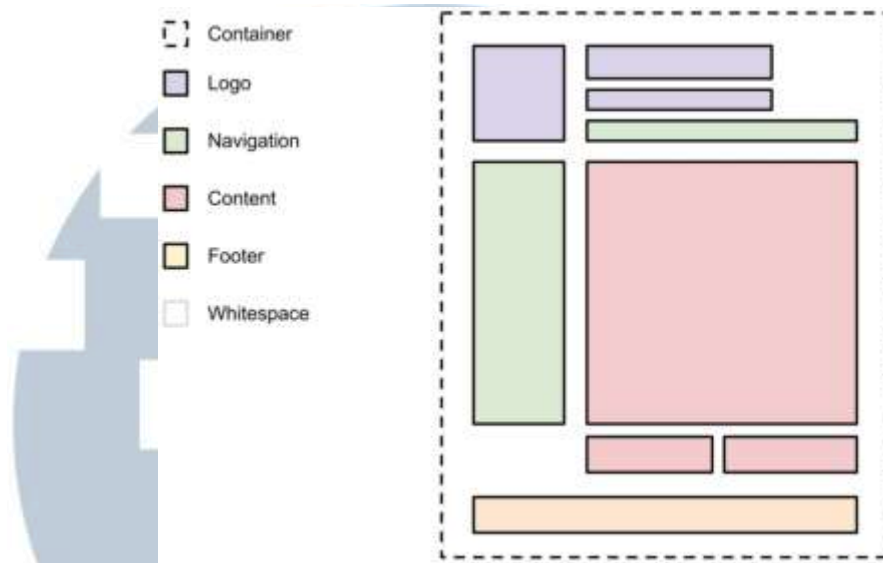
Tergantung dengan ukuran dan proporsi format media, menentukan jumlah kolom yang digunakan. Kolom adalah barisan vertikal untuk mengakomodasi teks dan gambar. Jarak antar kolom disebut interval kolom. Pada umumnya *multicolumn grids* dengan ukuran pixels digunakan untuk layar *desktop*, *tablet*, dan *mobile*. Rata-rata layar menggunakan *web grid* dengan lebar 960 pixel.

2.2 Website

Menurut Landa (2014), *web design* memerlukan strategi, kolaborasi, kreativitas, perencanaan, desain, perancangan, dan implementasi. Lal (2013, 52) mengatakan *website* adalah sebuah *online presence* sebuah perusahaan atau seorang individu. Terdiri dari halaman-halaman *web* yang terbentuk dari *text document HTML* pada sebuah *Internet browser*. Pada umumnya, sebuah halaman *web* memiliki gambar, *file* media, skrip, dan informasi yang dimuat ke dalam bentuk *link*.

Sementara *mobile website* menyediakan fungsionalitas utama dari sebuah *website* dengan perangkat seluler. *Mobile website* menampilkan UI dan fungsionalitas berdasarkan fitur yang tersedia pada *browser* telepon (Lal, 2013, 131). Menurut Landa (2014, hlm. 333-334), terdapat beberapa unsur penting dalam mengembangkan situs web, yaitu konten, *information architecture*, sistem navigasi, dan *home page*.

2.2.1 Unsur Website



Gambar 2.31 Anatomi Website

Sumber: https://uploads-ssl.webflow.com/58b618b3c9f75bcd08f89598/5fe12a7b9bbe62522db36975_Anatomy%20of%20web%20page%402x.jpg (2022)

Menurut Beard, George, dan Walker (2020), sebuah laman web terdiri dari beberapa komponen yang sering muncul dalam situs web pada umumnya.

- 1) *Container*, adalah sebuah wadah untuk mengakomodasi isi konten situs web agar tertata dengan jelas.
- 2) Logo, sebagai identitas suatu perusahaan atau organisasi yang umumnya diletakkan pada bagian paling atas di tiap laman web. Selain logo, warna juga dapat memberikan identitas kepada *user* bahwa mereka sedang melihat bagian dari situs web yang satu.
- 3) Navigasi, penting sistem navigasi untuk mudah dicari dan digunakan. Pada umumnya *user* berekspektasi melihat navigasi di kanan atas laman.
- 4) Konten, terdiri atas teks, gambar, atau video. Konten utama suatu situs web harus menjadi titik fokus dari sebuah desain agar *user* dapat dengan cepat mencari informasi yang dibutuhkan.

