

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Desain Komunikasi Visual

Desain Komunikasi Visual dalam buku *Pengantar Desain Komunikasi Visual* (Kusrianto, 2007), didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari cara mengomunikasikan pesan dan ide secara visual dengan mengatur elemen-elemen grafis seperti bentuk, gambar, huruf, dan tata letak warna dan desain, melalui berbagai media. Ilmu ini memiliki tujuan untuk menciptakan ekspresi kreatif yang efektif dan efisien dalam mengkomunikasikan pesan dan gagasan. Bentuk dari desain komunikasi visual ada berbagai macam, salah satunya desain grafis. Desain grafis menurut Kusrianto (2007) merupakan seni grafis yang berupa gambar dua dimensi yang melibatkan beberapa aktivitas yang hanya terbatas pada karya cetak atau karya seni yang direproduksi melalui proses pencetakan.

Desain grafis dalam buku *Graphic Design Solutions* (Landa, 2013) merupakan suatu bentuk komunikasi visual yang berperan dalam menyampaikan pesan atau informasi kepada audiens tertentu. Menurut Landa (2013), desain grafis dapat digunakan untuk mempengaruhi perilaku audiens yang dituju melalui media yang dapat memberikan persuasi, informasi, identifikasi, motivasi, dan keterlibatan. Dengan demikian, desain grafis dapat dimanfaatkan sebagai alat yang efektif dalam mencapai tujuan komunikasi yang diinginkan.

Landa juga menambahkan bahwa ketika mencari solusi untuk masalah desain, diperlukan kategori-kategori spesifik yang diarahkan sejalan dengan tujuan penyelesaian desain tersebut, seperti desain promosi/periklanan, desain persuasi, desain interaktif, desain informatif, desain tipografi, dan sebagainya. Namun, Lauer dan Pentak (2014) dalam buku *Design Basics* menyatakan bahwa dalam mendesain, tidak ada satu solusi yang pasti benar karena ada berbagai solusi dan interpretasi individu yang dapat diterapkan dalam desain. Pedoman dalam desain bukanlah untuk membatasi kebebasan desain, tetapi untuk

membimbing desainer untuk merancang desain yang berhasil dan mampu diaplikasikan ke dalam kehidupan sehari-hari.

2.1.1 Elemen Desain

Saat merancang suatu desain, seorang desainer harus memahami dan menguasai elemen desain yang merupakan komponen dasar untuk menciptakan pola visual yang dapat diaplikasikan dan dikembangkan sesuai dengan tujuan solusi desain yang diinginkan. Adapun elemen-elemen desain yang utama dan dimaksud oleh Landa (2013) adalah *line* (garis), *shape* (bentuk), *color* (warna), dan *texture* (tekstur).

1. *Line* (Garis)

Landa (2013) menjelaskan bahwa unit terkecil dari garis dikenal sebagai titik. Dalam gambar *screen-based*, titik yang dapat terlihat dikenal sebagai *pixel*, yang merupakan elemen dari setiap gambar, sehingga garis merupakan elemen visual yang berfungsi untuk memperjelas suatu bentuk atau gambar.



Gambar 2.1 *Lines*

Sumber: <https://yourartpath.com/types-of-line-in-art-meaning>

Garis memiliki beberapa bentuk, seperti lurus, melengkung, dan dapat bersudut. Garis juga memiliki peran penting dalam mengatur komposisi visual, yaitu menentukan batas dan area dalam suatu karya, membantu menciptakan pola dan gaya linier, serta berfungsi untuk menciptakan *line of vision*.

2. *Shape* (Bentuk)

Menurut Landa (2013), bentuk tertata melalui pengaturan garis-garis yang membentuk formasi yang menutup. Ada beberapa elemen yang dapat digunakan untuk menyusun bentuk, termasuk warna, pola, dan tekstur. Bentuk dapat diukur dengan dua satuan, yakni panjang dan lebar, dan dianggap sebagai objek dua dimensi. Ada banyak bentuk yang berbeda, namun semuanya dapat diturunkan dari tiga bentuk dasar, yakni persegi, segitiga, dan lingkaran.



Gambar 2.2 *On White II* (1923) by Wassily Kandinsky
Sumber: <https://artincontext.org/shape-in-art/>

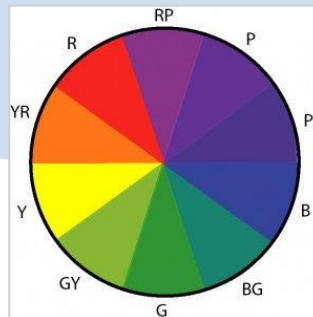
Dalam bentuk terdapat prinsip *figure* atau *ground* yang merupakan suatu metode yang digunakan dalam mengorganisasikan susunan bentuk dalam persepsi visual. Prinsip ini juga dikenal sebagai ruang positif dan negatif. Perbedaan antara suatu bentuk dengan bentuk lainnya dapat ditentukan melalui prinsip *figure* atau *ground*, dimana *figure* (bentuk positif) diidentifikasi sebagai bentuk yang jelas, sedangkan *ground* (bentuk negatif) diidentifikasi sebagai area di sekitar *figure*. Kedua prinsip ini sangat penting dalam menyusun komposisi elemen bentuk yang akan ditempatkan pada bidang tertentu.

3. *Color* (Warna)

Warna menurut Landa (2013) adalah salah satu elemen desain yang sangat berpengaruh dalam menarik perhatian audiens. Elemen warna dapat terlihat karena adanya pantulan cahaya pada suatu benda. Secara umum, elemen warna dibagi menjadi tiga kategori utama, yaitu:

a. *Hue*

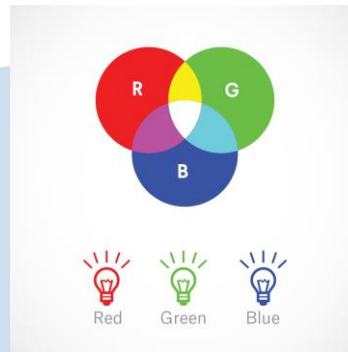
Hue merupakan istilah yang digunakan untuk menyebut warna-warna yang dipantulkan oleh cahaya, seperti merah, biru, dan hijau. *Hue* dapat menciptakan sensasi dan persepsi visual yang berbeda-beda dalam spektrum warna yang luas serta dapat menghasilkan berbagai warna dengan karakteristik yang berbeda-beda.



Gambar 2.3 *Hue*

Sumber: <https://www.virtualartacademy.com/three-components-of-color/>

Penamaan *hue* dapat berbeda meskipun *hue* yang dimaksud sama. Relasi antara warna yang berbeda ini dapat dijelaskan melalui *color wheel* yang dikembangkan oleh Johannes Itten pada abad ke-20. *Color wheel* ini terdiri dari tiga **warna primer**, yaitu merah, kuning, dan biru, atau RGB.

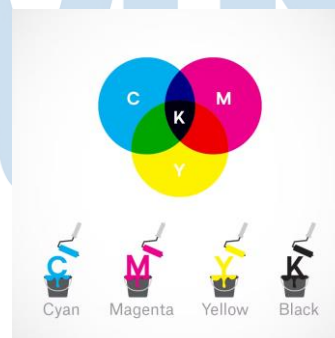


Gambar 2.4 RGB

Sumber: <https://99designs.com/blog/tips/correct-file-formats-rgb-and-cmyk/#:~:text=Both%20RGB%20and%20CMYK%20are,is%20used%20for%20print%20products.>

Warna lain dapat terbentuk dengan mencampurkan ketiga warna primer tersebut. Berikut merupakan jenis-jenis gabungan warna yang dapat dihasilkan dari warna primer, yaitu:

- **Warna sekunder** merupakan warna yang dihasilkan dari pencampuran dua warna primer, contohnya adalah warna jingga yang dihasilkan dari pencampuran warna merah dan warna kuning.
- **Warna tersier** merupakan warna yang dihasilkan dari pencampuran antara warna primer dan warna sekunder, contohnya adalah warna merah-ungu yang terbentuk dari pencampuran warna merah dan ungu.



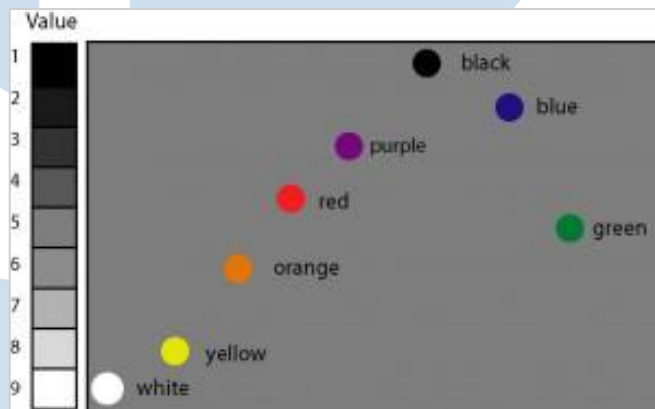
Gambar 2.5 CMYK

Sumber: <https://99designs.com/blog/tips/correct-file-formats-rgb-and-cmyk/#:~:text=Both%20RGB%20and%20CMYK%20are,is%20used%20for%20print%20products.>

Dalam percetakan *offset*, warna-warna utama yang digunakan adalah cyan, magenta, kuning, dan hitam, atau yang lebih sering dikenal sebagai CMYK. Sistem warna CMYK ini sering digunakan dalam produksi karya seni, fotografi, dan ilustrasi dengan warna penuh. Pola dari kombinasi warna CMYK inilah yang membentuk hasil cetak yang berbeda pada persepsi warna.

b. Value

Value mengacu pada tingkat kecerahan atau kegelapan dari *hue* tertentu. Perubahan pigmen dengan penambahan warna hitam atau putih akan mempengaruhi tingkat kecerahan warna tersebut. Selain pigmen, pencampuran *hue* juga dapat mempengaruhi nilai warna dan menciptakan sensasi visual yang berbeda.



Gambar 2.6 Value

Sumber: <https://www.virtualartacademy.com/three-components-of-color/>

Landa (2013) juga menjelaskan bahwa nilai kontras berperan penting dalam menciptakan perbedaan bentuk dalam komposisi visual. Kontras dapat membantu membedakan antara objek dengan latar belakang, sehingga sebuah objek dapat terlihat lebih signifikan berdasarkan kontras yang hanya berasal dari perbedaan *hue* yang mirip. Berbagai kombinasi ini dapat menciptakan efek visual dan emosional yang berbeda.

c. *Saturation*

Saturation atau saturasi mencerminkan tingkat kecerahan atau kekentalan suatu warna. Warna yang paling jenuh memiliki tingkat chroma tertinggi dan tidak memiliki warna netral seperti hitam atau putih. Dalam sebuah komposisi, warna yang jenuh akan lebih menonjol daripada warna yang kurang jenuh ketika ditempatkan bersama-sama.

4. *Texture (Tekstur)*

Menurut Landa (2013), tekstur dapat dijelaskan sebagai citra atau representasi dari karakteristik permukaan atau perasaan objek. Ada dua jenis tekstur, yakni tekstur taktil atau asli dan tekstur visual. Tekstur taktil dapat dirasakan dan disentuh secara langsung, sedangkan tekstur visual hanya dapat dilihat dan tidak dapat dirasakan secara fisik.



Gambar 2.7 *Starry Night* by Vincent Van Gogh

Sumber: <https://www.vangoghgallery.com/painting/starry-night.html>

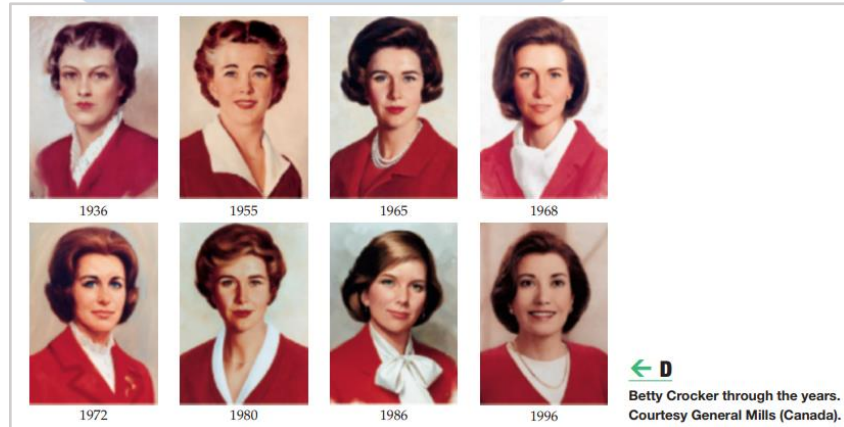
Tekstur visual menciptakan gambaran atau ilusi dari tekstur yang sebenarnya. Tekstur visual dapat dibuat dengan tangan, dipindai, atau difoto menggunakan berbagai media pembuatan gambar untuk meniru berbagai jenis tekstur. Tekstur dalam desain dapat mengandung pola, yaitu pengulangan unit visual di area tertentu. Pola juga bisa memiliki pengulangan yang sistematis atau teratur.

2.1.2 Prinsip Desain

Dalam proses perancangan suatu desain, penting untuk memanfaatkan prinsip desain untuk diterapkan pada setiap komunikasi visual. Lauer dan Pentak (2014) menguraikan prinsip desain menjadi enam bagian, yaitu *design process* (proses desain), *unity* (kesatuan), *emphasis and focal point* (penekanan dan fokus), *scale and proportion* (ukuran dan proporsi), *balance* (keseimbangan), dan *rhythm* (ritme).

1. *Design Process*

Lauer dan Pentak (2014) menyatakan bahwa dalam proses merancang suatu desain terdapat beberapa tahapan yang perlu dilalui untuk meningkatkan kemungkinan munculnya ide dan solusi yang kreatif. Tahapan tersebut meliputi *thinking*, *looking*, dan *doing*. Ketiga tahapan itu dapat dilakukan secara bersamaan dan tidak harus dilakukan secara berurutan.



Gambar 2.8 *Design Process*
Sumber: Lauer dan Pentak (2014)

a. *Thinking*

Setiap tahapan dalam proses desain melibatkan pemilihan keputusan yang harus diambil dan juga proses berpikir. Aspek-aspek yang harus ada dalam proses berpikir atau design thinking antara lain adalah *the problem* (identifikasi permasalahannya), *the solution* (solusi untuk masalah tersebut),

dan *the audience* (audiens yang merupakan target dari perancangan desain tersebut).

b. *Looking*

Observasi adalah keahlian utama yang dimiliki oleh seorang seniman. Melalui proses ini, seorang desainer dapat menemukan keindahan dalam adaptasi suatu objek dengan lingkungannya. Terdapat banyak sumber yang dapat diobservasi, seperti alam, sejarah, dan budaya.

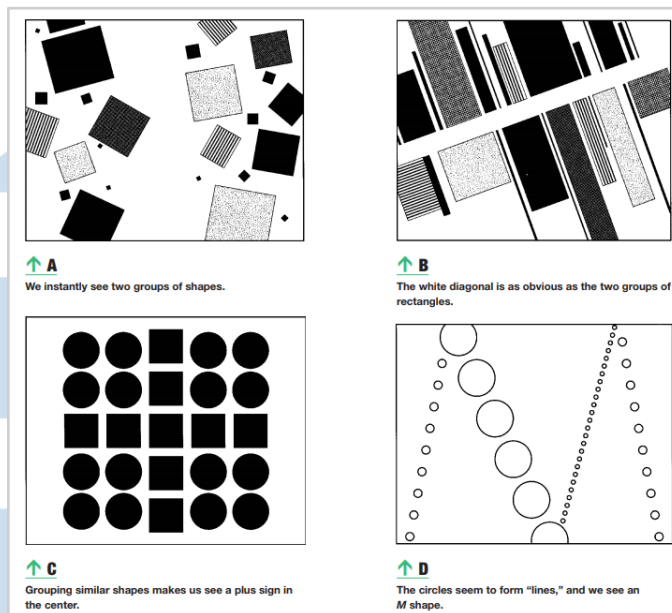
c. *Doing*

Seorang desainer perlu membayangkan visualisasi ide dalam pikiran mereka sebelum menciptakan suatu karya. Hal ini memungkinkan mereka untuk membayangkan material dan bentuk yang dapat diwujudkan. Setelah mereka memiliki ide yang tepat dan siap diwujudkan, mereka dapat segera membuat sketsa dan merancang karya yang diinginkan dengan tepat, sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan.

2. *Unity*

Lauer dan Pentak (2014) menyatakan bahwa tujuan dari kesatuan dalam desain adalah untuk menyatukan berbagai elemen desain yang ada. Hal ini dilakukan untuk memberikan kesan visual dan keharmonisan pada desain secara keseluruhan. Terdapat beberapa bentuk atau jenis kesatuan dalam desain, antara lain adalah *proximity* atau kedekatan, *repetition* atau repetisi, dan *continuation* atau kelanjutan.

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 2.9 Unity

Sumber: Lauer dan Pentak (2014)

3. *Emphasis and Focal Point*

Lauer dan Pentak (2014) mengungkapkan bahwa dalam penciptaan hierarki visual dalam desain melibatkan penentuan tingkat kepentingan dari komponen-komponen desain dengan cara menyusun alur informasi dari yang paling penting hingga yang tidak penting. Dengan menekankan elemen-elemen yang penting serta fokus dalam perancangan suatu desain, pembaca akan tertarik untuk memperhatikan desain dengan lebih seksama.

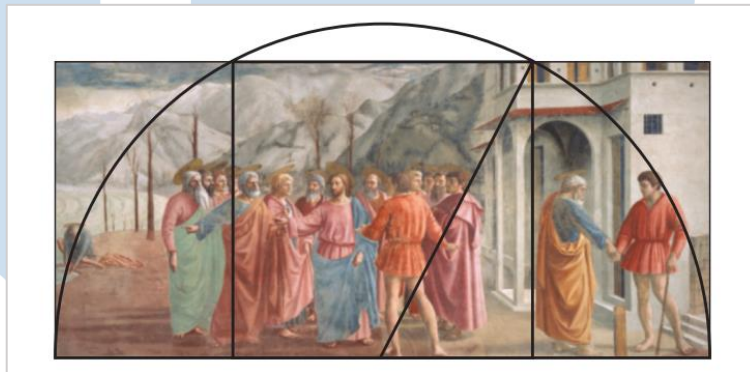


Gambar 2.10 *The Duel after the Masquerade* by Jean-Léon Gérôme

Sumber: Lauer dan Pentak (2014)

4. *Scale and Proportion*

Meskipun terkadang dipahami dengan pengertian yang sama, *scale* (ukuran) dan *proportion* (proporsi) sebenarnya memiliki makna yang berbeda. Ukuran merujuk pada dimensi suatu objek yang dapat dikategorikan menjadi besar atau kecil, sedangkan proporsi merujuk pada hubungan ukuran antara berbagai bagian atau elemen dari suatu objek. Keduanya kemudian diterapkan dengan mempertimbangkan fungsi dan kebutuhan objek yang sedang dirancang. (Lauer dan Pentak, 2014).

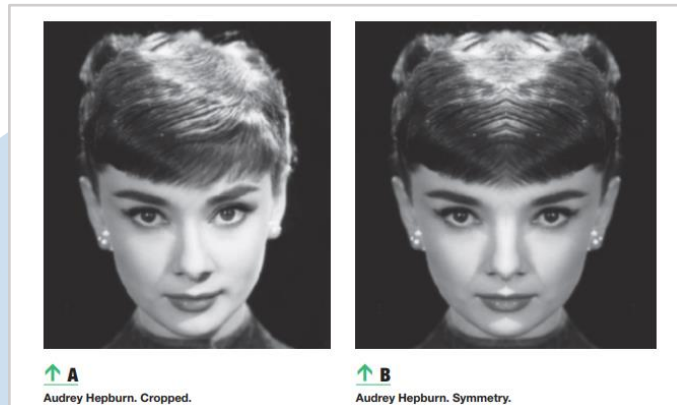


Gambar 2.11 *Scale and Proportion*
Sumber: Lauer dan Pentak (2014)

5. *Balance*

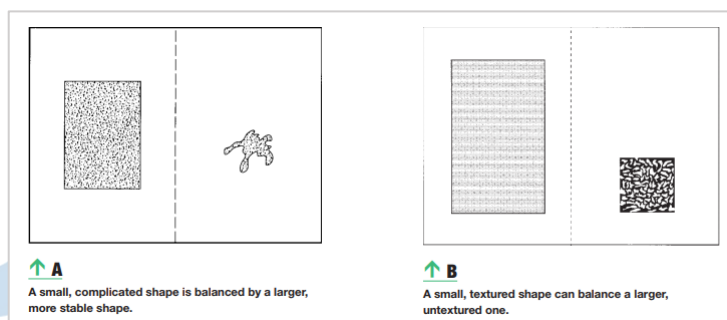
Prinsip keseimbangan yang merata sangat penting dalam menempatkan suatu karya visual baik secara vertikal maupun secara horizontal, sehingga dapat menciptakan keseimbangan yang harmonis. Menurut Lauer dan Pentak (2014), Keseimbangan dapat dibagi menjadi tiga jenis, yaitu keseimbangan simetris, asimetris, dan radial.

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 2.12 *Symmetrical* (kanan)
 Sumber: Lauer dan Pentak (2014)

Keseimbangan simetris dihasilkan dengan menggunakan bentuk yang sama dan diulang secara vertikal dengan posisi seperti cermin. Prinsip ini menghasilkan desain yang seimbang dan sederhana dengan mempertahankan kesamaan dan konsistensi antara elemen visual pada kedua sisi desain. Sedangkan keseimbangan asimetris dihasilkan dengan menempatkan benda dan bentuk yang berbeda namun tetap menciptakan kesan keseimbangan baik secara vertikal, horizontal, maupun bentuk-bentuk lainnya.



Gambar 2.13 *Asymmetrical*
 Sumber: Lauer dan Pentak (2014)

Prinsip keseimbangan asimetris ini menekankan pada keselarasan antara berbagai elemen visual yang berbeda, sehingga tercipta harmoni yang dinamis. Perbedaan dalam ukuran, warna, tekstur, dan bentuk dapat dimanfaatkan untuk menciptakan keseimbangan yang asimetris namun tetap terlihat seimbang secara visual. Di sisi

lain, keseimbangan radial mempunyai elemen berbentuk bulat dan memiliki pusat yang sama, sehingga fokus keseimbangan radial terletak pada pusat elemen tersebut.

6. *Rhythm*

Dasar dari pengulangan atau repetisi dalam desain adalah irama. Penerapan repetisi pada sebuah karya dapat membuat elemen visual menjadi menarik dan unik. (Lauer dan Pentak, 2014).



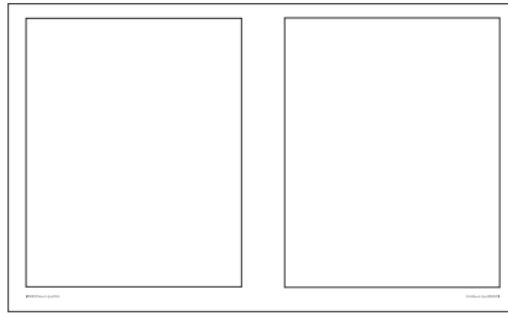
Gambar 2.14 *Hoot Owl in* by Alan Crockett (2013)
Sumber: Lauer dan Pentak (2014)

2.1.3 *Layout*

Landa (2013) menjelaskan bahwa *layout* merupakan tata letak visual dari teks dan gambar pada halaman cetak atau digital. Lalu terdapat *grid* yang merupakan sistem batasan yang digunakan untuk mengatur posisi tulisan. Terdapat tiga jenis sistem *grid* yang digunakan pada penyusunan *layout*, yaitu:

1. *Single-Column Grid*

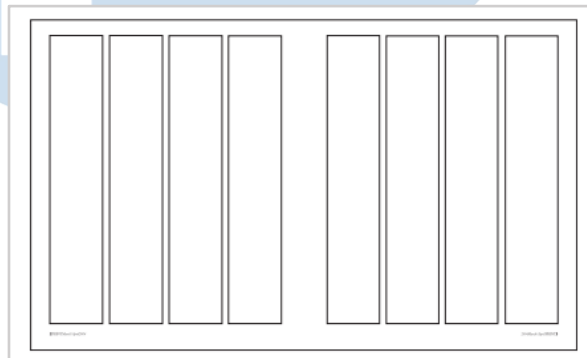
Sistem grid satu kolom, yang juga dikenal sebagai naskah *grid*, merupakan sistem *grid* paling mendasar. Sistem *grid* ini memiliki ciri khas yaitu adanya ruang kosong pada keempat sisi kolom sebagai *margin*. *Margin* ini berfungsi sebagai bingkai proporsional yang dapat memiliki sifat simetris atau tidak simetris.



Gambar 2.15 *Single-Column Grid*
Sumber: Landa (2013)

2. *Multi-Column Grid*

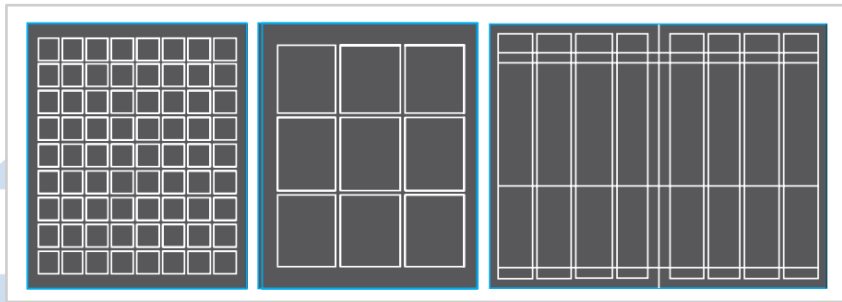
Landa (2013) menggambarkan *grid* ini sebagai sistem yang bertujuan untuk mempertahankan keteraturan visual pada suatu desain. Landa menggunakan analogi garis kolam renang yang membantu perenang agar tetap pada jalur yang ditetapkan.



Gambar 2.16 *Multi-Column Grid*
Sumber: Landa (2013)

3. *Modular Grid*

Modular Grid menurut Landa (2013) adalah sebuah sistem *grid* yang terbentuk dari potongan-potongan kolom dan garis alur yang membentuk modul atau bagian yang dapat diatur sesuai kebutuhan desain. Dalam sistem ini, teks dan visual dapat ditempatkan pada lebih dari satu modul *grid*.



Gambar 2.17 *Modular Grid*

Sumber: Landa (2013)

Terdapat Beberapa cara yang dapat dilakukan dalam penyusunan tata letak yang memadukan gambar dan teks dalam satu *layout*, antara lainnya adalah sebagai berikut:

- *Type and image fused*, yakni kombinasi antara teks dan gambar yang menyatu sehingga tidak bisa dipisahkan dan ditempatkan dalam satu organisasi visual. Keduanya menjadi satu kesatuan yang tidak bisa dipisahkan.
- *Type runs across image*, yakni kombinasi teks dan gambar yang disusun sedemikian rupa sehingga teks ditempatkan di atas atau melewati gambar, sehingga saat dibaca dan dilihat bersamaan, pesan visual akan tersampaikan dengan lebih baik dan efektif.
- *Type positioned outside of image/adjacent to image*, yakni teks yang terposisi di luar gambar. Teks ini tidak termasuk sebagai bagian dari gambar atau tidak ditempatkan di atas gambar, melainkan diletakkan pada ruang kosong yang berdekatan dengan gambar, sehingga tetap menjadi bagian dari gambar yang dimaksud.

2.1.4 *Typography*

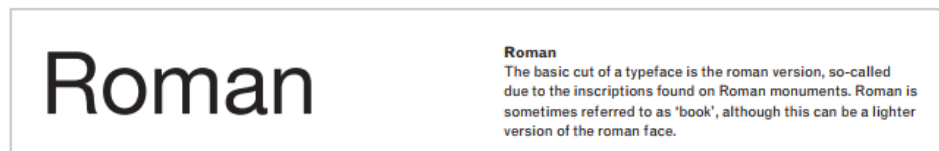
Ambrose dan Harris (2011) mengungkapkan bahwa tipografi adalah bagian fundamental dari kehidupan manusia sehari-hari dan telah berkembang selama berabad-abad menjadi alfabet yang digunakan secara luas. Perkembangan tipografi sangat berkaitan dengan perkembangan

teknologi, terutama di industri percetakan. Dalam buku mereka yang berjudul *The Fundamentals of Graphic Design* (2009), Ambrose dan Harris menjelaskan bahwa tipografi adalah ide tertulis yang diberi bentuk visual. Hal ini mempengaruhi karakter dan atribut emosional dari desain, yang pada akhirnya memengaruhi aksesibilitas ide dan reaksi pembaca terhadap ide tersebut. Oleh karena itu, tipografi merupakan salah satu elemen yang paling berpengaruh dalam desain.

Typeface dan *font* adalah dua elemen yang sangat terkait dalam tipografi. Menurut Ambrose dan Harris (2009), *font* merujuk pada bentuk fisik yang digunakan untuk mencetak *typeface*, seperti mesin tik, stensil, blok cetak, atau kode PostScript. Sementara itu, *typeface* merujuk pada serangkaian karakter, huruf, angka, simbol, dan tanda baca dengan desain yang sama.

Ambrose dan Harris (2009) mengklasifikasikan tipografi berdasarkan anatominya menjadi enam jenis, yaitu *roman*, *italic*, *condensed*, *extended*, *boldface*, serta *light or thin*.

- ***Roman***

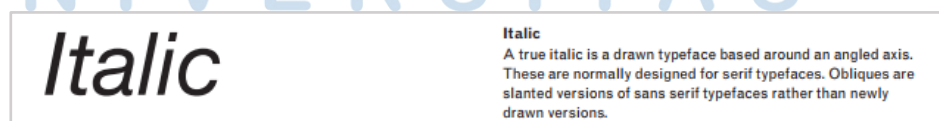


Gambar 2.18 *Roman*

Sumber: Ambrose dan Harris (2009)

Roman merupakan bentuk awal yang paling sederhana dari sebuah jenis huruf. Umumnya jenis ini disebut sebagai 'book', meskipun istilah tersebut juga dapat merujuk pada bentuk yang lebih tipis daripada jenis huruf *roman*.

- ***Italic***

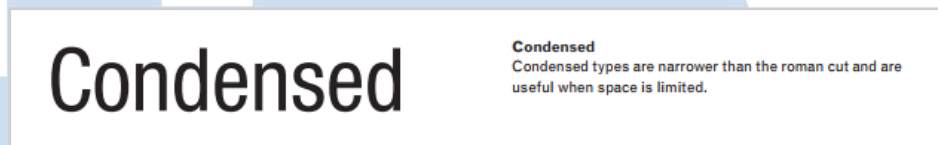


Gambar 2.19 *Italic*

Sumber: Ambrose dan Harris (2009)

Biasanya, jenis huruf *italic* dirancang khusus untuk jenis huruf serif, dan cara yang tepat untuk menerapkannya adalah dengan memiringkan huruf berdasarkan sumbu dengan sudut. Namun, jenis huruf miring yang disebut '*obliques*' dirancang khusus untuk jenis huruf *sans serif*.

- **Condensed**



Gambar 2.20 *Condensed*
Sumber: Ambrose dan Harris (2009)

Jenis huruf '*condensed*' memiliki ciri-ciri yang lebih ramping dibandingkan dengan jenis huruf *roman*, sehingga cocok digunakan ketika ada batasan ruang yang tersedia.

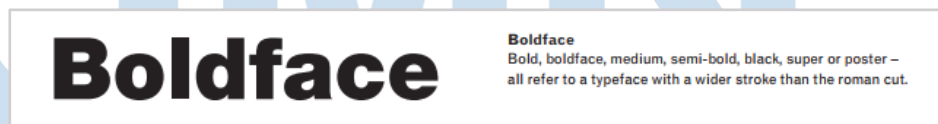
- **Extended**



Gambar 2.21 *Extended*
Sumber: Ambrose dan Harris (2009)

Jenis huruf '*extended*' merupakan varian yang lebih lebar dibandingkan dengan jenis huruf *roman* dan umumnya digunakan untuk membuat judul atau mengisi ruang kosong.

- **Boldface**



Gambar 2.22 *Boldface*
Sumber: Ambrose dan Harris (2009)

Jenis huruf seperti *bold*, *boldface*, *medium*, *semi-bold*, *black*, *super*, atau *poster* merujuk pada jenis huruf dengan *stroke* yang lebih tebal dibandingkan dengan jenis huruf *roman*.

- **Light or Thin**



Gambar 2.23 *Light or Thin*
 Sumber: Ambrose dan Harris (2009)

Light atau *thin* adalah jenis huruf yang memiliki *stroke* yang lebih tipis dibandingkan dengan jenis huruf *roman*.



Gambar 2.24 *Typeface*
 Sumber: Ambrose dan Harris (2009)

Berdasarkan klasifikasi tersebut, Ambrose dan Harris (2009) juga mengelompokkan tipografi berdasarkan *typeface* menjadi sembilan jenis, yaitu *blackletter*, *old style*, *italic*, *script*, *transitional*, *modern*, *square serif*, *sans serif*, dan *serif/sans-serif*.

1. ***Blackletter***

Blackletter didasarkan pada gaya tulisan dekoratif yang populer pada Abad Pertengahan disebut juga dengan sejumlah nama, termasuk *Block*, *Gothic*, *Old English*, *Black*, dan *Broken*.

2. *Old Style*

Old Style merupakan *typeface* yang memiliki *stroke* dengan sedikit kontras dan memiliki tekanan miring. *Typeface* ini juga meliputi *Venetians* dan *Garaldes*.

3. *Italic*

Italic didasarkan pada gaya tulisan tangan orang Italia pada masa Renaisans, di mana bentuk hurufnya dibuat ramping. Pada awalnya, *typeface* ini dikategorikan dalam kelompok yang berbeda dengan jenis huruf *roman*, tetapi kemudian dikembangkan untuk melengkapi jenis huruf *roman*.

4. *Script*

Script merupakan *typeface* yang meniru bentuk kaligrafi pada seni ukiran. *Script* dirancang agar terlihat seperti tulisan tangan manusia, sehingga kemampuan membacanya dipengaruhi oleh berbagai variasi.

5. *Transitional*

Transitional merupakan *typeface* yang memiliki perbedaan antara bentuk *Old Style* menuju bentuk *modern* dan banyak ditemui pada akhir abad ke-17. Karakteristiknya meliputi peningkatan kontras pada *stroke* dan penekanan yang lebih besar pada huruf melengkung.

6. *Modern*

Typeface modern ditandai dengan kontras yang sangat tinggi antara penggunaan *stroke* dan *hairline* serta *serif* yang tidak diberi *bracket*.

7. *Square Serif*

Square Serif memiliki sedikit variasi pada bobot *stroke typeface*-nya dan cenderung terlihat tebal secara keseluruhan.

8. *Sans Serif*

Sans serif merupakan *typeface* tanpa kait/serif dan memiliki sedikit variasi pada penggunaan *stroke*-nya.

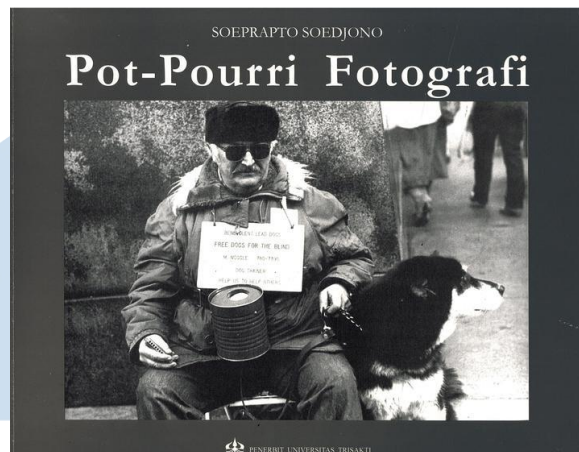
9. *Serif/Sans-Serif*

Serif/sans-serif termasuk dalam pengembangan *typeface* dimana kedua jenis *serif* dan *sans-serif* digabungkan dalam satu huruf abjad.

2.1.5 *Photography*

Menurut Landa (2013), visual yang diperoleh dari hasil tangkapan kamera disebut fotografi. Fotografi saat ini merupakan bentuk gambar yang paling populer dalam komunikasi visual. Ada banyak jenis fotografi berdasarkan subjeknya, dan salah satunya adalah fotografi manusia, dimana manusia dijadikan subjek utama. Fotografi manusia sendiri terdiri dari beberapa kategori yang berbeda, antara lain adalah:

- Potret, yang menampilkan ekspresi dan mimik subjek yang difoto.
- *Human Interest*, yang mengambil gambar tentang kehidupan sehari-hari dan interaksi manusia dengan tujuan membangkitkan simpati.
- *Stage Photography*, yang berfokus pada kegiatan hiburan sebagai subjek utama.
- Olahraga, yang menampilkan atlet atau kegiatan olahraga dalam permainan atau pertandingan.
- *Glamour Photography*, yang mengarah pada objek berpose dengan memainkan bayangan & kurva untuk menciptakan kesan *glamour*.
- *Wedding Photography*, yang mengabadikan momen acara pernikahan. Fotografer pernikahan harus menggabungkan keahlian dalam fotografi potret dan *glamour* untuk menghasilkan hasil foto yang terbaik.



Gambar 2.25 Cover Buku *Pot-Pourri Fotografi*
Sumber: <http://repository.trisakti.ac.id/> (2006)

Menurut Soedjono (2006), fotografi memainkan peran penting dalam Desain Komunikasi Visual (DKV) karena mampu menggambarkan objek dengan akurat, yang membantu meyakinkan audiens mengenai objek yang ditampilkan. Fotografi juga dianggap sebagai bentuk komunikasi, yang terdiri dari dua kata yaitu '*photos*' dan '*graphos*' yang berarti menggambar dengan cahaya. Prinsip dasar fotografi adalah merekam gambar dari hasil pantulan cahaya, sehingga tanpa cahaya, gambar tidak akan muncul atau sulit untuk terlihat.

Soedjono juga menyebutkan bahwa dalam dunia DKV, terdapat dua fungsi utama fotografi, yaitu sebagai perangkat visual dan perangkat komunikasi. Fungsi perangkat visual terkait dengan kemampuan fotografi untuk menghadirkan persepsi visual bagi audiensnya. Di lain sisi, fungsi perangkat komunikasi berkaitan dengan kemampuan fotografi untuk menyampaikan pesan dan kesan kepada audiens melalui gambar yang ditampilkan. Meskipun hanya berupa gambar, makna yang terkandung dalam fotografi dapat sangat berpengaruh dan masif bagi audiensnya.

Dalam dunia DKV, fotografi juga dapat dimanfaatkan sebagai aset visual yang dapat dimodifikasikan sedemikian rupa untuk menyampaikan pesan baru atau bahkan menciptakan makna yang berbeda. Adapun teknik *editing* yang dapat dilakukan dalam fotografi antara lain adalah: koreksi warna (*color correction*), pemotongan/penghilangan sebagian gambar

(*cropping*), penggabungan gambar-gambar yang berbeda (*digital imaging*), dan sebagainya. Adanya teknik-teknik tersebut dapat membentuk suatu aset visual yang memiliki kesan riil serta ekspresif, baik pada objek yang hidup ataupun mati.

2.1.6 *Illustration*



Gambar 2.26 *Illustration* by Mark Wigan
Sumber: Wigan (2009)

Wigan (2009) dalam bukunya yang berjudul *The Visual Dictionary of Illustration* menjelaskan bahwa ilustrasi memiliki kemampuan untuk menyampaikan sebuah konten secara visual sehingga dapat dipahami oleh pembaca melalui imajinasi. Ilustrasi memiliki peran penting dalam berbagai hal, seperti dekorasi, hiburan, komentar, komunikasi, penjelasan, pendidikan, dan inspirasi. Wigan juga menyatakan bahwa ilustrasi dapat digunakan sebagai sarana untuk berekspresi, menginterpretasi, dan berkomunikasi dalam menyampaikan pesan dan gagasan melalui gambar pada suatu media. Wigan kemudian mengelompokkan jenis ilustrasi ke dalam beberapa kategori, sebagai berikut:

- *Caricature*, yakni jenis ilustrasi yang memiliki arti ‘memuat’ dan berkaitan dengan gambar yang berlebihan. Karakteristik dari karikatur dapat dikenali dari gaya dan distorsi pada tubuh karakter yang digambarkan secara berlebihan.

- *Cartoon*, yakni jenis ilustrasi yang menggunakan karakteristik dengan bentuk lucu dan mudah dipahami oleh pembaca. Secara umum, ilustrasi kartun seringkali ditemukan dalam koran atau majalah sebagai gambaran visual untuk menjelaskan suatu hal.
- *Character*, yakni jenis ilustrasi yang digunakan untuk mengubah karakter non-manusia agar terlihat seperti manusia, sehingga memberikan kesan realistis pada karakter tersebut. Biasanya, jenis ilustrasi ini sering diaplikasikan dalam novel bergambar, buku anak-anak, dan film animasi.
- *Comic*, yakni jenis ilustrasi yang menggabungkan seni desain gambar beserta teks menjadi satu kesatuan dalam urutan tertentu, dengan tujuan untuk menyampaikan cerita dan informasi.
- *Conceptual*, yakni jenis ilustrasi yang melibatkan tingginya interpretasi konsep yang digunakan untuk mewakili gambar. Ilustrasi konseptual seringkali digunakan untuk menyampaikan makna secara metaforis, humoris, dan bahkan abstrak.
- *Doodle*, yakni jenis ilustrasi yang tidak memiliki titik fokus, tidak memiliki bentuk seperti gambar formal, dan tidak memiliki arah tertentu. Jenis ilustrasi ini seringkali digunakan sebagai sarana untuk mengisi waktu luang dan sebagai media latihan.
- *Hyperrealism*, yakni jenis ilustrasi yang menghasilkan gambar dengan representasi yang sangat detail. Biasanya, teknik yang digunakan dalam jenis ilustrasi ini adalah teknik realisme. Untuk membuat ilustrasi ini, dapat menggunakan berbagai media seperti cat, cat air, atau bahkan *software* pada media digital.

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

2.1.7 Mixed Media



Gambar 2.27 *Mixed Media*
Sumber: Wigan (2009)

Mixed media menurut Landa (2013) merupakan teknik pembuatan gambar visual dengan menggabungkan berbagai media, seperti mengombinasikan foto dengan ilustrasi.

2.2 Kampanye

Dalam buku *Manajemen Kampanye: Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektikan Kampanye Komunikasi Publik* (Venus, 2018, edisi revisi), Rogers & Storey mendefinisikan kampanye sebagai salah satu cara komunikasi yang bertujuan untuk menciptakan suatu akibat tertentu terhadap target sasaran yang sifatnya berkelanjutan dalam waktu yang telah ditentukan. Tujuan dari kampanye tergantung pada jenis kampanye dan organisasi yang mengadakannya, namun tetap memiliki satu tujuan utama. Kampanye memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pola pikir, perasaan, dan perilaku masyarakat.

Tujuan kampanye dibagi menjadi tiga kategori berdasarkan 3A, yaitu *awareness* (kesadaran), *attitude* (sikap), dan *action* (tindakan). Pada kategori kesadaran, kampanye bertujuan untuk menciptakan atau meningkatkan kesadaran pada masyarakat mengenai suatu masalah atau topik. Pada kategori sikap, kampanye bertujuan untuk membuat masyarakat merasakan empati dan peduli pada topik yang diperkenalkan, serta menerapkannya dalam kehidupan mereka. Pada kategori tindakan, kampanye bertujuan untuk mengubah perilaku atau kebiasaan masyarakat agar sesuai dengan tujuan kampanye.

Venus (2018) membagi kampanye menjadi tiga jenis berdasarkan tujuan dan metodenya, yaitu:

1. *Product Oriented Campaigns*

Kampanye yang umumnya diterapkan dalam dunia periklanan untuk membangun citra positif tentang produk atau merek tertentu, dan untuk meningkatkan penjualan dan keuangan perusahaan.

2. *Candidate-Oriented Campaigns*

Kampanye yang umumnya diterapkan dalam kampanye politik, dengan tujuan memperoleh suara atau dukungan dari kandidat tertentu.

3. *Ideologically or Caused Oriented Campaigns*

Kampanye yang umumnya diterapkan dalam kampanye sosial yang bertujuan meningkatkan kesadaran pada suatu topik atau masalah tertentu, merubah pola pikir dan perilaku masyarakat. Kampanye ini bertujuan sebagai solusi atas masalah-masalah tersebut.

Menurut Venus (2018) juga menjelaskan bahwa ada dua kategori jenis media kampanye, yaitu:

- Media cetak, yakni media yang digunakan untuk meningkatkan kesadaran atau awareness dengan memberikan informasi tentang suatu topik. Media ini terdiri dari bahan fisik seperti koran, majalah, brosur, pamflet, dan lain-lain, yang dicetak menggunakan peralatan cetak seperti printer, kertas, tinta, pensil dan alat lainnya.
- Media elektronik, yakni media yang dapat diakses melalui perangkat elektronik seperti ponsel, laptop, televisi, dan alat elektronik lainnya. Jenis media ini sangat efektif dalam menjangkau audiens yang lebih luas dan dapat menghasilkan respon yang lebih cepat. Jenis media ini juga mencakup media-media yang berbasis *screen-based and application*, seperti *social media* dan *in-game ad*.

2.3 Strategi Kampanye Berdasarkan AISAS

Strategi kampanye yang digunakan dalam perancangan kampanye berdasarkan pada teori komunikasi AISAS yang dicetuskan oleh Sugiyama & Andree dalam buku *The Dentsu Way* (2011). Teori komunikasi AISAS ini terdiri dari lima tahap, yakni:

1. *Attention*

Pada tahap ini, audiens perlu memiliki kesadaran atau minat terhadap suatu produk, layanan, atau iklan melalui penjelasan informasi yang berbeda, menarik, dan mudah dipahami.

2. *Interest*

Setelah audiens menyadari keberadaan suatu hal, timbulkan rasa ingin tahu atau daya tarik untuk memperoleh pengetahuan lebih lanjut tentang topik atau informasi yang disajikan. Tahap ini berjalan seiring dengan tahap *attention* karena tujuannya yang sama, yaitu untuk memperoleh perhatian dan minat.

3. *Search*

Pada tahap ini, audiens telah mengembangkan rasa ingin tahu yang lebih mendalam terkait dengan topik yang diangkat. Audiens kemudian mencari informasi melalui internet, media tradisional, atau dari rekomendasi langsung.

4. *Action*

Pada tahap ini, audiens telah memperoleh informasi yang diperlukan untuk mencapai suatu kesimpulan dan mempertimbangkan tindakan yang ingin dilakukan. Dalam kampanye, harapannya adalah audiens dapat memicu tindakan yang diinginkan oleh pengirim pesan, seperti pembelian produk, perubahan dalam pola pikir, dan sebagainya.

5. *Share*

Pada tahap akhir ini, audiens membagikan informasi tentang topik yang diangkat kepada orang-orang di sekitarnya berdasarkan pengalaman dan penilaian mereka, baik melalui internet maupun secara langsung.

2.4 Perjudian

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2016), judi didefinisikan sebagai permainan yang melibatkan penggunaan uang atau benda berharga sebagai taruhan. Pasal 303 ayat 3 KUHP di Indonesia mendefinisikan judi sebagai suatu permainan yang umumnya bergantung pada keberuntungan dan pengharapan untuk menang. Hal ini mencakup taruhan pada hasil lomba atau permainan yang

tidak diadakan oleh para peserta yang terlibat dalam lomba atau permainan tersebut, serta segala bentuk permainan lainnya. Menurut Mastono (2013), terdapat banyak macam jenis perjudian, di antara lainnya adalah:

- **Roulette**
Roulette merupakan jenis perjudian dimana seseorang mempertaruhkan uang pada salah satu dari 36 angka dan dua angka tambahan (sebanyak total 38 angka). Apabila tebakannya tepat, maka hadiah yang diperoleh akan berlipat ganda sebanyak 36 kali dari jumlah taruhan yang dipasang.
- **Blackjack**
Blackjack atau yang dikenal juga sebagai permainan 21 adalah sebuah permainan judi di mana seorang *dealer* melayani beberapa penjudi. Jika kartu yang dimiliki oleh *dealer* memiliki nilai yang lebih tinggi daripada kartu yang dimiliki oleh semua pemain, maka seluruh pemain akan kehilangan taruhan mereka. Sebaliknya, jika kartu *dealer* memiliki nilai yang lebih rendah, maka *dealer* harus membayar taruhan pemain.
- **Togel**
Permainan judi togel atau ‘toto gelap’ melibatkan penggunaan uang sebagai taruhannya dengan cara menebak angka yang akan keluar. Permainan togel sangat populer di Indonesia dan terdapat banyak jenis lotere togel dengan nilai dan keuntungan yang berbeda, sesuai dengan peraturan perjudian yang diberlakukan oleh masing-masing *dealer* togel di setiap wilayah.
- **Dadu**
Dadu atau yang juga dikenal sebagai ‘glodok’ adalah suatu permainan judi yang menggunakan dadu sebagai alat bermainnya. Pada permainan ini, pemain diminta untuk memprediksi jumlah angka pada dadu yang akan keluar, dan jika tebakannya sesuai dengan jumlah yang muncul pada dadu, maka pemain dianggap sebagai pemenang

dalam permainan tersebut. Dadu juga sering ditemukan pada permainan *online gambling*, seperti pada permainan 777.

- **Sabung Ayam**

Sabung ayam adalah permainan yang melibatkan dua ekor ayam jantan yang bertarung, dan para penjudi memilih untuk mendukung salah satu ayam yang mereka pilih. Jika ayam yang didukung berhasil memenangkan pertandingan, maka penjudi juga akan meraih kemenangan atau keuntungan.

- **Mahjong**

Di Asia, *mahjong* dikenal sebagai permainan judi. Tujuan dari permainan ini adalah untuk membangun seri lengkap dari 13 atau 16 ubin, biasanya dalam tiga set. Pemain yang pertama kali berhasil membangun seri ini secara lengkap adalah pemenang. Untuk memenangkan permainan, ubin-ubin tersebut harus disusun menjadi seri yang terdiri dari 14 atau 17 ubin.

- **Online Gambling**

Perjudian secara daring atau *online gambling* merupakan bentuk perjudian modern yang sedang populer saat ini. Pemain tidak perlu bertemu langsung dengan lawan atau bandar, karena mereka dapat memainkan permainan judi melalui internet, sehingga jarak bukan lagi menjadi penghalang untuk berjudi.

Menurut Sanderson (2000), ada berbagai faktor yang menyebabkan seseorang terjerumus ke dalam perjudian, salah satunya adalah masalah keuangan. Individu yang mengalami kesulitan finansial membutuhkan insentif untuk memperbaiki situasinya. Kebiasaan berjudi menurut Mastono (2013), dapat berdampak negatif pada kesehatan mental seseorang, antara lain membuatnya menjadi tidak hati-hati, malas, cenderung berspekulasi, dan mudah mengambil risiko tanpa pertimbangan yang matang. Tak hanya itu, menurut Mastono, judi juga dapat mengakibatkan dampak-dampak negatif lainnya, seperti:

- Pekerjaan dapat terbengkalai karena seseorang terlalu terfokus pada keseruan berjudi dan kehilangan minat pada tugas-tugas pekerjaan.
- Ketergantungan pada judi yang berkepanjangan dapat mengurangi iman seseorang kepada Tuhan, sehingga ia lebih mudah tergoda untuk melakukan tindakan yang tidak pantas.
- Terdorong untuk melakukan kejahatan sebagai cara "mendapatkan uang" untuk memenuhi keinginan judi yang tak terkendali tersebut, seperti mencuri, merampok, dan sebagainya.

Dalam buku *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders Fifth Edition* (2013), terdapat penjelasan mengenai *gambling disorder*. *Gambling disorder* merupakan perilaku yang ditampilkan seseorang saat mengalami kecanduan judi. Perilaku-perilaku ini harus terjadi setidaknya selama 12 bulan dan mencakup hal-hal berikut: terus meningkatkan jumlah uang yang dipertaruhkan, menunjukkan emosi yang tidak stabil, menjadikan perjudian sebagai aktivitas utama, menggunakan perjudian sebagai cara untuk mengatasi stres, tidak dapat berhenti atau merasa menyesal ketika kalah dan kehabisan uang, berbohong untuk menyembunyikan aktivitas perjudian, mengalami masalah dalam hubungan sosial atau pekerjaan akibat perjudian, bergantung pada orang lain untuk uang yang dihabiskan untuk berjudi, dan menumpuk hutang.

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA