

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kampanye

Dalam bukunya yang berjudul *Kiat dan Strategi: Kampanye Public Relations*, Ruslan (2013) mengatakan bahwa kampanye merupakan penyampaian komunikasi yang terstruktur, detail, terencana, dan juga terfokus pada sebuah permasalahan yang dipecahkan melalui narasumber yang jelas dan terpercaya dengan batasan waktu, sehingga informasi yang disampaikan dapat dengan mudah dipahami oleh masyarakat luar.

2.1.1 Tujuan Kampanye

Kampanye punya berbagai macam tujuan. Akan tetapi tujuan yang paling inti dari kampanye yaitu perubahan. Kampanye selalu berhubungan dengan aspek pengetahuan (knowledge), sikap (attitude) dan perilaku (behavioural) (dalam Venus, 2018, hlm. 10).

2.1.2 Jenis Kampanye

Terdapat tiga jenis kampanye yang dapat digunakan berdasarkan konteks dan motivasi yang melatarbelakangi diselenggarakannya suatu kampanye. (Hlm. 25) Berikut jenis kampanye:

1) *Product-Oriented Campaign*

Kampanye produk biasanya digunakan untuk tujuan promosi dan hal-hal komersial. Jenis kampanye ini penyampaian komunikasinya lebih berfokus kepada suatu produk seperti menyampaikan produk yang baru diluncurkan dan juga dapat membangun citra positif terhadap produk barang atau jasa yang diperkenalkan kepada publik.

2) *Candidate-Oriented Campaign*

Kampanye kandidat biasanya digunakan untuk tujuan politik. Seperti saat Pilkada. Kampanye ini menyampaikan informasi berupa

visi misi dari masing-masing kandidat sehingga diharapkan dapat menarik perhatian dan mendapatkan suara dari masyarakat luar.

3) *Ideologically or Cause Oriented Campaign*

Kampanye ideologis biasanya digunakan untuk tujuan khusus yaitu perubahan sosial di tengah masyarakat, dan tentunya dapat bermanfaat bagi masyarakat. Dari ketiga jenis kampanye, penulis akan menggunakan jenis kampanye ideologis. Penulis membuat kampanye sosial berjudul pentingnya posisi tubuh yang benar saat menggunakan *smart device*.

2.1.3 Teknik Kampanye

Untuk melakukan suatu kampanye, harus menggunakan teknik berkampanye sehingga pesan atau informasi efektif dan sesuai dengan target audiens. (Hlm. 71) Terdapat tujuh teknik dalam berkampanye sebagai berikut:

1) Teknik Partisipasi

Teknik ini dapat dilakukan dengan cara membujuk atau meyakinkan target audiens sehingga mau ikut serta memberi perhatian lebih ke dalam suatu kegiatan.

2) Teknik Asosiasi

Teknik ini dilakukan dengan cara memilih suatu peristiwa atau fenomena yang sekiranya sedang terjadi saat ini lalu dapat dikaitkan ke dalam suatu kampanye.

3) Teknik Integratif

Teknik ini dilakukan dengan cara pemilihan kata-kata yang dapat menyatu dengan target audiens, seperti; kami, Anda sekalian, kita.

4) Teknik Ganjaran

Teknik ini dilakukan untuk mempengaruhi target audiens dengan cara memberi sebuah ganjaran yang baik ataupun suatu ancaman.

5) Teknik Penataan Patung Es

Teknik ini dilakukan dengan cara memberikan suatu gambaran yang berkesan sehingga dapat dengan mudah dipahami, dirasakan, dan didengar.

6) Teknik Empati

Teknik ini dilakukan dengan cara ikut serta atau memosisikan diri dalam suatu peristiwa atau kondisi.

7) Teknik Koersi

Teknik ini dilakukan dengan cara paksaan dengan tujuan untuk menimbulkan rasa cemas dan khawatir pada target audiens.

2.1.4 Strategi Kampanye

Strategi kampanye yang akan digunakan berdasarkan metode AISAS oleh Sugiyama dan Andree dalam bukunya *The Dentsu Way: Secret of cross switch marketing from the world's most innovative advertising agency* (2011) yang meliputi:

1) *Attention*

Pada tahap *attention*, penyampaian pesan bertujuan untuk menarik perhatian target audiens. Oleh karena itu, penulis harus mampu menentukan visual, warna, jenis huruf, *layout* yang akan digunakan dan sekiranya tepat sasaran untuk target audiens.

2) *Interest*

Pada tahap *interest*, tujuan penyampaian pesan yaitu membuat target audiens menjadi lebih tertarik lagi, sehingga mereka akan membaca pesan yang disampaikan dengan lebih detail.

3) *Search*

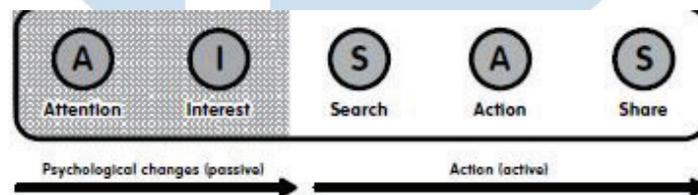
Pada tahap *search*, tujuan penyampaian pesan yaitu membuat target audiens menjadi lebih penasaran sehingga mereka akan mencari informasi sebanyak-banyaknya sebelum pengambilan keputusan. Saat ini dengan adanya *search engine*, masyarakat dapat melakukan pencarian informasi menjadi lebih mudah dan cepat.

4) *Action*

Pada tahap *action*, tujuan penyampaian pesan yaitu meyakini target audiens dengan manfaat yang akan didapatkan jika melakukan aksi. Apabila pesan tersampaikan dengan baik, maka target audiens akan segera bertindak langsung menjalankan aksi.

5) *Share*

Tahap *share*, merupakan tahap terakhir yang penyampaian pesannya bertujuan untuk membuat audiens menjadi tertarik untuk segera memberikan pengalamannya kepada orang lain baik secara *offline* (mulut ke mulut) maupun *online* (chat, instagram, blog, dll). Biasanya dalam tahap ini, target audiens yang membagikan pengalamannya akan mendapatkan suatu *reward* atau keuntungan lainnya.



Gambar 2.1 The AISAS Models
Sumber: Sugiyama, (2011)

2.1.5 Media Kampanye

Untuk melakukan suatu kampanye diperlukannya sebuah media. Media diibaratkan sebagai jembatan yang menghubungkan dengan masyarakat, sehingga melakukan kampanye menggunakan media menjadi hal yang paling tepat dan cepat dalam menggapai target audiens. (Hlm. 29) Berikut merupakan pengelompokan suatu media:

1) Media Massa

Media yang terdiri dari media cetak, surat kabar, majalah, *billboard*, dsb. Pada kampanye ini, untuk media masa yang digunakan penulis yaitu *billboard*.

2) Media Khusus

Media khusus merupakan media yang terdiri dari Iklan / TV *Commercial*, logo, dsb. Pada kampanye ini, media khusus yang digunakan yaitu logo sebagai identitas dari kampanye. Istilah logo merupakan sebutan secara umum. Jika dilihat secara spesifik, logo dapat berupa rangkaian huruf, bentuk gambar, atau gabungan huruf dan gambar. Logo yang berupa olahan huruf disebut *logo type* dan logo yang beujud gambar disebut *logo gram* (Rustan, 2009).

3) Media Internal

Media yang terbagi dalam dua bentuk, bentuk pertama merupakan bentuk media cetak yang terdiri dari; majalah dinding, majalah buletin, *tabloid*, dll. Dan yang kedua bentuk media siber / digital yang terdiri dari media sosial, *blog*, *website*, *radio*, dll, pada kampanye ini, media cetak yang digunakan yaitu *poster*, *GoScreen & merchandise*. Kemudian untuk media digital yang digunakan yaitu media sosial (Instagram), Google Ads, dan website.

2.2 Desain Grafis

Dalam buku yang berjudul *Graphic Design Solutions 4th*, Landa (2011) mengatakan bahwa desain grafis merupakan bentuk komunikasi visual yang tersusun berdasarkan ide yang kemudian diterapkan dengan elemen visual sehingga mampu menyampaikan pesan dan informasi ke audiens.

2.2.1 Elemen Desain

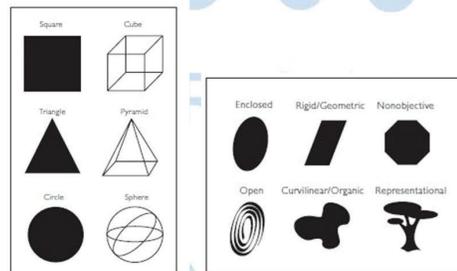
Dalam perancangan desain, desainer akan menggunakan elemen-elemen desain. Elemen desain terdiri dari tujuh yaitu; *line*, *shape*, *figure and ground*, *color*, *texture*, dan *pattern*. (Hlm.16)

1) *Line*

Line merupakan suatu kumpulan titik yang dihubungkan sehingga dapat memanjang terlihat seperti jalur yang bergerak, garis juga dapat dibentuk menjadi; garis lurus, melengkung atau sudut. Sedangkan titik merupakan satuan terkecil berbentuk lingkaran. Jadi dapat dikatakan bahwa garis dan titik merupakan suatu kesatuan, garis dapat terbentuk karena adanya titik yang saling berhubung. Peran dari elemen garis yaitu untuk membuat suatu komposisi. (Hlm.16)

2) *Shape*

Shape adalah dua permukaan datar dengan batasan yang terlihat. Bentuk dapat tercipta karena adanya warna atau kombinasi antara garis-garis yang saling berhubungan dari satu titik ke titik lain yang membentuk pinggiran dari suatu bentuk dan dapat dikombinasikan juga dengan suatu bentuk lainnya. Sebuah bentuk pada dasarnya berwujud dua dimensi, terdapat tiga bentuk dasar yaitu; persegi, segitiga, dan lingkaran. Ketiga bentuk dasar ini juga dapat dijadikan bentuk tiga dimensi yaitu; kubus, piramida, dan bola. Landa juga menyebutkan bahwa terdapat banyak jenis bentuk seperti; bentuk bujur sangkar, bentuk lengkungan, bentuk tidak teratur, bentuk tidak disengaja, bentuk non-objektif, bentuk abstrak, bentuk representasi, bentuk tertutup, bentuk terbuka, bentuk geometris, dan bentuk organik. (Hlm.17-18)



Gambar 2.2 *Basic Shape and Forms*
Sumber: Landa, (2011)

3) *Figure/Ground*

Figure-ground merupakan wilayah yang terdiri antara dua wilayah yaitu positif dan negatif dari sebuah ruang datar yang menjadi satu kesatuan komposisi yang saling melengkapi. *Figure* diartikan sebagai wilayah positif yang dalam konteks ini merupakan suatu yang nyata dan dapat terlihat sebagai sebuah bentuk karakter, huruf/angka, dan tanda baca. Sedangkan *ground* diartikan sebagai wilayah negatif yang dalam konteks ini kebalikan dari *figure*, yaitu suatu yang tidak nyata dan terbentuk dengan sendirinya diantara wilayah *Figure*. (Hlm.18-19)



Gambar 2.3 Poster: Romeo & Juliet
Sumber: Landa, (2011)

4) *Color*

Color merupakan cahaya yang dipantulkan. Dengan kata lain warna merupakan cahaya itu sendiri. Oleh karena itu, tanpa adanya cahaya kita tidak dapat mengenal apa itu warna. Dalam proses munculnya warna, cahaya akan menuju suatu objek tertentu dalam hal ini cahaya menuju objek tomat. Ketika cahaya menuju ke tomat, sebagian cahaya akan terserap oleh objek tomat tersebut, dan sebagian cahaya lainnya yaitu warna merah tidak terserap dan dipantulkan, hal inilah yang dilihat oleh mata manusia sebagai warna merah.

Cahaya yang dipantulkan tersebut disebut juga sebagai warna subtraktif. Selain warna yang dihasilkan oleh pantulan cahaya dari suatu objek, warna juga dapat dihasilkan dari cahaya yang dipancarkan langsung dari layar seperti; televisi, komputer, *handphone*, dan lain-lain. Warna yang dihasilkan ini tidak dipantulkan tetapi langsung dipancarkan sehingga mata manusia mampu melihat warna. Warna yang dipancarkan langsung disebut sebagai warna aditif. (Hlm.19) Landa menyebutkan juga bahwa warna terbagi menjadi dua aspek sebagai berikut:

A. Nomenklatur Warna

Terdiri dari tiga kategori yaitu; *hue*, *value*, dan *saturation*. *Hue* dapat diartikan sebagai penamaan suatu warna seperti “merah”, “kuning”, “hijau” dan sebagainya. *Hue* dapat juga digunakan untuk menunjukkan temperatur dari suatu warna. Temperatur warna ini tidak dapat dirasakan melalui fisik, melainkan melalui pikiran manusia. Warna merah, kuning, dan oranye sering disebut sebagai *warm colors* karena secara tidak langsung menimbulkan kesan hangat jika melihat warna tersebut dalam jangka waktu tertentu. Sedangkan warna biru, hijau, dan violet merupakan *cool colors* yang merupakan kebalikannya yaitu warna sejuk.

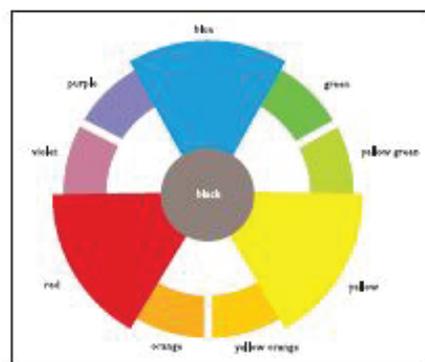
Value merupakan tingkatan terang dan gelapnya suatu warna. Tingkatan warna terdiri dari tiga yaitu *tint*, *tone* dan *shade*. *Tint* merupakan tingkatan warna terang, tercipta dari pencampuran suatu warna (*hue*) dengan warna putih. *Tone* merupakan warna yang memiliki tingkat terang atau gelap yang normal tanpa adanya pencampuran warna putih atau hitam. Dan terakhir *Shade*, merupakan tingkatan warna gelap yang tercipta dari pencampuran suatu warna (*hue*) dengan warna hitam.

Saturation merupakan tingkatan kecerahan atau kekusaman warna. Warna dapat menjadi terang atau kusam, hal ini tergantung dari seberapa banyak warna abu-abu yang dicampurkan dengan suatu warna (hue). (Hlm.20)

B. Warna Primer dan Sekunder

Warna primer merupakan warna utama. Alasan mengapa disebut warna primer, karena warna primer tidak dapat diciptakan oleh penggabungan warna lainnya. Pada warna aditif, yang menjadi warna primer yaitu warna merah, hijau, dan biru. Sedangkan pada warna subtraktif, warna primernya yaitu warna merah, kuning, dan biru. Namun pada percetakan, warna primer subtraktif menjadi cyan (C), magenta (M), dan kuning (Y), ditambah hitam (K), atau CMYK. Hitam ditambahkan untuk menambah kontras. (Hlm.20)

Warna sekunder merupakan warna yang dihasilkan dari pencampuran warna primer. Warna primer yang di campurkan ini menghasilkan warna oranye hijau, dan ungu. Apabila warna-warna sekunder ini dicampurkan baik dengan warna primer atau sekunder, maka akan menghasilkan warna lainnya yang disebut sebagai warna tersier. (Hlm.20)



Gambar 2.4 Additive Color System



Sumber: Landa, (2011)

Gambar 2.5 *Subtractive Color System*

Sumber: Landa, (2011)

C. Psikologi Warna

Menurut Anrston (2012), warna memiliki kekuatan untuk mempengaruhi respon emosional seseorang. Warna dapat membangun suasana tertentu. Sebagai contoh, warna biru yang dapat menimbulkan rasa rileks, dan warna merah yang bisa menstimulasi suasana hati seseorang ataupun sekelompok orang.

5) *Texture*

Teksture adalah wujud permukaan suatu benda atau objek. Dalam seni visual, tekstur terbagi menjadi dua yaitu tekstur asli dan visual. Tekstur asli tentu dapat dirasakan secara fisik. Berbagai teknik *print* yang dapat dilakukan untuk menciptakan tekstur seperti; *embossing*, *debossing*, *stamping*, *engraving*, dan *leterpress*. Sedangkan tekstur visual merupakan tekstur yang dipindai dari tekstur aslinya lalu diaplikasikan sehingga menciptakan ilusi tekstur visual. Tekstur visual di buat dengan cara melakukan *scan*, mengambil gambar, menggambar, atau keterampilan seorang desainer yang lainnya dalam menciptakan tekstur. (Hlm 23)

6) *Pattern*

Pattern merupakan pengulangan / repetisi secara sistematis dan konsisten pada suatu area visual dari suatu bentuk / objek, elemen visual, dan unit. Dengan aturan pengulangan, pola dapat diprakirakan kelanjutannya. Struktur dasar pola bergantung pada tiga bentuk dasar seperti; titik, garis, dan *grid*. (Hlm. 23)

2.2.2 Prinsip Desain

Dalam melakukan komunikasi visual, penting sebagai desainer memahami prinsip-prinsip desain. Prinsip desain dapat dimanfaatkan guna untuk memaksimalkan hasil dari perancangan komunikasi visual. Terdapat beberapa prinsip dasar desain yang sekiranya penting untuk dipahami, antara lain; *format, balance, visual hierarchy, emphasis, rhythm, unity, Law of perceptual organization, scale dan proportion*.

1) *Format*

Format merupakan bidang terbatas yang akan di tentukan dalam perancangan suatu desain, dalam hal ini dapat berupa apa pun. Format yang umum biasanya digunakan seperti *poster, sampul CD, dan lain-lain*. Jadi apa pun jenis format yang digunakan, setiap elemen desain harus dapat selaras dan memiliki hubungan yang signifikan dengan format. (Hlm. 24)

2) *Balance*

Balance merupakan salah satu prinsip desain yang bersifat lebih pada intuitif, karena hukum keseimbangan berlaku dalam seluruh aspek kehidupan dan telah diterapkan manusia dalam kehidupan sehari-hari seperti ketika berdiri atau berjalan, ketika sedang melakukan olahraga, senam, dan sebagainya. Dalam desain, prinsip keseimbangan digunakan agar desain tidak berat sebelah, setiap elemen visual harus memiliki ketertarikan dan penekanan yang sama. Ketidakseimbangan dalam desain berpotensi menimbulkan salah persepsi dan menyebabkan timbulnya reaksi negatif dari target

audiens. (Hlm.25) Berikut terdapat beberapa kategori prinsip keseimbangan yang dapat diaplikasikan:

A. Simetri

Simetri merupakan cerminan unsur setara antara dua sisi. Jadi apabila sebuah format terbagi menjadi dua bagian, maka kedua bagian tersebut harus sama persis dalam hal komposisi sehingga saat audiens melihat, tidak menjadi berat sebelah.



Gambar 2.6 *Symmetrical Arrangement*

Sumber: Landa, (2011)

B. Asimetri

Asimetri hampir mirip dengan simetri, namun terdapat perbedaan yaitu pada kedua bagian tidak harus sama persis, sehingga komponen visual dapat berbeda dalam peletakkannya dan yang paling penting harus memiliki bobot yang sama.



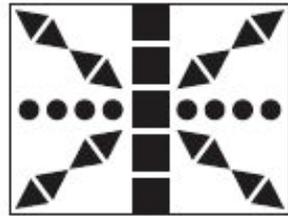
Gambar 2.7 *Asymmetrical Arrangement*

Sumber: Landa, (2011)

C. *Radial Balance*

Radial balance merupakan keseimbangan pada sumbu horizontal dan vertikal. Komposisi pada keseimbangan radial akan menyebar secara *horizontal* dan *vertical* dan akan

terlihat mempunyai satu titik tengah dan objek seakan melingkari satu titik tengah tersebut.



Gambar 2.8 *Radial Arrangement*

Sumber: Landa, (2011)

3) *Visual Hierarchy*

Visual hierarchy merupakan urutan dari pada visual yang ditentukan untuk dilihat terlebih dahulu oleh audiens. Prinsip ini sangat penting dilakukan dalam komunikasi visual karena untuk mencegah terjadinya kesalahan persepsi. Hierarki visual memberikan penekanan pada suatu objek sesuai hierarkinya sehingga mata akan fokus terhadap objek tersebut. Jadi dapat dikatakan hierarki visual memiliki peran penting dalam menentukan alur visual. (Hlm.28)

4) *Emphasis*

Emphasis merupakan pengaturan / pemberian titik berat terhadap suatu elemen visual. (Hlm.29) Dalam melakukan penekanan terdapat beberapa cara yang dapat diterapkan:

A. *Emphasis By Isolation*

Penekanan dengan isolasi dapat dilakukan dengan mengisolasi suatu bentuk / objek dengan tujuan untuk memberikan fokus lebih terhadap bentuk tersebut.

B. *Emphasis By Placement*

Penekanan dengan penempatan dapat dilakukan dengan cara menempatkan suatu objek atau elemen visual pada bagian-

bagian yang sekiranya mudah menarik perhatian seperti pada bagian tengah atau bagian pojok kiri atas.

C. Emphasis Through Scale

Penempatan melalui ukuran dapat dilakukan dengan cara mengatur ukuran suatu objek atau elemen visual. Ukuran besar dapat membuat objek menjadi lebih dekat, lalu ukuran kecil dapat membuat suatu objek menjadi menarik apabila didekatkan di antara objek yang berukuran besar. Lalu penekanan ukuran juga dapat memberikan kesan kedalaman pada ruang komposisi yang terbentuk.

D. Emphasis Through Contrast

Penekanan melalui kontras dapat dilakukan dengan cara membuat elemen-elemen visual menjadi berbeda dengan yang lainnya. Hal ini bertujuan untuk mengarahkan audiens untuk melihat elemen yang berbeda terlebih dahulu.

E. Emphasis Through Direction and Pointers

Penekanan melalui arah dan petunjuk dapat dilakukan dengan cara menempatkan arah panah atau penunjuk arah lainnya hal ini bertujuan untuk membantu atau memandu pandangan audiens kepada elemen atau bagian tertentu yang telah ditentukan.

F. Emphasis Through Diagrammatic Structures

Penekanan melalui struktur diagramatis terbagi menjadi tiga struktur sebagai berikut:

- Struktur pohon

Cara ini dilakukan melalui struktur yang berbentuk seperti pohon. Dalam hal ini dapat ditentukan terlebih dahulu untuk elemen utama akan diibaratkan dengan dahan pohon, sedangkan untuk elemen pendukungnya akan diibaratkan dengan ranting-ranting pohon. Jadi antara elemen pendukung

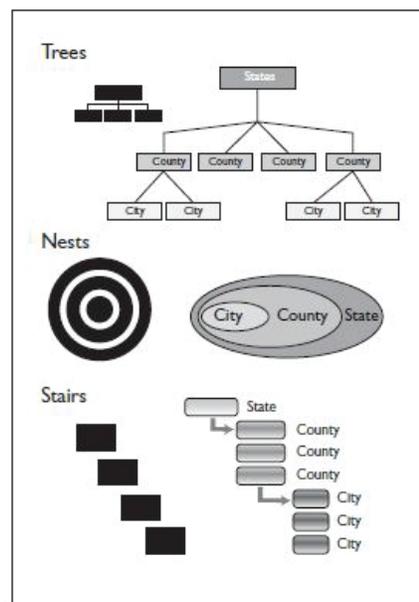
yang berada di sekitar elemen utama akan dihubungkan dengan garis-garis. Cara ini berguna untuk membantu menciptakan hierarki visual dalam suatu desain yang akan dirancang.

- Struktur sangkar

Cara ini dilakukan dengan melakukan penempatan beberapa elemen visual menjadi saling tumpang tindih. Hierarki visual pada struktur sangkar akan mempermudah audiens dalam memahami informasi yang akan disampaikan.

- Struktur tangga

Cara ini dilakukan dengan mengatur elemen visual urutan dari atas ke bawah membentuk sebuah anak tangga, elemen utama akan diletakkan urutan paling atas lalu diikuti elemen pendukung pada bagian bawah anak tangga.



Gambar 2.9 *Trees, Nests, and Stairs*

Sumber: Landa, (2011)

G. Rythm

Dalam dunia musik, ritme merupakan sebuah ketukan atau pola suara yang berulang. Sedangkan dalam dunia desain grafis, ritme diartikan sebagai elemen visual yang terdapat repetisi di dalamnya sehingga menciptakan sebuah pola pada elemen visual. Banyak faktor yang dapat berkontribusi untuk membangun ritme seperti; warna, tekstur, gambar dan hubungan dasar, penekanan, dan keseimbangan. Ritme juga berperan untuk menciptakan stabilitas visual. (Hlm. 30)

H. Unity

Kesatuan merupakan keselarasan dari suatu komposisi desain. Dalam mencapai keselarasan, tentunya dapat dilakukan dengan pengaturan penempatan, orientasi, warna, dan sebagainya. Pentingnya diketahui kesatuan tidak hanya sekedar menciptakan komposisi, melainkan harus saling terikat dan berhubungan antara satu elemen dengan elemen desain lainnya. (Hlm. 31)

I. Law of Perceptual Organization

Dalam pengaturan persepsi, dibagi menjadi enam; *similarity, proximity, continuity, closure, common fate* dan *continuing line*.

- *Similarity*

Similarity atau kesamaan, dalam prinsip ini dikatakan bahwa dalam pikiran manusia akan cenderung mengelompokkan suatu elemen yang sekiranya memiliki kesamaan, dalam hal ini dapat berupa warna, tekstur, bentuk, dan sebagainya.

- *Proximity*

Proximity atau kedekatan, pada prinsip ini dikatakan bahwa otak manusia akan mengelompokkan elemen yang memiliki jarak yang dekat dengan elemen lainnya.

- *Continuity*

Continuity atau kontinuitas, prinsip ini menunjukkan bahwa otak manusia sering menangkap suatu elemen yang terus berjalan seperti membentuk jalur yang menghubungkan antar elemen.

- *Closure*

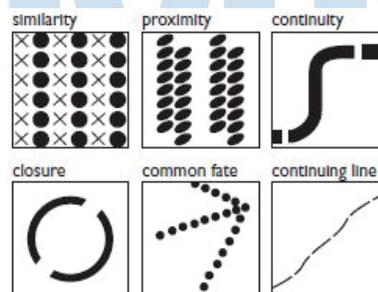
Closure atau penutupan, pada prinsip ini menyatakan bahwa manusia sering mempersepsikan suatu elemen dapat menjadi bentuk yang sempurna.

- *Common fate*

Dalam prinsip *Common fate*, dalam prinsip ini menyebutkan bahwa apabila terdapat suatu elemen yang berada di satu tempat yang searah maka otak manusia secara langsung akan menganggap bahwa elemen tersebut merupakan satu bagian atau satu kesatuan.

- *Continuing line*

Continuing line atau garis lanjutan, pada prinsip ini dinyatakan bahwa apabila terdapat garis putus-putus, otak manusia tetap akan mempersepsikan pada bagian yang terputus itu sebagai garis yang tersirat atau tidak tampak sehingga tetap akan dilihat sebagai garis yang masih menyambung.



Gambar 2.10 *Laws of Perceptual Organization*

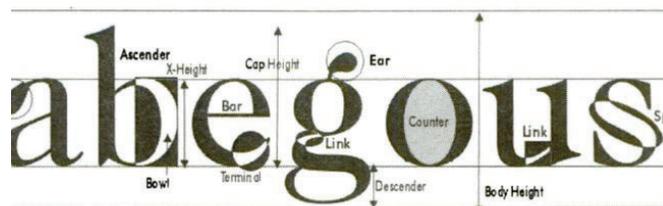
Sumber: Landa, (2011)

2.2.3 Tipografi

Dalam buku yang berjudul Pengantar tipografi, Kusrianto (2010) mengatakan bahwa tipografi merupakan ilmu yang berbicara tentang penggunaan huruf. Dalam penggunaannya, biasanya akan memanfaatkan huruf untuk ditata letaknya, diolah, dan dikombinasikan antara jenis huruf satu dengan jenis huruf yang lain sebagai elemen grafis. Adi juga menyebutkan bahwa tipografi diperlukan pada bidang profesi yang luas, semua bidang tersebut memerlukan penggunaan jenis-jenis dan sifat huruf secara spesifik.

1) Anatomi Huruf

Layaknya tubuh, huruf juga memiliki anatomi tersendiri. Anatomi dari huruf terdiri dari beberapa bagian seperti; *terminal*, *shoulder*, *ascender*, *descender*, *counter*, *bar* dan lain sebagainya. Sebagai seorang desainer yang dapat mengelompokkan berbagai macam jenis huruf, penting untuk mengenal terlebih dahulu bagian-bagian dari huruf. (Hlm. 200)



Gambar 2.11 Anatomi Tipografi

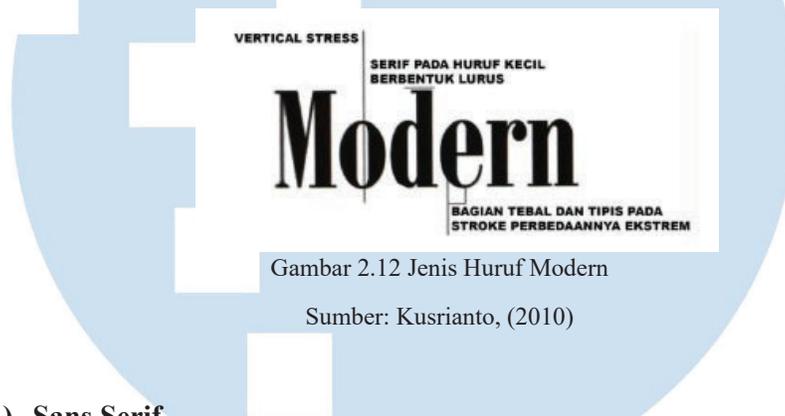
Sumber: Kusrianto, (2010)

2) Klasifikasi Huruf

Menurut Adi (2010), terdapat banyak jenis huruf yang telah berhasil diciptakan hingga saat ini. Huruf dapat diklasifikasikan berdasarkan *style* dan juga sejarah terbentuknya sebuah tipografi. Dalam sebuah kampanye, penggunaan tipografi dengan jenis modern dan Sans Serif sangat sering digunakan. Penulis memutuskan menggunakan jenis tipografi tersebut.

3) Modern

Jenis huruf ini ditemukan pada abad ke-18. Ciri-ciri yang dapat terlihat dari jenis huruf ini yaitu terdapat *stress* yang tampak tegak vertikal, kemudian diikuti dengan *serif* yang tipis tidak memiliki lengkungan melainkan mendatar, dan terdapat perbedaan antara bagian tipis dan tebal pada *stroke*.



Gambar 2.12 Jenis Huruf Modern

Sumber: Kusrianto, (2010)

4) Sans Serif

Jenis huruf ini ditemukan pertama kali pada tahun 1816. Terdapat kata '*Sans*' yang berarti jenis huruf ini tidak terdapat *serif* atau kait. Jenis huruf ini biasanya digunakan pada media yang besar dan tinggi yang mengharuskan dibaca dengan cepat seperti *billboard*, petunjuk jalan dan lain sebagainya. Selain tidak memiliki *serif* atau kait, ciri yang terdapat pada jenis huruf ini yaitu tidak adanya perbedaan ketebalan maupun ketipisan pada *stroke* membuat huruf ini tampak konsisten.



Gambar 2.13 Jenis Huruf Sans Serif

Sumber: Kusrianto, (2010)

2.2.4 Layout dan Grid

Dalam desain grafis, layout merupakan aturan tata letak dari sebuah desain. Aturan ini sifatnya tidak paten melainkan dapat berubah menyesuaikan konteks dan media yang akan digunakan. Sedangkan *grid* adalah struktur komposisi yang digunakan untuk mengatur komposisi sebuah desain baik teks maupun gambar. *Grid* terdiri dari bagian vertikal dan horizontal yang terbagi ke dalam kolom dan margin. *Grid* digunakan sebagai struktur dari buku, majalah, *website*, dan lain-lain (Landa, 2013). Hingga saat ini, terdapat banyak klasifikasi *layout*, berikut beberapa klasifikasi *layout* yang akan penulis pilih seperti:

1) *Mondrian layout*

Mengacu pada rancangan Piet Mondrian, semua bidang/elemen sejajar dengan bidang dasar penyajian (format).

2) *Multi panel layout*

Pengaturan *layout* yang membagi bidang dasar penyajian menjadi beberapa bagian dan diisi dengan elemen-elemen visual dengan ukuran yang teratur.

3) *Picture window layout*

Layout yang menampilkan elemen utama dengan sangat *close up* (dekat atau besar), dan elemen pendukung hanya sedikit/kecil.

4) *Copy heavy layout*

Layout yang mengutamakan komposisi *copywriting*, dan didominasi oleh teks.

5) *Frame layout*

Aturan *layout* yang membuat *frame/border* menyampaikan informasi/cerita.

6) *Type specimen layout*

Layout yang berfokus pada pengaturan *headline* yang dibuat sangat besar, *headline* digunakan sebagai elemen utama dalam komposisi halaman.

7) **Grid layout**

Layout yang mengacu pada skala, ukuran, dan pengaturan sistem *grid*.

8) **Bleed layout**

Layout yang menggunakan *frame* yang jelas, tampak seolah-olah seperti belum dipotong / trim.

9) **Vertical panel layout**

Layout yang memiliki garis vertikal atau pembagi secara vertikal yang terlihat oleh mata.

10) **Rebus Layout**

Layout dengan kombinasi komposisi gambar dan teks yang menghasilkan cerita atau narasi dalam satu halaman.

2.2.5 **Fotografi**

Fotografi adalah sebuah visual yang dibuat dengan cara memotret maupun merekam sebuah gambar menggunakan kamera. Fotografi dibagi menjadi beberapa unsur-unsur utama, unsur tersebut antara lain sumber cahaya, objek/subjek, cahaya yang dipantulkan objek/subjek, dan kamera (Karyadi, 2017).

1) **Unsur Utama Fotografi**

A. **Sumber Cahaya**

Pada fotografi unsur yang terpenting adalah cahaya. Dalam fotografi cahaya ini berasal dari cahaya alami (matahari) dan cahaya buatan (blitz, lampu, lilin, obor, api unggun, senter, dll). Ada lima arah cahaya yang digunakan dalam fotografi yaitu *front light*, *back light*, *top light*, *bottom*, dan *side light*. Kelima arah cahaya tersebut memiliki pengaruh terhadap objek / subjek yang menjadi sasaran pemotretan. Setiap pencahayaan memiliki fungsi dan estetika tersendiri.

- **Front Light (Cahaya Depan)**

Pencahayaan ini menghasilkan efek foto yang relatif tanpa bayangan sehingga mengurangi tekstur pada benda / objek yang di foto dan benda / objek yang di foto tersebut tampak *flat* (datar).

- **Back light (Cahaya Belakang)**

Pencahayaan belakang (back light) akan menghasilkan efek siluet atau objek dikelilingi oleh *rim light* yakni cahaya di sekitar objek.

- **Top Light (Cahaya Atas)**

Top light memberikan efek yang dramatis, objek tidak cukup terpisah dari latar belakang dan terdapat bayangan kecil.

- **Bottom light (Cahaya Bawah)**

Cahaya bawah (base/bottom light) biasanya digunakan sebagai cahaya pengisi untuk mengurangi kontras dari pencahayaan utama.

- **Side Light (Cahaya Samping)**

Pencahayaan ini menghasilkan efek menonjolkan bentuk dan permukaan objek foto. Dengan pencahayaan samping, akan tercipta kesan tiga dimensional dan objek foto terpisah dari latar belakang.

B. Objek / Subjek

Objek/Subjek, merupakan benda yang menerima cahaya dari sumber cahaya. Objek lebih cenderung ke benda mati atau suatu aktifitas, sedangkan Subjek lebih ke benda hidup. Semakin banyak cahaya yang diterima oleh objek / subjek, maka semakin jelas benda tersebut terlihat atau pun sebaliknya.

C. Cahaya yang Dipantulkan Objek / Subjek

Subjek / objek cahaya dari sumber cahaya, sebetulnya yang tertangkap mata manusia atau kamera adalah cahaya yang

dipantulkan oleh subjek/objek sehingga membentuk gambaran / lukisan si subjek / objek.

D. Kamera

Kamera merupakan alat yang digunakan untuk menangkap cahaya yang dipantulkan subjek / objek, kemudian menyimpannya ke dalam media penyimpan. Dalam proses fotografi, penulis menggunakan kamera DSLR untuk melakukan pemotretan.

Kamera ini memiliki lensa yang berfungsi untuk menangkap cahaya, diafragma yang berfungsi mengatur besar kecilnya cahaya yang masuk, *shutter speed* yang mengatur cepat atau lambatnya cahaya yang masuk, sensor yang menangkap dan mengubah bentuk cahaya kedalam data digital, prosesor untuk mengolah data digital, kartu penyimpan (memory card) yang berfungsi untuk menyimpan data-data digital.

2) Jenis Fotografi

Menurut Karyadi (2017), jenis fotografi digunakan sebagai pengelompokan secara garis besar, yang mempermudah untuk memahami sebuah karya fotografi,. Terdapat Jenis-jenis fotografi seperti fotografi manusia, *nature*, arsitektur, *still life*, jurnalistik, aerial, bawah air, seni rupa, *makro*, dan *mikro*. Pada hal ini penulis menggunakan jenis fotografi manusia. Lalu dari jenis fotografi manusia dibagi lagi menjadi beberapa *sub* divisi sebagai berikut.

A. Fotografi Manusia

Jenis foto yang menjadi obyek unsur utamanya adalah manusia, dapat menawarkan nilai dan daya tarik untuk divisualisasikan.

- Portrait

Portrait adalah foto yang menampilkan ekspresi dan karakter manusia dalam kesehariannya. Tantangan dalam

portrait, harus dapat menangkap ekspresi obyek seperti *mimic*, tatapan, dan kerut wajah sehingga dapat memberikan kesan emosional dan karakter seseorang.

- ***Human Interest***

Menggambarkan kehidupan manusia atau interaksi manusia dalam kehidupan sehari-hari, memperlihatkan manusia dengan masalah kehidupannya, dapat membawa rasa ketertarikan dan rasa simpati bagi para orang yang menikmati foto tersebut. Pada perancangan fotografi, penulis menggunakan jenis fotografi *human interest*, dalam hal ini memperlihatkan target audiens yang sedang bekerja menggunakan *smart device*.

- ***Stage Photography***

Foto yang menampilkan aktivitas/gaya hidup manusia: yang merupakan bagian dari budaya dan dunia *entertainment* untuk dieksploitasi dan menjadi bahan yang menarik untuk divisualisasikan.

- ***Sport***

Jenis foto yang menangkap aksi menarik dan spektakuler dalam *event* dan pertandingan olah raga.

- ***Glamour Photography***

Jenis foto yang menangkap objek dalam pose yang menekankan kurva dan bayangan. Seperti namanya, tujuan fotografi glamor adalah untuk menggambarkan model dalam cahaya glamor.

- ***Wedding Photography***

yaitu fotografi campuran dari berbagai jenis fotografi. Seorang fotografer pernikahan harus memiliki keahlian dalam fotografi potret, mereka juga harus menggunakan teknik foto yang glamor untuk mengabadikan momen terbaik dan mengolah beberapa gambar dengan perangkat lunak.

3) Fokus dan Komposisi

A. Fokus

Fokus adalah titik di mana objek foto mendapatkan perhatian utama dalam pemotretan. Penempatan fokus yang kurang tepat dapat menyebabkan foto kita *shake* atau *blur*. Di beberapa kamera ada yang memiliki 1 titik fokus, sampai lebih dari 64 titik fokus dan ada titik fokus yang mendeteksi sendiri (auto focus) objek yang akan difokuskan. Dengan memilih fokus kita dapat mendapatkan ruang tajam dan dimensi foto yang berbeda sesuai dengan keinginan dan *feel* yang akan diambil dalam pemotretan. Ada beberapa macam mode fokus sebagai berikut (Karyadi, 2017).

- **Mode Single Shoot / AF-S**

Mode Fokus ini digunakan untuk memotret benda-benda atau objek tidak bergerak. Seperti memotret bangunan, orang yang sedang berpose diam, dan objek lain yang diam. Pada perancangan fotografi, penulis menggunakan mode fokus single shoot pada model yang sedang berpose melakukan pekerjaan dengan *smart device*.

- **Mode AI Fokus / AF-A**

Mode Fokus ini digunakan untuk memotret benda yang sebelumnya diam, lalu bergerak.

- **Mode Continuous Shoot AF-C**

Mode Fokus ini digunakan untuk memotret benda-benda atau objek yang bergerak secara terus-menerus.

- **Manual Focusing (MF)**

Mode Fokus ini menggunakan fokus manual yang pengaturannya diatur sendiri dengan memutar lensa untuk mendapatkan fokus yang diinginkan.

B. Komposisi

Komposisi fotografi berbicara tentang susunan gambar suatu ruang yang digunakan untuk mengatur proporsi elemen-elemen penting dalam sebuah foto. Komposisi fotografi digunakan dengan tujuan membuat elemen visual menjadi seimbang, lalu meningkatkan *mood* dan juga melatih kejelian mata saat mengambil sebuah foto. Terdapat beberapa elemen yang dapat mendukung keseimbangan komposisi fotografi: *point of interest*, *depth of field*, *latar belakang*, *warna*, *pattern*, *framing*, dan *horizontal & vertikal* (Karyadi,2017).

- ***Point of Interest***

Adalah titik utama foto yang memiliki daya tarik paling kuat, sehingga jika melihat foto tersebut mengerti langsung apa yang difoto. Untuk mendapatkan POI dari sebuah foto yaitu menggunakan Rule of Third. Rule of Third (aturan sepertiga) yaitu membagi frame foto menjadi tiga bagian ke kanan dan ke kiri kemudian tiga bagian ke atas dan ke bawah yang kemudian meletakkan objek foto pada garis / titik potong dari garis tersebut.

- ***Depth of field***

Depth of field (Ruang Tajam) yaitu komposisi yang menambah kekuatan objek yang menjadi pusat utama dalam sebuah foto. DOP dibagi menjadi dua yaitu DOF sempit dan DOF luas yang dipengaruhi oleh pengaturan diafragma.

- ***Background***

Background (latar belakang) merupakan bagian pendukung dalam objek foto yang diambil sesuai dengan POI yang ingin disampaikan pada objek foto yang dihasilkan.

- ***Colour***

Pemilihan warna dalam pengambilan foto sangat penting. Dengan memahami warna akan dapat memberikan daya tarik dan kedalaman rasa.

- ***Pattern***

Pattern adalah bentuk yang tersusun dari garis (lurus, melingkar, dan diagonal), pola atau tekstur yang menarik perhatian, seperti susunan bata merah di dinding.

- ***Framing***

Framing (bingkai) pada obyek utama foto, sehingga memberikan daya tarik tersendiri, *framing* ini menggunakan obyek lain sebagai bingkai dan diusahakan agar tidak lebih besar dari obyek utama foto.

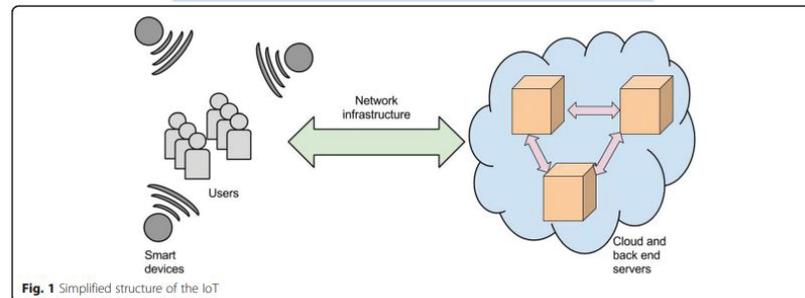
- ***Horizontal dan Vertikal***

Horizontal dan Vertikal dimaksud merupakan posisi kamera untuk memotret. Obyek dalam bentuk portrait (Vertikal) dan landscape (Horizontal). Pada perancangan fotografi, penulis menggunakan kedua komposisi horizontal dan vertikal guna menghasilkan lebih banyak variasi foto.

2.3 Penggunaan Smart Device

Jaman sekarang semakin canggih teknologi masyarakat semakin bergantung terhadap teknologi salah satunya yaitu *smart device*. Menurut (Harwood, et al, 2014) *smart device* memungkinkan pengguna untuk di mana-mana melakukan aktivitas yang bermacam, mulai dari melakukan pekerjaan, berkomunikasi, bermain *game*, *browsing* internet, kirim email, dsb. Pengertian *smart device* oleh Parul Ichhpujani dan Sahil Thakur dalam bukunya Smart Resources in Ophthalmology: *Applications and Social Networking* (2018), *smart device* adalah perangkat elektronik yang terhubung jaringan lain melalui protokol nirkabel yang berbeda seperti *bluetooth*, komunikasi jarak dekat (NFC), WI-FI, 3G, 4G, dan 5G yang memiliki kemampuan untuk beroperasi secara interaktif dan mandiri.

Berikut merupakan bagan yang disederhanakan oleh (Lopez, et al 2017), bagan ini dapat menggambarkan esensi bagaimana *smart device* bekerja.



Gambar 2.14 *Simplified Structure of The IoT*

Sumber: <https://link.springer.com/article/10.1186/s40327-018-0063-8> Simplified structure of the IoT.jpg

2.3.1 Fitur utama *smart device*

Menurut (Fernández, 2018) fitur/ pilar utama yang membuat suatu perangkat menjadi ‘smart’ dapat dikelompokkan menjadi tiga utama yaitu; kesadaran konteks, konektivitas perangkat, dan otonomi.

1) Kesadaran Konteks

Gagasan utama di balik kesadaran konteks adalah kemampuan *smart device* untuk menerima informasi dari lingkungan melalui sensor seperti kamera, akselerometer, mikrofon dan sistem (GPS). Informasi yang dikumpulkan melalui sensor kemudian dapat digunakan *smart device* untuk membuat keputusan otonom atau untuk memberikan bantuan langsung kepada pengguna.

2) Konektivitas

Konsep konektivitas pada *smart device* mengacu pada pembuatan koneksi ke jaringan dengan ukuran berapa pun. Tujuan utama untuk mendapatkan akses internet, dan berbagi informasi dengan perangkat lain di jaringan.

3) Otonomi

Gagasan utama di balik otonomi terdiri dari perangkat yang melakukan tugas secara mandiri tanpa perintah langsung dari pengguna.

2.3.2 Klasifikasi *Smart Device*

Perangkat pintar yang tersedia saat ini antara lain *smartphone*, tablet dan *phablet*, *smart band*, jam tangan pintar, dan gantungan kunci pintar. Paling sering digunakan di kalangan pintar perangkat adalah *smartphone* (Ichhpujiani & Thakur, 2018).

2.3.3 Dampak Posisi Tubuh Yang Tidak Benar

Posisi tubuh yang tidak benar saat menggunakan *smart device* ditambah dukungan punggung yang tidak memadai dapat menambah ketegangan pada otot dan memberi tekanan pada tulang belakang. Seiring waktu, tekanan yang didapat dapat mengubah karakteristik anatomi tulang belakang. Hal ini dapat mengarah pada kemungkinan penyempitan pembuluh darah dan saraf, serta masalah dengan otot, cakram, dan persendian. Semua ini dapat menjadi kontributor utama nyeri punggung dan leher, serta sakit kepala, kelelahan, dan bahkan yang paling parah dapat menimbulkan masalah organ utama dan pernapasan. (Schubbe, 2004).

2.3.4 Posisi Ergonomi Yang Dianjurkan

Posisi tubuh yang benar dalam penggunaan *smart device* adalah cara sederhana namun sangat penting untuk menjaga banyak struktur rumit di punggung dan tulang belakang sehingga tetap sehat. Pada dasarnya, posisi tubuh yang benar berarti menjaga setiap bagian tubuh sejajar dengan bagian-bagian yang berdekatan (Schubbe, 2004). Menurut dr. Andrew Bang DC yang dilansir dari health.clevelandclinic.org, terdapat empat dasar ergonomi tentang memosisikan tubuh yang benar untuk menghindari cedera, rasa sakit dan kelelahan sehingga dapat meningkatkan kinerja kerja secara keseluruhan. Berikut merupakan empat dasar ergonomi.

1) Posisi kepala

Pada dasarnya posisi kepala manusia sejajar dengan tulang belakang, hal tersebut merupakan posisi netral. Seperti diketahui kepala manusia memiliki berat yang sama dengan bola *bowling* yaitu sekitar 4,5 kg. Jadi ketika dalam posisi sejajar/ netral tulang belakang sudah menanggung berat kepala yaitu 4,5 kg. Jika masuk ke posisi yang salah, tentu tulang belakang akan menanggung lebih banyak dari berat itu. Semakin jauh kepala menjauh dari tulang belakang, semakin berat beban yang ditanggung tulang belakang. Bahkan menggerakkan kepala hanya 45 derajat (sedikit melihat ke bawah), berat kepala berubah dari 4,5 kg menjadi 22,6 kg.

Hal tersebut tentu peningkatan yang signifikan yang harus ditanggung tulang belakang dan sangat cepat menyebabkan sakit leher dan punggung. Yang paling parah apabila menunduk 60 derajat sambil menggunakan *smartphone*, tekanan pada tulang belakang, leher dan bahu melonjak hingga 27,2 kg. Jika hal ini berlangsung lama, tentu ini sudah membicarakan rasa sakit dan kerusakan yang sangat parah pada tulang belakang.



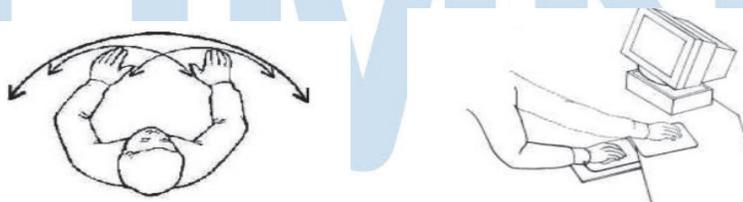
Gambar 2.15 *Adjustments to Prevent Text Neck Pain*
Sumber: <https://www.spine-health.com/conditions/neck-pain/text-neck-treatment-and-prevention>

Jadi untuk posisi kepala, dianjurkan selalu fokus pada tulang belakang dan kepala dalam posisi netral. Tempatkan layar *smart device* tepat sejajar di mana mata melihat (sekitar 30-70 cm jangan terlalu dekat atau jauh), terutama pada area layar yang paling sering digunakan. Gunakan buku atau kotak untuk menopang layar ke tingkat yang sesuai. Jika memiliki dua layar, letakkan layar utama tepat di tengah dan layar sekunder di sebelah kiri atau kanan.

2) Posisi lengan

Pada posisi lengan, ketika sedang duduk atau berdiri saat menggunakan *smartphone*, posisi lengan yang dianjurkan adalah 90 derajat. Jadi dengan itu bahu harus turun pada posisi istirahat (tidak membungkuk ke telinga) dan siku harus ditekuk dengan pergelangan tangan agar tetap dalam posisi netral.

Untuk penggunaan laptop/PC, pada dasarnya harus menjaga benda-benda agar mudah dijangkau. Pada saat penggunaannya, mungkin sering mengalami masalah layar terlalu tinggi sehingga tidak dapat mencapai *keyboard* dan tidak dapat mengetik dengan nyaman. Hal tersebut akan menyebabkan masalah pada leher dan pergelangan tangan. Oleh karena itu dr. Andrew Bang menyarankan untuk menggunakan *keyboard* nirkabel.



Gambar 2.16 Perubahan Lokasi Peralatan Mudah Dijangkau

Sumber: <https://bit.ly/3g3PVmc>

3) Posisi punggung

Terkadang, ketika benar-benar sibuk dengan pekerjaan, punggung cenderung sedikit condong ke depan. Kenyataannya hal

tersebut tidak benar. Lalu dr. Andrew Bang menyarankan supaya meletakkan punggung pada sandaran kursi. Jika terus-menerus condong ke depan, akan menyebabkan punggung cepat lelah, sesak nafas dan sakit punggung. Sebagai gantinya, dapat menggunakan bantal penyangga pinggang, yang memungkinkan duduk dengan lekukan alami di punggung. Tempatkan bantal di bagian bawah punggung dan sesuaikan sehingga kepala berada di atas leher dan bahu. dr. Andrew Bang juga menyarankan untuk menggunakan kursi ergonomis saat bekerja dalam waktu yang lama, karena pada kursi ergonomis terdapat lekukan yang dapat mendistribusikan tekanan secara merata.



Gambar 2.17 Posisi Kerja Yang Salah
Sumber: <https://bit.ly/3VnmKuA>

4) Pergerakan

Menurut dr. Andrew Bang, Bahkan jika duduk dalam posisi terbaik, jika itu berlangsung terlalu lama, itu juga akan membuat sakit dan tidak nyaman. Sendi itu dirancang untuk melumasi sendiri saat sedang bergerak. Itulah mengapa gerakan sangat baik untuk postur tubuh. Ketika menggerakkan tubuh, secara tidak langsung otot-otot meregang karena tegang saat duduk atau berdiri terlalu lama.

Dr. Andrew Bang menyarankan untuk mengatur waktu, atau membuat *reminder* untuk melakukan pergerakan di sela-sela pekerjaan. Cukup melakukan peregangan leher yang sederhana atau sekedar jalan mengambil kopi tentu tidak akan memengaruhi pekerjaan. Bangun setiap 45 hingga 60 menit, Atau jika memiliki meja berdiri, beralihlah dari duduk menjadi berdiri setiap jam dan kembali lagi. Menciptakan variasi sepanjang hari akan membantu kita melawan rasa sakit. Jadi dapat dikatakan gerakan adalah bagian penting dari ergonomi ruang kerja yang baik.