- 5) *Footer*, terdapat pada bagian paling bawah suatu laman. Pada umumnya mengandung *copyright*, kontak, dan informasi legal. Salah satu fungsinya adalah untuk mengindikasikan ke *user* bahwa mereka sudah di bagian paling bawah laman.
- 6) *Whitespace*, yang dimaksud adalah area laman yang kosong tanpa teks maupun ilustrasi. Jika tidak menggunakan *whitespace* dengan benar, suatu desain dapat merasa sangat ramai. Sehingga memberikan waktu kepada *user* untuk mengistirahatkan mata.

2.2.2 Interaktivitas

Menurut Domagk, Schwartz, dan Plass (2012) interaktivitas adalah suatu kegiatan timbal balik antara seorang pelajar dan sebuah sistem pembelajaran multimedia di mana aksi dan reaksi pelajar bergantung pada aksi dan reaksi sistem, begitu pula sebaliknya.

Proses interaktivitas yang dinamis berdasarkan model pembelajaran INTERACT dipengaruhi oleh beberapa konsep, yaitu *learner control*, *guidance*, dan *feedback*. Interaktivitas dalam pembelajaran dibagi menjadi beberapa jenis, salah satunya yaitu *game-based learning*, dan *narrative-centered learning environments*.

1) *Games-based Learning*

Games-based Learning adalah sistem pembelajaran yang difasilitasi dengan penggunaan *game*. Sistem pembelajaran ini dapat digunakan dari TK hingga seumur hidup dan juga dapat dilakukan secara tatap muka, maupun *online* (Whitton, 2012). Menurut James Gee (2007), *game* komputer dapat digunakan dalam berbagai cara belajar. Salah satunya dengan mewajibkan pemainnya untuk merasakan dan mengalami lingkungan *game*, refleksi terhadap suatu situasi dan membentuk spekulasi atau pemahaman sendiri, bertindak dan menyelidiki *game* tersebut untuk melihat dampak dari Tindakan mereka, dan menyusun strategi langkah-langkah berikutnya.

2) Narrative-centered Learning Environments

Narrative-centered learning environments adalah sekumpulan *game-based learning environment* yang memberikan konteks kepada konten edukasi dan *problem solving* menggunakan scenario cerita interaktif (Rowe et al., 2012).

2.2.3 Visual Storytelling

Storytelling adalah pusat dari komunikasi penyampaian konten dan ide yang sukses (Coates & Ellison, 2014, hlm. 122). *Storytelling* dapat dijadikan sebuah jasa untuk tujuan manusia: mengajar dan melatih orang muda, atau menyampaikan konsep spiritual atau informasi penting. Bentuk lama *storytelling* dilakukan melalui pahatan batu, lukisan pada vas, dan diceritakan kembali secara lisan dari pendongeng yang terdahulu. Walaupun *digital storytelling* adalah cara terbaru untuk manusia menikmati hiburan naratif, masih merupakan tradisi yang sama (Miller, 2020, hlm. 3-4).



Gambar 2.32 *Until Dawn Interactive Storytelling Game*
Sumber: <https://i.ytimg.com/vi/Go5aNS6eSPo/maxresdefault.jpg> (2017)

Digital storytelling adalah materi naratif yang mencapai audiens nya melalui teknologi dan media digital. Keunggulan utama dari *digital storytelling* adalah interaktifitasnya, komunikasi dua arah antara audiens dengan materi naratif. *Digital storytelling* mencakup banyak bidang; *video games*, konten Internet, aplikasi *mobile*, media sosial, *interactive cinema*,

virtual reality, *augmented reality*, dan hingga *intelligent toy systems* dan kiosk elektronik (Miller, 2020, hlm. 4).

Karakteristik sebuah *digital storytelling* adalah (Miller, 2020, hlm. 25):

- 1) Dapat diubah bentuknya; tidak ditetapkan di awal
- 2) Nonlinear, non kronologis
- 3) Para pengguna ikut menciptakan ceritanya
- 4) Pengalaman dalam cerita lebih aktif
- 5) Ada kemungkinan terjadi hasil akhir yang berbeda.

2.3 Tanaman Kelor

2.3.1 Deskripsi Tanaman Kelor

Tanaman dengan nama ilmiah *Moringa oleifera* ini merupakan tanaman jenis perdu dengan ketinggian batang 7-11 meter. Tanaman kelor merupakan tanaman perenial yang berarti bahwa kelor adalah jenis tanaman yang dapat hidup lebih dari 2 tahun. Tanaman perenial ini memiliki rupa semak atau pohon karena batangnya yang berkayu. Batangnya tegak dan mudah patah, memiliki warna putih kotor, kulit tipis, serta permukaannya yang kasar (Hendarto, 2019, hlm. 10).

Tanaman yang menjadi peribahasa ini memiliki daun-daun yang tidak lebih dari sebesar ujung jari dan berbentuk bulat telur. Helai daun hijau muda ini tersusun berseling dan akan berwarna hijau tua ketika dewasa. Tangkai tanaman yang panjang ini juga menumbuhkan bunga berwarna putih kekuningan yang harum. Setelah berbunga, tanaman ini juga berbuah berbentuk polong hijau yang dapat mengandung 26 biji dan berubah warna coklat kehitaman ketika matang. Satu pohon dapat menghasilkan 600-1600 buah tiap tahunnya (Affandi, 2019, hlm. 36-37).

Hendarto (2019, hlm. 9) mengatakan bahwa tanaman kelor cukup dikenal di berbagai daerah di Indonesia dengan sebutan yang berbeda seperti kelor di Jawa, Sunda, Bali, dan Lampung; *kerol* di Buru, *maronggih* di Madura, *moltong* di Flores, *kelo* di Gorontalo, *keloro* di Bugis, *kawano* di Sumba, dan *ongge* di Bima. Kelor dapat bertumbuh dengan baik di daerah dengan ketinggian tanah 300-500 meter di atas permukaan laut. Walaupun begitu, tanaman ini dapat tumbuh baik di dataran rendah maupun tinggi sampai ketinggian 1.000 meter di atas permukaan laut (Hendarto, 2019, hlm. 10).

Tanaman kelor awalnya berasal dari daerah bagian selatan India yaitu sekitar Himalaya dan India, lalu menyebar luas hingga Benua Afrika dan Asia Barat. Pertumbuhan kelor bersifat liar dan biasanya di area ladang di daerah yang cukup air beriklim tropis atau sub-tropis, namun tanaman ini juga dapat tumbuh di tanah yang gersang dengan cahaya matahari penuh. Maka dari itu, tanaman ini juga mulai dikembangkan di negara-negara seperti Etiopia, Sudan, Madagaskar, Somalia, dan Kenya (Hendarto, 2019, hlm. 10).

2.3.2 Kegunaan



Gambar 2.33 Melunturkan Susuk

Sumber: <https://boombastis.sgp1.digitaloceanspaces.com/wp-content/uploads/2019/03/mELUNTURKAN-SUSUK.png> (2019)

Budaya Indonesia sudah sejak lama terikat dengan kepercayaan akan ilmu-ilmu dan hal-hal gaib. Kepercayaan ini merambat ke tanaman kelor yang berdasarkan mitosnya memiliki kekuatan gaib untuk mengusir roh jahat hingga melunturkan kekuatan gaib (susuk) seseorang. Akibat mitos ini

masyarakat menggantungkan daun kelor di bagian atas rumah atau pintu untuk mengusir roh jahat. Menurut orang-orang yang mempelajari praktik-praktik ini, para jawara, dengan memercikan air daun kelor kekuatan gaib orang yang dipercikan dapat luntur; bahkan kekuatan magisnya dapat hilang (Affandi, 2019, hlm. 29-30).

Selain kegunaan mitos, kelor juga sudah sejak lama menjadi tanaman pagar hidup. Berdasarkan KBBI, pagar hidup adalah pagar yang terbuat dari pohon-pohonan yang rendah. Tanaman kelor lebih sering digunakan sebagai pagar hidup di lingkungan pedesaan dan perkampungan (Affandi, 2019, hlm. 94). Daerah-daerah seperti kota Palu dan Madura sudah biasa menggunakan tanaman kelor sebagai lauk sayur. Kelor biasa digunakan sebagai sayur berkuah sebagai makanan pendamping saat makan siang di daerah Madura (Hendarto, 2019, hlm. 8). Selain untuk makan, di beberapa daerah di Indonesia, sayuran ini disantap untuk memperbanyak dan melancarkan ASI (air susu ibu) (Hendarto, 2019, hlm. 11).



Gambar 2.34 Kapsul Daun Kelor

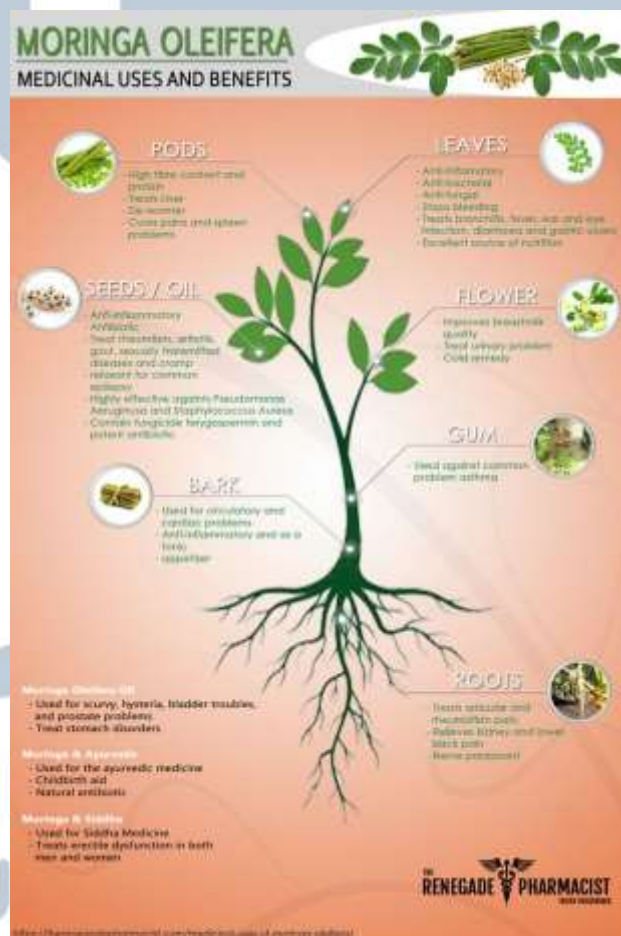
Sumber: <https://images.tokopedia.net/img/cache/500-square/hDjmkQ/2022/1/21/5912974e-97e4-4b1c-a1d4-ad6a29b1c779.jpg> (2022)

Tanaman kelor selain dimanfaatkan daunnya untuk sayuran, hampir seluruh bagiannya—akar, daun, biji—juga dapat digunakan sebagai obat untuk beberapa penyakit. Sudah turun-temurun tanaman ini digunakan oleh

masyarakat Indonesia sebagai obat tradisional walaupun akhir-akhir ini pemanfaatan tanaman kelor sebagai obat jarang ditemui (Hendarto, 2019, hlm. 8, 17).

2.3.3 Khasiat

Wortel selalu dikira sebagai sumber vitamin A, padahal kandungan vitamin A dalam daun kelor jika dibandingkan dengan wortel memiliki jumlah yang lebih banyak. Begitu juga kelor memiliki vitamin C lebih banyak dibanding jeruk, kalsium empat kali lebih banyak dibanding susu, potassium, protein, dan banyak lagi. Tanaman kelor juga memiliki sifat anti inflamasi, antipiretik, antiskorbut, dan tidak beracun menurut farmakologi Cina dan pengobatan tradisional lainnya (Hendarto, 2019, hlm. 11).



Gambar 2.35 Manfaat Medis Tanaman Kelor
 Sumber: <https://asset-a.grid.id/crop/0x0:0x0/700x0/photo/2018/11/15/1173449643.jpg>
 (2018)

Seluruh bagian tanaman kelor dapat dimanfaatkan untuk berbagai macam keuntungan baik secara kesehatan maupun secara kebersihan lingkungan. Akar kelor berkhasiat sebagai peluruh dahak atau obat batuk, untuk mengatasi haid tidak teratur, dan juga pereda kejang. Adapun juga air rebusan akar dapat dijadikan obat rematik, epilepsi, *diuretikum*, *gonorrhoea*, dan banyak lagi (Hendarto, 2019, hlm. 17). Beberapa penyakit yang dapat ditangani dengan kelor:

- 1) Diabetes mellitus,
- 2) Kolesterol,
- 3) Sakit kuning,
- 4) Penyakit jantung,
- 5) Rabun senja,
- 6) Sakit mata,
- 7) Cacingan,
- 8) Asma,
- 9) Gangguan perut,
- 10) Hipertensi,
- 11) dan banyak lagi.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA