

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Desain Grafis

Desain grafis merupakan sebuah bentuk komunikasi dalam bentuk visual yang digunakan untuk menyampaikan pesan maupun informasi kepada audiensi yang ditargetkan (Landa, 2014).

2.1.1. Elemen Desain

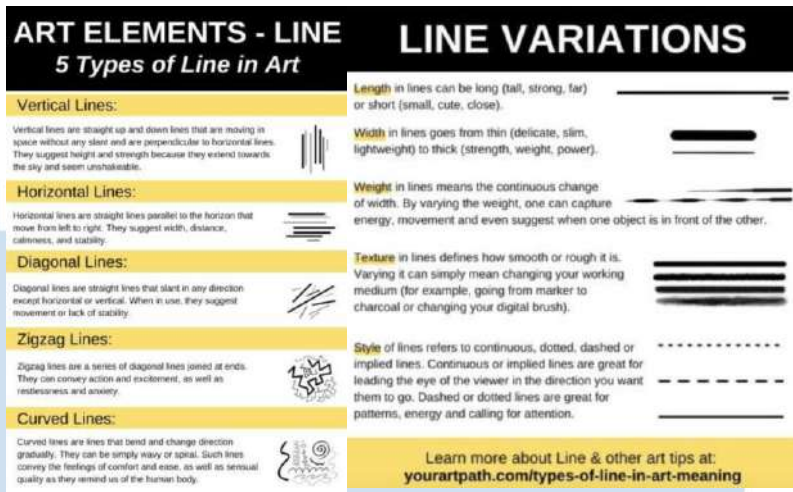
Dalam penyusunan suatu desain, terdapat elemen-elemen yang menyusun hingga membentuk sebuah karya yang komunikatif serta efektif (Landa, 2014).

1) Garis



Gambar 2. 1 Jenis-Jenis Garis
(Sumber: Landa, 2013)

Garis merupakan sebuah elemen desain yang terdiri dari sekumpulan titik yang terkumpul dalam bentuk satu jejer. Bentuk garis dapat berupa lurus, melengkung, atau angular. Tidak hanya itu, sebuah garis dapat memiliki ketebalan yang berbeda-beda.



Gambar 2. 2 Jenis-Jenis dan Variasi Garis
(Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/44121271342051933/>)

Terdapat ketebalan tipis, sangat tebal, halus, kasar. Garis dapat dibuat oleh beragam alat. Beberapa contoh alat dalam pembuatan garis adalah pensil, kuas runcing, alat-alat dalam sebuah *software*, dan lain-lain.

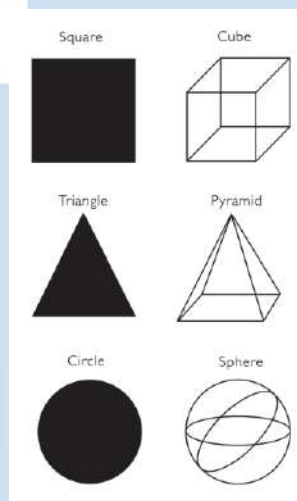


Gambar 2. 3 Contoh Garis pada Buku
(Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/48026674777264878/>)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

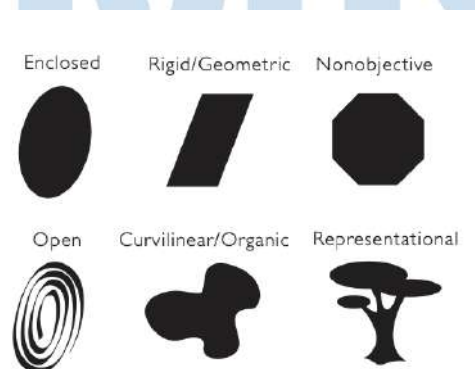
2) Bentuk

Landa (2013) menyatakan bahwa terdapat bermacam-macam dan pengelompokan dalam bentuk di dunia desain. Landa juga memiliki definisi tersendiri dalam mengartikan sebuah bentuk.



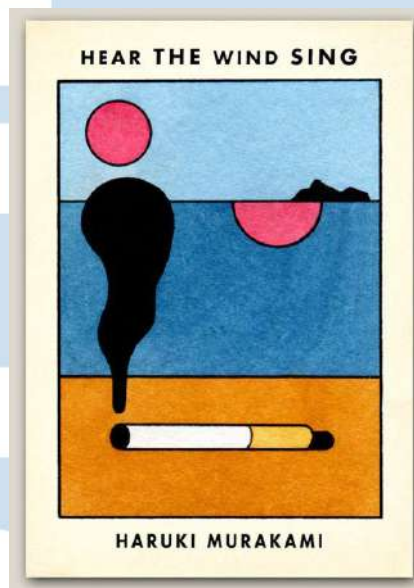
Gambar 2. 4 Macam-Macam Bentuk
(Sumber: Landa (2013))

Bentuk merupakan sebuah elemen desain yang terbentuk dari garis, tekstur, *tone*, atau warna pada bidang dua dimensi yang menutup. Sebuah bentuk dapat diukur dari segi tinggi dan lebar.



Gambar 2. 5 Pengelompokan Bentuk
(Sumber: Landa (2013))

Segala bentuk terbentuk dari tiga dasar bentuk, yakni segitiga, kotak, dan lingkaran. Bentuk memiliki pengelompokan tersendiri, yakni menjadi bentuk geometris, organik, tidak beraturan, tidak sengaja, abstrak, melengkung, representasional, *non-representational* dan *non-objective shape*.



Gambar 2. 6 Contoh Bentuk pada Buku
(Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/422281198669433/>)

3) Warna

Warna merupakan deskripsi dari energi cahaya, dimana jika cahaya memantul dari sebuah objek. Saat cahaya berada di suatu objek, maka objek akan menyerap Sebagian cahaya tersebut dan sisanya akan dipantulkan. Cahaya dipantulkan yang disebut sebagai warna.

Di dalam warna, terdapat elemen-elemen yang menyusun.

A) *Hue*

Hue merupakan sebuah nama dari warna dasar, yakni warna merah atau biru, biru atau jingga. *Hue* memiliki beberapa golongan, yakni primer, sekunder, dan tersier. *Hue* juga dapat dikatakan sebagai temperature dari warna. Temperatur warna

dibagi menjadi warna hangat dan warna dingin. Warna hangat mencakup merah, jingga, dan kuning. Sementara itu, warna dingin mencakup biru, ungu, dan hijau.

B) *Value*

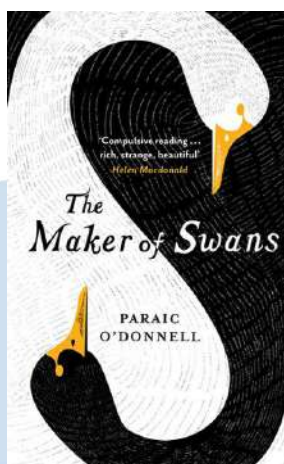
Value merupakan sebuah elemen warna yang mendefinisikan gelap atau terangnya sebuah warna. Contoh dari *value* adalah merah tua, biru tua, biru muda, dan hijau muda. *Shade*, *tone*, dan *tint* menjadi aspek yang berbeda pada *value*. Ketiga aspek tersebut dapat memberikan kesan yang berbeda-beda pada suatu warna.

C) *Saturation*

Saturation atau Saturasi merupakan tingkat dari terang atau kusamnya suatu warna. Saturasi dapat disebut juga sebagai *Chroma* atau *Intensivity*. Warna yang memiliki tingkat saturasi yang tinggi disebut dengan warna jenuh. Warna yang memiliki saturasi tinggi tidak memiliki pencampuran dengan warna hitam, putih, dan abu-abu yang membuat warna tersebut menjadi kusam. Sehingga, warna jenuh dapat menarik perhatian mata yang melihat dibandingkan warna yang kusam.

4) *Tekstur*

Tekstur merupakan sebuah representasi dari sebuah kualitas permukaan yang dapat dirasakan oleh sentuhan. *Tekstur* terbagi menjadi dua, yakni *Tekstur Sesungguhnya (Actual Texture)* dan *Tekstur Gambar (Visual Texture)*. *Actual Texture* merupakan *texture* yang dapat disentuh dengan tangan dan dapat disentuh secara fisik. Sementara itu, *tekstur gambar* merupakan *tekstur* yang dibuat sehingga menciptakan sebuah ilusi dari *tekstur* asli. Contoh dari *tekstur gambar* adalah foto, gambar, hingga lukisan.



Gambar 2. 7 Contoh Tekstur Gambar
Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/480266747776528165/>

2.1.2. Psikologi Warna

Sebagai salah satu elemen desain, warna memiliki pengaruh kepada manusia secara psikologis. Warna dapat menyampaikan suasana yang terhubung dengan perasaan dan reaksi dari manusia. Tidak hanya itu, warna memiliki keterkaitan dengan intelektual dan emosi seseorang. Pembentukan interpretasi pada warna juga dipengaruhi oleh budaya, sejarah, hingga aspek tradisional. Pengalaman dari tiap individu manusia juga dapat memengaruhi bagaimana tiap individu mengartikan sebuah warna. Oleh karena itu, dibutuhkan profesionalisme dalam mengartikan sebuah warna dengan memisahkan perspektif profesional dengan pengalaman pribadi seseorang saat bekerja di bidang profesional. Berikut merupakan psikologi warna dari merah, biru, hijau, hitam, kuning, jingga, ungu, putih, dan coklat. (Eiseman, 2017)

1) Merah

Warna merah identik dengan warna hangat dan memiliki kekuatan yang dapat memicu seseorang untuk menaikkan nafsu makan, meningkatkan adrenalin, kekuatan otot, amarah, denyut darah, dan membuat membuat manusia memiliki kecenderungan untuk berlaku lebih cepat dan lebih kuat.



Gambar 2. 8 Merah
(Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/480266747776452745/>)

Merah menjadi simbol dari cinta, keberanian, semangat yang membara. Tidak hanya itu, warna merah juga menunjukkan determinasi untuk terus melangkah maju.

2) Kuning

Dalam spektrum warna, kuning merupakan warna yang paling terlihat dibandingkan dengan warna-warna lainnya. Secara umum, warna kuning identik dengan warna matahari, dimana warna ini memberikan kesan semangat dalam menyambut hari baru, kehangatan, harapan, kebahagiaan, dan menyenangkan.



Gambar 2. 9 Kuning
(Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/480266747776452748/>)

Tidak hanya itu, warna kuning juga identik dengan keramahan, optimis, dan semangat. Warna kuning memiliki pengaruh pada otak, yakni mengstimulasi otak kiri untuk berpikir lebih logis, membersihkan pikiran agar memiliki kejelasan yang jelas dalam memilih suatu pilihan.

3) Jingga



Gambar 2. 10 Jingga

(Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/774408098440861493/>)

Warna jingga merupakan warna yang membangun keinginan dari seseorang dan menyuarakan hal-hal spontan. Sama seperti kuning, warna jingga merupakan warna yang memberikan optimisme, penuh dengan energi, keramahan, dan keceriaan. Warna jingga memiliki korelasi dengan musim gugur.

4) Hijau

Secara umum, warna hijau selalu berkorelasi dengan alam dan tumbuh. Namun di beberapa tempat dan kepercayaan, warna hijau memiliki arti yang berbeda-beda. Seperti contoh, warna hijau merupakan simbol kesuburan di China. Dalam negara Islam, warna hijau menyimbolkan surga dan warn aini sangat kuat

Dari seluruh spektrum warna, biru merupakan warna yang paling dingin diantara warna lain. Warna biru memberikan kesan kontemplatif, refleksi, ketenangan, dan relaksasi. Dari segi keagamaan warna biru memberikan kesan inspirasi, ketulusan, kejujuran, keimanan, dan dedikasi.

6) Ungu

Warna ungu memiliki arti yang berbeda-beda sesuai dengan didominasi dengan merah atau dengan warna biru. Jika warna ungu didominasi oleh warna merah, maka ungu menjadi warna yang aktif, sensual, dinamis, semangat, dan *theatrical*.



Gambar 2. 13 Ungu

(Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/648518415105611908/>)

Sementara itu, warna ungu dengan dominasi warna biru memiliki arti yang tenang, sejuk, dan terhormat. Tidak hanya itu, warna ungu juga dilambangkan sebagai warna yang loyal, mahal, dan memiliki level yang tinggi.

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

7) Coklat



Gambar 2. 14 Coklat

(Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/130956301656923524/>)

Warna coklat melambangkan stabilitas, kejujuran, sederhana, membumi dan simbol dari koneksi dengan masa lalu. Tidak hanya itu, warna coklat dapat diartikan sebagai elegan dan mahal.

8) Putih



Gambar 2. 15 Putih

(Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/480266747776453561/>)

Warna putih disimbolkan sebagai warna yang suci, bersih, ketenangan, ringan, tidak berbahaya, dan menggambarkan sesuatu yang jauh dari hal-hal yang dapat menyakiti perasaan seseorang.

9) Hitam

Warna hitam menjadi warna yang cukup berat karena warna ini memberikan energi suram, kesedihan, kejahatan, dan pemberontakan, Di abad ke 15, warna hitam menjadi warna yang menunjukkan disiplin dan keseriusan.



Gambar 2. 16 Hitam

(Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/480266747776453564/>)

Namun, saat ini warna hitam menjadi warna yang memiliki kesan kebijaksanaan, wawasan yang luas, kekuatan dan elegan. Tidak hanya itu, warna hitam juga memberikan semangat dan rasa kepemilikan dan kepercayaan diri.

2.1.3. Prinsip Desain

Dalam merancang desain dengan elemen desain, dibutuhkan penggunaan prinsip desain. Prinsip desain ini saling berkaitan satu sama lain dan yang dapat menjadikan desain lebih baik (Landa, 2014).

1) Format

Format merupakan sebuah perimeter yang utuh dan menjadi sebuah bidang atau substrat untuk desain grafis. Format dapat berbentuk kertas, layar gawai, *billboard*, dan lain-lain. Format dapat disebut sebagai tipe pengaplikasian, seperti sampul CD dan poster.

2) *Balance*

Balance atau keseimbangan merupakan equilibria atau stabilitas yang terbentuk dari penyebaran berat visual yang seimbang dari garis tengah dan dari elemen-elemen dalam komposisi. Elemen visual, bentuk, warna, tekstur, dan ukuran memberikan kontribusi penting dalam membentuk keseimbangan visual. Terdapat dua jenis keseimbangan, yakni keseimbangan simetris dan asimetris. Keseimbangan simetris merupakan keseimbangan yang terbentuk karena penyebaran dari bobot visual yang merata dari titik pusat. Sementara itu, keseimbangan asimetris merupakan

3) *Visual Hierarchy*

Visual Hierarchy atau Hierarki Visual merupakan penekanan utama untuk menyusun informasi dan mengklarifikasi suatu komunikasi. Dengan adanya hierarki visual, audiensi dapat diarahkan dalam melihat bagian-bagian dari sebuah visual. Hal ini dapat dikatakan sebagai *focal point*, berartikan sebuah titik yang ditekankan lebih.

4) *Skala*

Skala merupakan sebuah elemen yang menentukan ukuran dari sebuah visual dan dapat terlihat kesinambungannya dengan elemen grafik lain.

5) *Rhythm*

Ritme membuat mata manusia bergerak ke sekitar sebuah bidang. Sebuah pola dapat bergerak secara lancar namun tiba-tiba dihentikan, dipercepat maupun diperlambat. Ritme dapat berbentuk repetisi maupun variasi. Repetisi terjadi jika sebuah visual digunakan secara berulang atau dengan konsistensi yang baik. Sementara itu, variasi terjadi saat sebuah visual tersusun dari elemen-elemen yang berbeda atau terdapat sebuah modifikasi dari suatu pola yang ada. Modifikasi atau perbedaan ini dapat terjadi pada warna, bentuk, ukuran, posisi, hingga jarak.

6) *Unity*

Unity atau kesatuan merupakan elemen desain dimana seluruh komponen desain menyatu dan saling memiliki kolerasi antar satu dengan yang lainnya. Pikiran manusia cenderung membuat suatu keteraturan, membuat koneksi, dan melihat secara menyeluruh dengan pengelompokkan.

7) *Laws of Perceptual Organization*

Terdapat 6 aturan atau hukum yang tergabung dalam *Perceptual Organization*, yakni:

a) *Similarity*

Merupakan kesamaan ataupun kemiripan bentuk, baik dalam bentuk warna, tekstur, hingga arah. Kemiripan ini menjadi sebuah kesatuan dalam sebuah visual.

b) *Proximity*

Merupakan elemen yang berdekatan antara satu dengan yang lain. Kedekatan antar elemen dapat dilihat menjadi sebuah satu kesatuan.

c) *Continuity*

Merupakan elemen yang berkelanjutan dan memunculkan sebuah koneksi antar bagian. Sehingga, menimbulkan impresi bergerak.

d) *Closure*

Kecenderungan pikiran dari bentuk-bentuk yang tertutup menciptakan sebuah pola, bentuk dan kesatuan yang utuh.

e) *Common Fate*

Sebuah elemen menjadi sebuah kesatuan jika elemen tersebut bergerak ke satu arah yang sama.

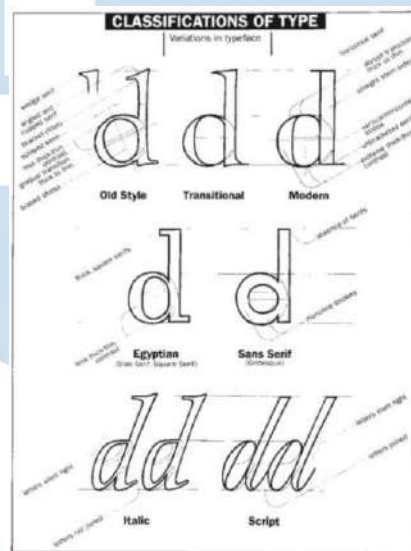
f) *Continuing Line*

Pikiran diarahkan oleh garis yang mengikuti arah atau jalan yang sederhana.

2.1.4. Tipografi

Tipografi merupakan sebuah desain dalam bentuk huruf dan tersusun di ruang dua dimensi (media cetak maupun layar) serta di ruang dan waktu (untuk *motion* dan media interaktif). Sementara itu *Typeface* merupakan sebuah set huruf, angka, maupun tanda yang terbentuk dari konsistensi visual. Konsistensi ini menjadi hal terpenting dalam tiap karakter karena hal ini yang menjadikan karakter-karakter tersebut dapat dengan mudah dikenali (Landa, 2014).

a) Klasifikasi Tipografi



Gambar 2. 17 Klasifikasi dari *Type*
(Sumber: Landa (2014))

Dalam tipografi, terdapat beberapa klasifikasi agar pemakaian desain tepat sasaran dan sesuai dengan target. Berikut klasifikasi dari tipografi:

1) Old Style

Old Style atau dapat disebut sebagai *Roman Typeface*, ditemukan pertama kali di abad ke 15. *Old Style* merupakan turunan dari huruf-huruf yang dibuat dengan pena celup. Gaya ini memiliki ciri khas *serif* yang bersudut, penekanan yang bias. Contoh *typeface* dengan klasifikasi ini adalah Caslon, Garamond, Hoefler Text, dan Times New Roman.

2) Transitional

Merupakan *typeface serif* yang ditemukan di abad ke delapan belas. Klasifikasi *typeface* ini merupakan sebuah transisi dari gaya Old Style menjadi modern. Contoh *typeface* yang menggunakan *transitional* adalah Baskerville, Century, dan ITC Zapf International.

3) Modern

Modern *typeface* menggunakan gaya *serif* dan dikembangkan di akhir abad ke 18 dan awal abad ke 19. Bentuk dari *typeface* ini cenderung lebih geometris dan memiliki penekanan garis yang tebal dan tipis.

4) Slab Serif

Typeface ini berjenis serif dan memiliki ciri yang berat. *Typeface* ini ditemukan di awal abad ke 19. Contoh dari *typeface* Slab Serif adalah Typewriter, Memphis, Clarendon.

5) Sans Serif

Typeface ini menjadi *typeface* yang tidak memiliki unsur *serif*. *Typeface* ini memiliki garis yang tebal dan tipis. Contoh *typeface* yang merupakan klasifikasi ini adalah Grotesque, Franklin Gothic, Frutiger, dan Universal.

6) Gothic

Gothic atau dapat disebut dengan *Blackletter* merupakan *typeface* yang berbasis bentuk manuskrip medieval di abad 13 hingga 15. Karakteristik dari *typeface* ini memiliki guratan yang berat, padat, dan sedikit memiliki lengkung. Contoh dari *typeface* ini adalah Rotunda, Textura, dan Fraktur.

7) Script

Jenis *typeface* ini yang memiliki ciri hampir menyerupai tulisan tangan. Setiap huruf saling menyambung dan memberikan kesan bahwa huruf ditulis dengan pena celup, pena fleksibel, pensil,

hingga kuas. Contoh *typeface* dari jenis ini adalah Shelley Allegro Script.

8) Display

Display merupakan jenis *typeface* yang biasa digunakan untuk judul dan memiliki kecenderungan untuk lebih sulit terbaca karena jenis ini lebih didekorasi, elaborasi, dan dapat dari klasifikasi *typeface* lainnya.

2.1.6 Layout

Layout merupakan suatu hal dalam desain yang menjadikan desain tersebut memiliki struktur (Landa, 2014). Desainer menyukai hal yang proporsional dalam membuat desain. Oleh karenanya, terdapat beberapa cara dalam membuat struktur desain yang ideal, yakni dengan ukuran *Fibonacci*, *Golden Ratio*, *Modularity*, *Chunking*, dan *Rule of Thirds*. Sehingga, dalam membuat suatu *layout*, dibutuhkan sebuah sistem bernama *Grid*.

a) Grid

Grid merupakan alat bantu yang menjadi struktur dalam desain dan terdiri dari garis horizontal dan vertikal yang terbagi menjadi *column* dan *margins*. *Grid* sangat berguna dalam pembuatan desain karena *grid* yang mengatur dan menjadikan visual serta tulisan pada desain menjadi terstruktur.

1) Single-Column Grid

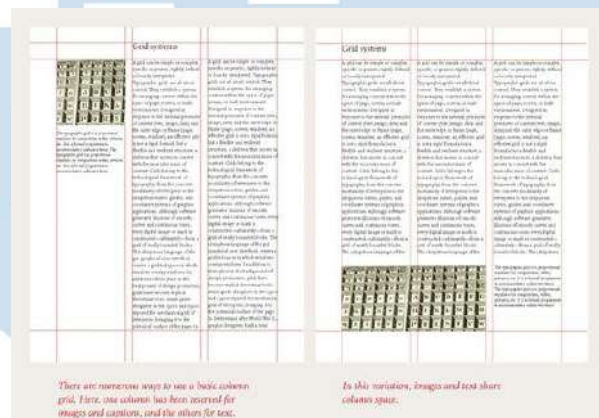


Gambar 2. 18 Contoh *Single-Column Grid*
(Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/480266747776441938/>)

Jenis *grid* ini merupakan tipe yang memiliki satu kolom dan memiliki blog margin disekelilingnya. *Margin* disekeliling bidang berbentuk bidang kosong di sisi kanan, atas, kiri, dan, bawah yang berfungsi sebagai bingkai.

2) *Multicolumn Grids*

Melalui *grid* ini, konten dapat dipecah dan digabungkan dengan terstruktur dan teratur. Sehingga, dalam mengatur visual maupun teks, fleksibilitas menjadi salah satu ciri jenis *Multicolumn Grids*

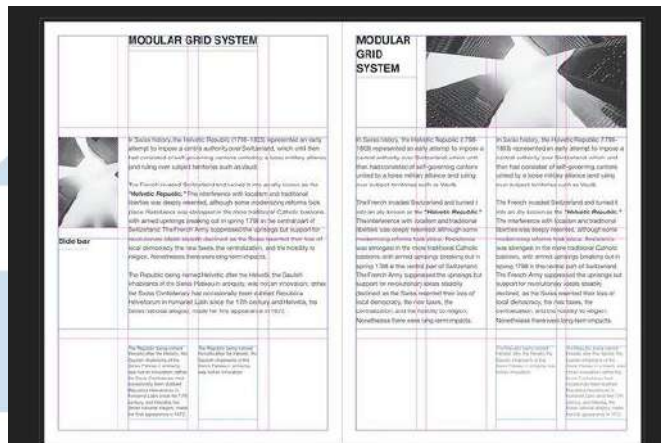


Gambar 2. 19 Contoh *Multicolumn Grids*
(Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/480266747776441935/>)

3) *Modular Grid*

Jenis *grid* ini terbentuk dari garis dan kolom yang menjadi modul kecil. Modul dalam *grid* dapat disatukan untuk memuat gambar dan tulisan. Modul ini memiliki kegunaan untuk memisahkan beberapa informasi ke beberapa modul yang kemudian digabungkan di suatu bagian tertentu. Dikarenakan sifatnya yang fleksibel, *grid* ini mampu memberikan variasi yang beragam.

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. 20 Contoh *Modular Grid*
 (Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/480266747776441931/>)

2.1.7 Media Informasi

Braesel dan Karg (2021) menyatakan bahwa media merupakan sebuah wadah dari suatu komunikasi, informasi, hingga hiburan yang digunakan oleh masyarakat. Sementara itu, informasi merupakan segala ahal yang menyajikan ilmu atau pengetahuan berdasarkan riset yang berbentuk data atau perintah (instruksi) (Braesel dan Karg, 2021, hlm. 35). Sehingga, dapat disimpulkan dari kedua makna bahwa media informasi merupakan wadah untuk menyajikan segala data atau pengetahuan konrkti berdasarkan riset untuk masyarakat.

Melalui media informasi, desainer didorong untuk membuat suatu “wadah” berupa media yang dapat mengumpulkan serta mengorganisir data kompleks menjadi informasi yang bernilai dan bermakna (Baer, 2008, hlm. 12.). Terdapat beberapa jenis media informasi, yakni Koran dan Majalah, Buku, Radio, Film, Televisi, Video Games, Internet, Media Sosial (Komputer/Telepon Genggam). Berikut penjelasan dari masing-masing jenis media menurut Braesel dan Karg (2021):

1) Koran dan Majalah

Koran dan Majalah umumnya tergolong ke dalam media cetak. Akan tetapi, saat ini koran dan majalah sudah cukup banyak

beredar di dalam internet. Pempublikasian dari koran dan memiliki jadwal yang teratur, seperti dua minggu sekali, sebulan sekali, atau setiap hari. Fungsi dari jenis media ini umumnya digunakan untuk menceritakan kejadian atau suatu peristiwa terbaru dengan mengangkat penjelasan latar belakang cerita tersebut.

2) Buku

Sama halnya dengan koran dan majalah, buku merupakan media cetak. Akan tetapi, zaman sekarang sudah banyak tersebar melalui internet yang diberikan nama *e-book*. Sebuah *E-Book* dapat diakses, dibaca, dan digunakan melalui alat elektronik seperti tablet dan laptop. Buku memiliki beberapa kategori yang disesuaikan dengan *genre* atau isi dari buku tersebut. Pembagian ini dapat diklasifikasikan menjadi non-fiksi, fiksi, buku panduan, dan buku teks.

3) Radio

Radio merupakan media yang digolongkan sebagai media elektronik. Dalam pembawaan pesan dengan radio, isi pesan disesuaikan tidak hanya dengan konten, namun dengan intonasi atau gaya bicara, music, hiburan dan program yang diadakan.

4) Film

Film merupakan sebuah media elektronik yang ditayangkan di layar lebar untuk dikonsumsi oleh public dan di distribusikan melewati platform *video streaming*. Contoh dari *video streaming* adalah Netflix, Amazone Prime, HBO+, Disney+. Makna atau pesan yang diberikan kepada publik disesuaikan dengan genre, alur cerita, karakter, pemain, hingga komponen suara.

5) Televisi

Televisi termasuk dalam media elektronik karena banyak program acara atau tayangan yang disiarkan secara online melalui internet. Pesan yang disiarkan disesuaikan dengan moderator atau pembawa acara, tulisan atau ucapan, hingga efek suara.

6) Video Games

Jenis media ini termasuk dalam media elektronik yang dioperasikan atau dimainkan dengan konsol, komputer, hingga gawai. Melalui media ini, pesan yang ingin disampaikan disesuaikan dengan *genre*, latar, jalan cerita, interaktifitas, objektif permainan, bahas, serta audio dan visual yang terdapat dalam permainan tersebut.

7) Internet

Media elektronik yang dapat diakses dengan alat-alat khusus, seperti komputer, telepon genggam, tablet, hingga e-book adalah internet. Pesan yang disampaikan melalui media ini dapat berupa gambar, video, teks, desain, teks dan desain, hingga interaktivitas lainnya.

8) Media Sosial (Komputer/Telepon Genggam)

Jenis media ini merupakan media elektronik dan di dalam internet media ini memiliki *platform* tersendiri. Media sosial biasa digunakan melalui telepon genggam, tablet, dan komputer. Tidak hanya itu, pesan yang diberikan umumnya berupa teks dengan video atau audio.

2.1.8 Ilustrasi

Ilustrasi merupakan visual komunikasi yang mengambil suatu referensi atau kejadian nyata serta dibuat untuk audiensi yang spesifik dan memiliki kecenderungan untuk diproduksi dengan jumlah yang besar (Blackwell, 2019, hlm. 2). Sebuah ilustrasi harus memiliki konteks sehingga, jika tidak memiliki konteks, sebuah gambar tidak bisa dikategorikan sebagai sebuah ilustrasi. Male (2017) menyatakan bahwa terdapat 5 peran dari ilustrasi, yakni, dokumentasi, referensi, dan instruksi, komentar, *storytelling*, persuasi, identitas. Berikut merupakan penjelasan dari masing-masing peran ilustrasi:

A) Dokumentasi, Referensi, dan Instruksi

Ilustrasi dapat mendokumentasikan, mengedukasi, memberikan referensi, instruksi, dan penjelasan yang luas dan dapat mencakup banyak tema serta topik.

B) Komentar

Ilustrasi sebagai sebuah komentar memiliki keterkaitan dan kegunaan dengan jurnalisme dan biasa terdapat dalam koran dan majalah. Oleh karena itu, potensi dalam penggunaan dan pengaplikasian ilustrasi menjadi sangat luas.

C) Storytelling

Ilustrasi dalam *storytelling* sering didefinisikan untuk representasi dari narasi sebuah fiksi, sejarah, hingga seni dan desain modern. Saat ini, ilustrasi sering ditemukan dan digunakan di dalam buku anak-anak, novel grafis, dan komik.

D) Persuasi

Peran ilustrasi dalam mempersuasi masyarakat cenderung sering ditemukan di dunia periklanan. Ilustrasi untuk mempersuasi cenderung memiliki bentuk paling terarah dan ditentukan. Ilustrator diharapkan untuk menyesuaikan dengan konsep yang sedang dibangun dengan orang lain.

E) Identitas

Ilustrasi juga memiliki peran untuk memberikan identitas dan peran ini biasa ditemukan untuk kepentingan perusahaan atau sebuah *brand*. Ilustrasi untuk sebuah identitas dapat memberikan sebuah ciri khas atau identitas dari sebuah perusahaan dan sebuah *brand*.

Male (2007, hlm. 50-83) menyatakan bahwa ciri khas dari pembuat ilustrasi dapat terlihat dari gaya gambarnya. Dikarenakan hal ini memberikan pengetahuan dari pembuat karya mengenai aliran ilustrasi yang digunakan. Berikut merupakan jenis-jenis gaya ilustrasi menurut Male (2007):

a) Konseptual atau Surrealis



Gambar 2. 21 Contoh Ilustrasi Konseptual
(Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/344314334014519158/>)

Ilustrasi konseptual atau surealis dapat disebut juga sebagai penggambaran suatu visual dengan menggunakan metafora. Visual metafora merupakan visual yang memiliki sifat imajinatif dan mengandung makna (secara tersirat). Penggambaran makna pada visual metafora biasa melalui simbol, ide, ilusi, hingga dari ekspresi yang dituangkan. Penggambaran dengan metafora atau surealis dapat menimbulkan interpretasi dalam pikiran seseorang.

b) Diagram



Gambar 2. 22 Contoh Ilustrasi Diagram
(Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/64246732176177816>)

Ilustrasi diagram merupakan bentuk jenis visual yang menggunakan sebuah grafik atau simbol representatif. Bentuk visual diagram biasa ditemukan pada hal-hal yang bersangkutan dengan akademik dan

ilmiah. Penggunaan diagram memiliki tujuan untuk edukasi, ilustrasi editorial, promosi, hingga kampanye.

c) Abstrak



Gambar 2. 23 Contoh Ilustrasi Abstrak
(Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/4360048076877240>)

Jenis ilustrasi abstrak tidak berhubungan dengan segala hal yang ada di dunia nyata atau realita. Jenis ilustrasi abstrak bersifat bebas dan tidak terikat dengan interpretasi, sehingga tercipta karena penemuan pembuatnya. Jenis ilustrasi abstrak dapat digunakan di poster, sampul buku, media promosi, hingga pada kemasan.

d) Tren Estetika

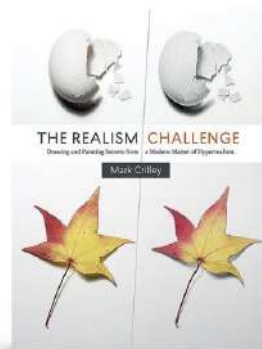
Gaya ilustrasi sudah banyak bermunculan hingga menimbulkan banyak tren. Hal ini dikarenakan perluasan subkultur dari media yang ada di kalangan masyarakat. Ilustrasi berkaitan erat dengan budaya sehingga gaya ilustrasi selalu menyampaikan dan memvisualisasi tren di kalangan masyarakat.



Gambar 2. 24 Contoh Tren Estetika
(Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/285697170081787378/>)

e) Penggambaran Literal

Penggambaran Literal merupakan penggambaran yang berbentuk apa adanya dan menyerupai objek aslinya. Jenis ini terbagi menjadi tiga, yakni *Hyperrealism*, *Stylised Realism*, dan *Sequesntial Imagery*. Karakteristik dari *Hyperrealism* adalah memiliki detail yang sangat teliti dimulai dari tekstur hingga warna yang digunakan. Hal ini memberikan kesan dramatis pada visual ilustrasi.



Gambar 2. 25 Contoh *hyperrealism*
(Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/78601955987124970/>)

Sementara itu, *Stylised Realism* merupakan jenis penggambaran literal yang cenderung bersifat hiperbola pada tiap objek atau karakter di dalamnya. Hal ini untuk menyajikan daya tarik yang menarik namun tetap realistis.



Gambar 2. 26 Contoh *Stylised Realism*
(Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/1548181156692925/>)

Kemudian, penggambaran Literal jenis *Sequential imagery* merupakan urutan gambar yang teratur dan berbentuk stilasi. Urutan gambar ini memiliki pesan yang akan disampaikan kepada audiensi. Gaya yang biasa digunakan dalam jenis gambar literal ini adalah karikatur atau elemen yang terdistorsi dari gambar nyata.



Gambar 2. 27 Contoh *Sequential Illustration*
(Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/480266747776884467/>)

2.2 Buku

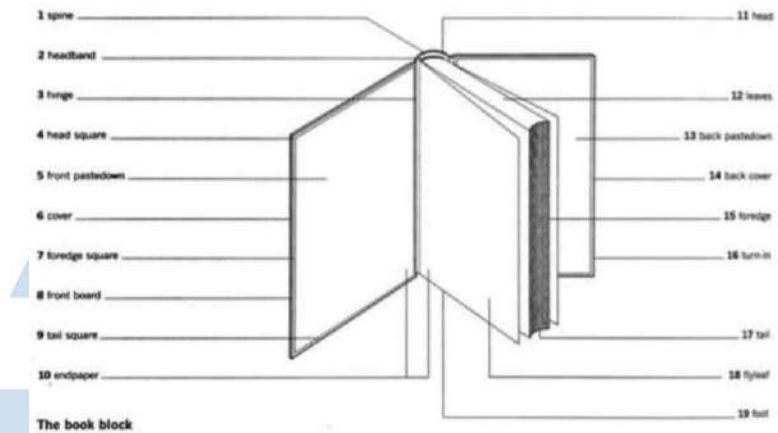
Haslam (2006 hlm. 9) menyatakan bahwa buku merupakan sebuah rangkaian halaman cetak yang dijilid dan memiliki fungsi untuk menampung, memberikan, mentransmisikan ilmu atau pengetahuan kepada pembaca sehingga menjadikan pembaca dapat melintasi waktu dan ruang. Melalui pengertian tersebut, sehingga dapat disimpulkan bahwa buku merupakan media yang dapat menyediakan dan menyampaikan informasi secara sistematis dan menyeluruh.

2.2.1 Komponen buku

Di dalam sebuah buku, terdapat komponen yang menyusun dari sebuah buku. Haslam (2006, hlm. 20) menyatakan komponen dalam buku sebagai berikut:

1. *Spine*: Berfungsi sebagai punggung buku yang menyatukan seluruh halaman dan sampul pada buku. Terletak pada tepi buku.
2. *Head Band*: Pengait yang menguatkan jilid buku.

3. *Hinge*: Lipatan pada halaman untuk penjilidan.
4. *Headsquare*: Tepi sampul yang berukuran lebih besar dari halaman di dalam buku.
5. *Front Pastedown*: Lembar kosong yang ditempel ke sisi dalam sampul buku.
6. *Cover*: Sampul buku yang memiliki fungsi untuk melindungi bagian dalam buku. Sampul dapat terbuat dari papan ataupun kertas tebal.
7. *Foredge Square*: Bagian yang dilipat ke dalam buku yang terletak di tepi-tepi sampul.
8. *Front board*: Papan sampul yang terletak pada bagian depan sebuah buku.
9. *Tall square*: Tepi sampul yang memiliki ukuran lebih besar dibandingkan dengan halaman di dalam lainnya.
10. *Endpaper*: Kertas kosong yang terletak pada bagian awal dan akhir buku untuk memberikan kekuatan pada sekerinya.
11. *Head*: Bagian atas dari sebuah buku.
12. *Leaves*: halaman pada dalam buku.
13. *Back pastedown*: Halaman-halaman kosong yang ditempatkan pada bagian belakang papan buku.
14. *Back cover*: Sampul buku pada bagian belakang buku.
15. *Foredge*: Tepi depan yang terletak pada suatu buku.
16. *Turn-In*: Tepi kertas yang dilipat dari luar ke dalam buku.
17. *Tail*: Bagian bawah dari sebuah buku.
18. *Fly leaf*: Halaman di balik *endpaper*.
19. *Foot*: Bagian yang terletak pada bawah halaman.



Gambar 2. 28 Komponen Buku
(Sumber: Halsam (2006))

2.2.2 Struktur Buku

Buku memiliki struktur yang tersusun dari hierarki visual yang mencakup:

1. *Chapter Openers*

Chapter atau yang dapat disebut dengan “Bab” merupakan pembagi dari struktur editorial suatu buku yang dapat berupa *Spread* maupun *single page*. Pada umumnya, suatu *chapter* memiliki halaman pembuka dan terdapat visual yang menarik.

2. *Running Heads*

Running headsnya pada umumnya diposisikan pada bagian atas dari halaman. Namun, tidak menutup kemungkinan bahwa running heads juga sering diposisikan di bagian margin atau pada bagian bawah sebuah halaman.

3. *Hierarchy of Headings*

Headings digunakan untuk memberikan tanda pada beberapa bagian dari suatu konten buku. *Headings* cenderung menggunakan ukuran teks yang lebih besar dan *typeface* yang berbeda dari yang digunakan pada teks lainnya pada suatu buku.

4. *Quotations*

Quotations atau kutipan merupakan bagian dari sebuah teks yang diposisikan terpisah dan memiliki kalimat yang pendek. Penulisan *quotations* biasa diikuti dengan tanda kutip.

5. Annotation

Annotation memiliki kegunaan sebagai sebuah catatan yang mendukung suatu ilustrasi, gambar, hingga diagram untuk memberikan kejelasan lebih lanjut dari makna yang ditampilkan.

2.2.3 Layout Buku

Terdapat dua hal yang menjadi penopang suatu *layout* sebuah buku. Kedua hal tersebut adalah teks dan gambar. Dalam melakukan pengaturan teks, keteraturan bacaan menjadi pusat perhatian dalam pembuatan *layout*. Sementara itu, gambar diperhatikan untuk mempertimbangan komposisi suatu *layout*.

1. Mempersiapkan konten untuk *layout*: file teks dan gambar

Sebelum pembuatan sebuah *layout*, konten harus dipersiapkan terlebih dahulu. Hal ini dikarenakan dengan mempersiapkan konten terlebih dahulu, pengukuran dan perkiraan posisi hingga penempatan teks dan gambar dapat dijalankan dengan lebih mudah dan lancar di setiap bab. Konten yang dipersiapkan dapat berupa seluruh skrip, dokumen, ilustrasi, foto, dan lain sebagainya.

2. Mengatur *layout*: Kateren untuk menunjukkan posisi teks dan gambar.

Kateren merupakan gambaran mentah dari perencanaan urutan seluruh *Spread* pada buku. Hal ini dilakukan untuk membuat desainer dapat melihat pembagian halaman dan konten serta dapat memberikan gambaran yang jelas dalam penandaan posisi gambar pada buku.

3. *Storyboard*: digunakan untuk menyesuaikan gambar dari tulisan.

Storyboard digunakan untuk melakukan perencanaan yang lebih detail dan mendalam agar dapat memperkirakan penempatan foto atau gambar yang akan dimasukkan. Tidak hanya itu, dalam sebuah *storyboard*, dapat ditentukan jumlah gambar, angle sebuah gambar hingga penulisan sinopsis singkat.

4. *Layout* yang didasarkan dengan teks

Desain suatu halaman perlu dipertimbangkan karena pembaca harus dapat memahami pesan atau informasi yang akan dikomunikasikan oleh pembuat buku (penulis). Tidak hanya itu, desain halaman harus bisa membuat pembaca memahami dan nyaman dalam membaca buku tersebut dan fokus. Hal ini disebut sebagai aspek fungsional yang berhasil.

5. Beragam pendekatan *layout*: buku dengan dasar gambar
Tingkat kompleksitas diukur dengan banyaknya gambar yang dimasukkan ke dalam sebuah konten buku. Sehingga, dalam menciptakan *layout* dengan basis gambar, desainer harus menentukan titik fokus yang dapat menggiring pembaca melihat keseluruhan visual.
6. Beragam pendekatan *layout*: buku dengan dasar teks
Dalam pembuatan sebuah *layout*, disarankan untuk memulai dengan halaman atau *Spread* yang memiliki elemen yang sedikit. Kemudian, dari halaman yang lebih muda dilanjutkan ke halaman yang lebih kompleks secara bertahap.
7. *Layout* sebagai halaman sebagai gambar.
Layout dengan dasar teks diatur dengan tujuan agar keterbacaan dilihat dari kiri atas ke bawah kanan. Namun, *layout* dengan dasar gambar memiliki tujuan untuk dilihat. Sehingga, dalam pengaturan *layout* berbasis gambar diperlukannya pertimbangan antara kesinambungan teks dengan gambar.
8. Skrip: memvisualisasikan suatu narasi
Skrip memiliki tujuan agar pembaca dapat membaca. Dalam pengaturan skrip, kolom dan penggunaan ruang dan garis dapat menjadi wadah penempatan skrip dalam *layout*.
9. Buku budaya visual
Dalam buku budaya visual cenderung memberikan informasi seputar arsitektur, fashion, seni, hingga desain. Dalam pembuatan buku ini, desainer cenderung ditantang untuk memberikan

kompleksitas dari segi desain dan produksi agar menumbuhkan ketertarikan dan kesenangan dari segi pembaca.

10. Buku cerita ilustrasi anak

Dalam pembuatan buku ilustrasi anak diharapkan dapat memberikan unsur fantasi yang memuat karakter mitos, kekuatan super, hingga sesuatu yang tidak ada hadir dalam dunia nyata. Sehingga, dibutuhkan penggabungan teks dan gambar yang dapat memunculkan imajinasi dari pembaca.

2.2.4 Jenis-Jenis Buku

Male (2017) menyatakan terdapat beberapa jenis buku yang dikelompokkan dari isinya. Berikut merupakan jenis-jenis buku:

1. *Children's Book*

Children's book atau yang disebut sebagai buku anak-anak merupakan buku dengan mayoritas konten menggunakan gambar non fiksi dan diperuntukkan untuk usia sangat muda hingga remaja.

2. *Quality Non-Fiction*

Buku berkualitas non fiksi yang memiliki bentuk seperti ensiklopedia. Buku ini memiliki konten pada umumnya seperti berkebun, memasak, otomotif, sampai dengan biografi.

3. *General Fiction*

General fiction merupakan sebuah jenis buku fiksi yang ditargetkan untuk dewasa. *General fiction* memiliki ciri dimana buku tersebut memiliki sampul yang tebal maupun tipis.

4. *Specialist*

Jenis buku ini merupakan jenis buku yang cenderung memuat topik yang kurang diketahui oleh khalayak luas dan bersifat teknis.

5. *Publishing*

Jenis buku *publishing* cenderung memiliki konten yang memuat berita. Contoh dari *publishing* adalah majalah, koran, dan artikel.

6. *Advertising*

Jenis buku *advertising* memiliki objek yang bergerak maupun yang dicetak. Jenis buku ini termasuk pada *above the line*.

7. *Design Groups*

Design groups merupakan jenis yang memuat konten yang termasuk pada *below the line*, dimana memiliki isi seperti penjualan, laporan perusahaan, materi, hingga desain *website*.

8. *Multimedia*

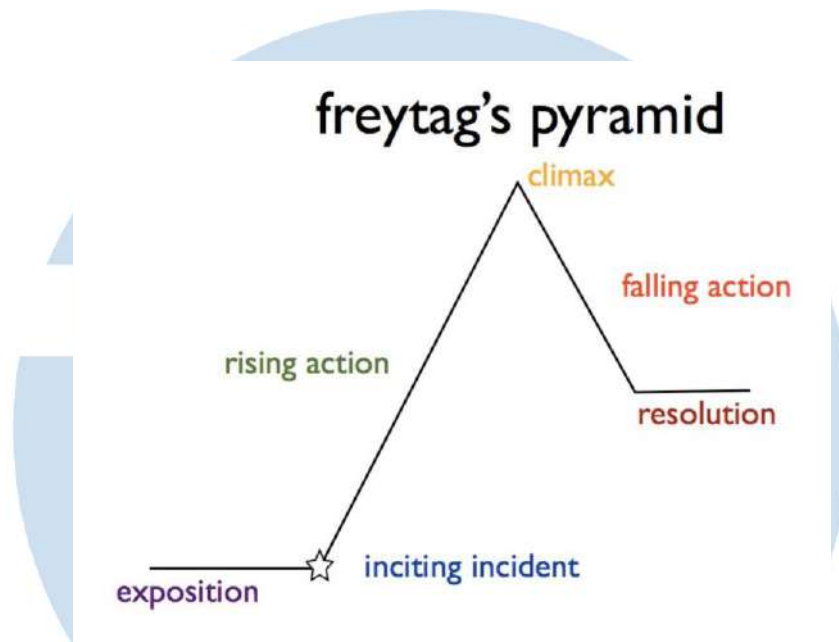
Multimedia merupakan jenis buku yang memiliki isi konten yang mengangkat multimedia, seperti gambar yang bergerak, animasi, hingga *digital imaging*.

9. *Miscellaneous*

Jenis buku ini memiliki kecenderungan memuat konten perihal organisasi, *public-service*, pemerintah lokal-internasional, hingga mengenai suatu institusi.



2.3 Cerita



Gambar 2. 29 Freytag's Pyramid

Glatch (2021) menyatakan bahwa penyampaian cerita merupakan sebuah tradisi dan bentuk seni dalam penyampaian sebuah penulisan kreatif tertua. Dalam pembuatan sebuah cerita yang baik cara yang digunakan tidak pernah berubah sejak dahulu. Dalam pembuatan sebuah cerita, Glatch menjabarkan bahwa terdapat sebuah teori yang populer digunakan oleh penulis-penulis terkemuka, yakni teori Freytag's Pyramid. Glatch (2021) menyatakan bahwa pyramid pembuatan cerita ini sudah ada sejak abad ke 19. Dalam teori cerita piramid Freytag, terdapat 5 tahapan dalam pembuatan sebuah cerita, yakni *exposition*, *rising action*, *climax*, *falling action*, dan *resolution*.

1. Exposition

Tahap ini merupakan tahap awal dalam sebuah cerita karena bersifat pengenalan. Tahap ini mengenalkan kepada para pembaca elemen fiksi yang memiliki peran besar pada cerita. Elemen cerita ini dapat berupa latar tempat, karakter, gaya, dan lain sebagainya. Semakin kompleks sebuah cerita, semakin luas pengenalan elemen fiksi pada tahap ini. Tidak hanya itu, luasnya pengenalan elemen fiksi ditentukan

pula dari preferensi penulis dan lingkup dunia cerita yang ditulis. Tahap ini menjadi tahap untuk menarik ketertarikan pembaca sehingga, dibutuhkan penggambaran yang jelas. Tidak hanya itu, dalam membuat *exposition* harus dikaitkan dengan “*inciting incident*”. Hal ini merupakan langkah awal memasuki konflik dari cerita inti yang ingin disampaikan.

2. *Rising Action*

Setelah menentukan *exposition*, cerita dilanjutkan dengan membuat kejadian-kejadian yang menuju ke klimaks sebuah cerita. Pada tahap ini, permasalahan menjadi sangat genting, seperti contoh karakter melakukan kesalahan, menyakiti karakter lain, sifat karakter lain yang membuat rumit sebuah cerita, hingga membuat pilihan yang salah. Tahap ini yang memakan banyak lembar pada cerita pada umumnya karena tidak hanya mengeksplorasi konflik dari cerita, namun juga harus menelaah lebih dalam dari plot cerita. Tidak jarang dalam tahapan ini, cerita mulai menunjukkan latar cerita dari beberapa aspek fiksi. Karena, pada saat tahap ini, pembaca harus dapat menangkap dan mempelajari lebih dalam mengenai karakter dan motivasinya, lingkungannya, tema pada cerita dan memberikan gambaran tersembunyi untuk klimaks cerita tersebut.

3. *Climax*

Tahap ini merupakan puncak dari cerita yang dibuat. Pada tahap ini, pembaca diberikan informasi cerita atau takdir yang diberikan kepadanya dalam cerita ini. Dalam pembuatan klimaks, tidak ada cara khusus untuk mendapatkan klimaks yang diinginkan, namun kebanyakan penulis menggunakan prinsip cepat, singkat dan penuh dengan aksi untuk mencapai puncak cerita. Pada tahap ini, penulis cerita memberikan kesan emosional yang kuat kepada para pembaca. Sehingga, tahap klimaks menjadi tahap dimana konflik dimana suatu jalan ke arah konflik tidak bisa di ulang kembali sehingga membutuhkan solusi.

4. *Falling Action*

Pada tahap ini, penulis cerita mengeksplorasi penyelesaian dari klimaks yang telah terjadi. Penyelesaian ini dapat mencari tahu apa yang akan dilakukan dengan karakter utama dan bagaimana tokoh tersebut menanggapi kejadian yang tidak bisa diubah tersebut. Tidak hanya itu, pada tahap ini penulis cerita dapat menelaah apakah akan ada konflik baru atau tidak, apakah klimaks menanggapi tema pada cerita utama atau tidak. Tahap ini merupakan tahap yang cukup rumit karena penulis cerita harus menghubungkan ujung cerita dengan konflik utama. Dalam melakukan ini, penulis cerita harus mengeksplorasi tema dan konsep dan mendorong cerita ke sebuah resolusi. Dalam membuat tahapan ini, disarankan untuk mengkespansi dunia cerita agar cerita dapat dikemas dengan rapih di akhir.

5. *Resolution*

Tahap ini merupakan tahap yang rumit karena penulis cerita harus mengkonklusikan cerita. Secara teori, cerita dapat berlanjut terus menerus jika ditempatkan di dunia alternatif. Pada tahap ini konklusi dibuat lebih santai namun tetap menyelesaikan cerita yang mengikat dari *climax* dan *falling action*. Pada umumnya, contoh beberapa konklusi pada cerita yang telah beredar yakni tokoh utama belajar dari kesalahan, membuat hidup baru, memaafkan karakter lain, hingga meninggal. Pada tahap ini, penulis cerita didorong untuk membuat pembaca berpikir setelah membaca kalimat terakhir dari cerita yang disampaikan.

2.4 *Character*

Berdasarkan Buccieri dan Economy (2012) dalam bukunya yakni *Writing Children's Books for Dummies*, karakter merupakan jiwa yang berada di dalam suatu cerita. Kegunaan karakter pada suatu cerita membantu para pembaca mengeksplorasi dunia pada cerita dan tiap interaksi yang ada di dalam dunia dan cerita tersebut. Sebagai contoh, dalam buku anak, penggambaran karakter digambarkan sebagai karakter yang sangat baik dengan wujud visual dapat

menyerupai manusia maupun hal lainnya. Bucciari dan Economy menyatakan pula bahwa karakter yang disukai merupakan karakter yang meninggalkan kesan lucu, jahat, hingga hebat, baik dari sisi sifat maupu visual. Dalam pembuatan karakter ini, terdapat dua poin yang perlu diperhatikan:

1. *Defining your main character's driving desire*: poin ini menunjukkan bahwa karakter utama membutuhkan tujuan dan keinginan yang ingin digapai. Keinginan dan tujuan dari karakter utama menjadi akar dari cerita karena dari awal hingga akhir cerita menjadi fokus bagaimana karakter tersebut menyelesaikan segala masalah yang ada hingga menggapai keinginannya.
2. *Fleshing out your main character to show readers her driving desires*: poin ini menyatakan bahwa karakter perlu memberikan aksi pada cerita kepada para pembaca. Hal ini dilakukan untuk meninggalkan kesan kepada pembaca dan menggiring pembaca kepada plot cerita.

2.5 Copywriting

Rob Bowdery (2008) menyatakan bahwa *copywriting* adalah memberikan penting ke dalam sebuah proses kreatif melalui rangkaian kata-kata. Rangkaian kata yang dihasilkan biasanya didampingi dengan gambar atau visual yang mendukung. Rob Bowdery menjabarkan 8 poin penting yang harus diperhatikan dalam pembuatan *copywriting*, yakni:

1. *Writing with purpose*
Point ini menekankan bahwa dalam menuliskan rangkaian kata untuk *copywriting*, dibutuhkan tujuan yang dapat menghasilkan tanggapan secara emosional dari target audiensi yang dituju.
2. *Understanding your product*
Sebelum membuat suatu *copywriting*, dibutuhkan pencarian data maupun informasi mengenai hal yang berkaitan. Hal ini dibutuhkan agar kata-kata yang dihasilkan dapat terkemas dengan baik didalam konsep yang kuat.
3. *Knowing your audience*

Selain mencari data dan informasi dari objek yang berkaitan, dibutuhkan pula pembelajaran lebih dalam mengenai target audiensi yang dituju agar pesan yang disampaikan dapat tersampaikan dengan baik, sesuai, dan meninggalkan kesan yang kuat.

4. *Mastering the language*

Dalam perangkaian kata-kata untuk sebuah *copywriting*, bahasa menjadi akar terkuat. Sehingga, dibutuhkan improvisasi terus menerus dalam menyusun kata-kata dengan membaca banyak referensi dan mempelajari informasi yang berkaitan dan dari berbagai referensi.

5. *Sharpening your style*

Untuk mengetahui gaya yang sesuai, dibutuhkannya percobaan dari segi teknik secara berulang. Sehingga, hal ini dapat memberikan kata-kata yang jauh lebih persuasive serta efisien kepada target audiensi.

6. *Rules and restriction*

Dalam pembuatan *copywriting*, dibutuhkan peyesuaian penyusunan kata-kata dengan aturan dan ketentuan yang berlaku di lingkungan yang membutuhkan *copywriting*.

7. *Creating effective copy*

Dalam pemilihan tim serta dalam melakukan riset dibutuhkan pembelajaran lebih dalam terhadap kreatifitas dan hasil yang original untuk memberikan kata-kata pada *copywriting* yang persuasif.

8. *Advertising around the world*

Penentuan bahasa menjadi sangat penting dalam *copywriting* karena jika menggunakan gaya bahasa yang salah, informasi akan kurang tersampaikan terhadap target audiensi yang dituju. Sehingga, dibutuhkan penentuan dan memikirkan dengan matang market yang akan ditargetkan.

2.6 Interaktivitas

Sebuah media yang interaktif merupakan media yang perancangannya membutuhkan kesesuaian penuh dengan memahami interaksi antara individu, kelompok, maupun organisasi. Sharp et al (2019) menyatakan adanya beberapa model aktivitas yang dilakukan oleh seorang pengguna saat melakukan interaksi.

Model aktivitas tersebut adalah *conversing*, *manipulating and navigating*, dan *exploring and browsing*. Berikut merupakan penjabaran dari masing-masing aktivitas yang disebutkan:

1. *Instructing*

Aktivitas ini merupakan memberikan sebuah instruksi. Instruksi dan memberikan visualisasi atau gambaran mengenai cara apa yang harus dilakukan oleh pengguna atau target audiensi. Cara-cara ini yang menjadi dasar pengguna mengerjakan tugas yang diberikan dan melakukan tugas tersebut. Cara ini baik digunakan jika ingin mengincar efisiensi maupun gerak yang cepat.

2. *Conversing*

Model interaksi ini dibuat untuk menjawab suatu komunikasi yang berlangsung dari dua arah. Model ini memberikan manfaat agar target audiensi dapat diajak berkomunikasi atau berbicara dengan cara yang familiar.

3. *Manipulating and Navigating*

Pada model aktivitas ini cocok untuk membuat target audiensi mempelajari suatu fungsi media dengan cepat. Target audiensi dijelaskan mengenai suatu objek hingga navigasi. Penjelasan suatu objek dan navigasi ini menggunakan pengetahuan target audiensi yang ada di lingkungan nyata.

4. *Exploring and Browsing*

Pada *Exploring and Browsing* memiliki kecenderungan untuk menggali lebih dalam mengenai suatu informasi hingga mengeksplorasi atau merubah suatu ilmu pengetahuan. Model ini cocok untuk para pengguna yang ingin mencari segala jenis dan bentuk informasi.

2.7 Adab Berteman dalam Islam

Adab berasal dari Bahasa Arab yang dapat memiliki berbagai makna. Adab merupakan etika, sopan santun yang ada karena mencontoh dari seseorang yang diakui sebagai contoh yang baik. Sementara itu Adab al-Islam merupakan segala

perilaku baik yang diajarkan oleh Islam. (Al- Kaysi, 1986) Adab dalam Islam terbentuk dari dua sumber utama, yakni Al-Qur'an dan Sunnah. Sunnah dalam konteks ini adalah perilaku, perkataan, perintah dari Nabi SAW.

2.7.1 Perbedaan Adab Secara Umum dengan Adab dalam Islam

Terdapat beberapa perbedaan yang cukup terlihat antara perbedaan adab yang berlaku secara umum dengan adab dalam Islam. Berdasarkan Ustadz Ardun Ismail (2023), berikut beberapa perbedaan dari adab secara umum dengan adab dalam Islam:

- 1.) Adab secara umum lebih merujuk kepada budaya atau tradisi, sedangkan adab islam berkolerasi dengan nilai dan norma yang sudah di atur oleh Allah SWT
- 2.) Adab secara umum diberlakukan dengan tujuan kebiasaan bersosialisasi kepada orang lain, sementara itu adab dalam Islam menjadikan setiap perilaku adalah Ibadah, sehingga selalu menghubungkan segala hal dengan Allah SWT dan disertai rasa takut terhadap-Nya.
- 3.) Adab secara umum terbentuk karena faktor eksternal dari orang-orang dari suatu kelompok, sementara itu adab Islam terbentuk dari Al-Qur'an dan As-Sunnah
- 4.) Adab secara umum berlaku di kelompok masyarakat tertentu (d disesuaikan dengan daerah masing-masing), sementara itu adab secara Islam berlaku secara universal dan tidak berubah.
- 5.) Adab yang berlaku secara umum memiliki kecenderungan tujuan untuk melindungi orang-orang pada golongan atas, sementara adab dalam Islam lebih memnuastkan tujuan agar terus mengingat Allah SWT dalam melakukan segala kegiatan dari awal hingga akhir hari (Al- Rasyid, hlm.17).

2.7.2 Jenis-jenis Adab Berteman

Islam memiliki berbagai jenis yang termasuk dalam cara berperilaku atau adab terhadap teman sebaya. Berdasarkan buku Al-Adab

Al-Mufrad, Kumpulan Adab Islami, dan Adab & Akhlak Islami berikut merupakan penjabaran adab yang termasuk dalam pergaulan:

1) Berteman untuk Allah

Dalam berteman, seorang muslim yang baik memiliki niat bahwa pertemanan yang akan dijalin untuk Allah SWT dan bukan untuk mendapatkan kedudukan, takhta, atau karena materi. Sehingga, dalam Islam pertemanan memiliki keutamaan untuk beribadah kepada Allah SWT dan bukan untuk kepentingan duniawi semata. Hal ini berlandaskan bahwa dalam Hadist Riwayat Muslim no. 2566 dinyatakan Allah akan mencari orang-orang yang menjalin pertemanan dan saling mencintai karena Allah dan akan memberikan kepada orang-orang tersebut. Dalam mencintai dan menjalin pertemanan karena Allah, seseorang dapat melakukan evaluasi diri secara berkala, menjauhi larangan-larangan serta melaksanakan perintahnya dalam pertemanan. Sehingga, seseorang yang menjalin pertemanan karena Allah SWT akan mengutamakan segala perintah dari-Nya di segala perilaku ke teman-temannya.

2) Memilih teman dalam Islam

Tabiat seseorang tergantung dari sahabatnya. Jika iman dan perilaku seseorang mencerminkan keimanan dan ketakwaan yang baik, maka dekatkanlah orang tersebut. Sebagaimana hadist Riwayat Ahmad no.10944, dinyatakan bahwa seorang muslim harus berteman dengan orang yang beriman. Seorang teman yang baik merupakan teman yang mentaati Allah SWT dan memotivasi umat muslim untuk berlomba-lomba dalam kebaikan. Sehingga, diutamakan bagi seorang muslim untuk bersahabat dengan muslim lainnya. Diperbolehkan bagi umat muslim untuk berteman dengan umat non-muslim. Seperti yang disebutkan dalam surah Al-Muntahanah ayat 8 hingga 9 dimana Allah SWT memerintahkan umatnya untuk berlaku adil dan berbuat baik kepada semua orang yang tidak merugikan kita. Akan tetapi, dalam memilih sahabat

Islam memerintahkan umatnya untuk mencari sahabat muslim yang jauh dari kemaksiatan dan beriman kepada Allah SWT. Karena hal ini akan menjauhkan diri dari bahaya dalam tingkat agama pada dirinya.

3) Mengucapkan Salam

Dalam menyambut atau menyapa seseorang, terdapat cara-cara yang diatur dalam agama Islam. Hendaklah seorang muslim mengucapkan salam yang dianjurkan dalam Islam. Terdapat lafadh salam yang utama, yakni "*Assalamual'aikum Warohmatullahi Wabarokatuh*". Arti dari ucapan ini adalah "Semoga Keselamatan Terlimpah Untukmu". Saat seseorang mengucapkan kalimat salam tersebut, seseorang wajib menjawab dengan "*Wa'alaikumsalam Warohmatullahi Wabarokatuh*". Perilaku dapat dilihat dari dalil yang diriwayatkan oleh Al-Bukhrai dalam Al-Adab Al Mufrad, no. 986. Dalam hadist tersebut disebutkan bahwa dengan mengucapkan salam, seorang muslim akan diberikan berpuluh-puluh kebaikan. Dalam lafadz salam, terdapat doa sehingga dengan mengucapkan salam kepada orang lain maka secara tidak langsung juga mendoakan orang tersebut.

Kemudian, jadikan salam bersifat umum. Sehingga, jangan menyapa salam hanya dengan orang-orang yang dikenal. Karena hal ini sudah di landaskan dalam hadits diriwayatkan oleh al-Bukhari, no.12 dan Muslim, no. 39 bahwa Nabi Muhammad SAW menyatakan bahwa karakter Islam yang baik merupakan seorang muslim yakni yang memberi makan kepada yang membutuhkan dan mengucapkan salam kepada orang yang dikenal maupun tidak dikenal.

4) Berkata yang Baik

Islam mengatur cara seseorang bertutur kata agar menciptakan keharmonisan dan dapat memberikan kebaikan untuk orang lain. Sehingga, seorang muslim dihimbau untuk selalu menjaga lisannya. Karena berdasarkan Al-Bukhari, no. 2989 dan Muslim, no.1009, salah satu bentuk sedekah adalah dengan mengeluarkan perkataan yang baik. Perkataan yang baik yakni tidak membicarakan orang lain (ghibah), tidak berbohong, tidak menggunakan perkataan yang keji atau kotor, tidak mengucapkan kalimat yang membuat bangga diri, tidak memanggil orang lain dengan sebutan yang buruk.

a) Ghibah

Islam melarang menggunjing orang lain karena hal ini sudah diatur dalam QS. Al-Hujurat ayat 12 yang melarang orang muslim untuk membicarakan orang lain. Akan, tetapi diperbolehkan jika tujuannya untuk memeringati atau menasihati umat muslim agar tidak berbuat keburukan (dengan syarat untuk menasihati). Ghibah menjadi sebuah larangan karena akan memupukkan kebencian di hati seseorang dan memisah-misahkan sekelompok umat muslim dengan muslim lainnya.

b) Berkata jujur

Dalam berbicara yang baik, seorang muslim tidak boleh berbohong karena hal ini diatur pada QS. At-Taubah pada ayat 119 yang memerintahkan umat muslim untuk berkata dengan perkataan yang jujur dan bersama dengan orang-orang yang jujur. Namun, dalam pertemanan, diperbolehkan seorang muslim untuk berbohong demi meleraikan sebuah pertikaian.

c) Cara Berbisik

Selanjutnya dalam berbicara kepada orang lain, seorang muslim dilarang untuk berbisik-bisik tanpa melibatkan orang ketiga. Hal ini berlandaskan hadist nabi dimana jika seseorang berbisik

kepada orang lain dihadapannya tanpa melibatkan orang ketiga akan menimbulkan kesedihan pada dirinya (HR. Al-Bukhari (no.6288)).

d) Berkata baik atau diam

Kemudian, seorang muslim dituntut untuk meminimalisir berbicara karena perkataan dapat mengundang keburukan. Sebagaimana disebutkan pada hadist yang diriwayatkan oleh Al-Bukhari (no.6018) bahwa sebuah bentuk keimanan oleh Allah dan hari akhir seseorang yang berkata baik atau diam. Seorang mukmin yang menyukai perkataan laknat akan memutuskan tali persaudaraan, akan menimbulkan sifat suka berbohong, serta laknat bagaikan sebuah doa sehingga akan menjauhkan orang dari rahmat Allah SWT.

e) Panggilan untuk orang lain

Islam melarang umatnya untuk memanggil orang lain, khususnya sesama muslim dengan panggilan yang tidak baik (panggilan yang tidak disukai oleh orang tersebut, mengandung unsur celaan dan makian). Hal ini sudah diatur dalam hadist diriwayatkan oleh Ahmad no 3938 yang menyatakan bahwa seseorang bukanlah seorang mukmin jika menyukai menghujat, melaknat, berkata buruk, dan keji.

f) Berbangga diri

Selanjutnya, Islam melarang umatnya untuk berbicara yang membesar-besarkan diri. Sebagaimana disebutkan dalam QS. An-Najm ayat 32 dimana disebutkan bahwa Allah melarang seseorang untuk memuji dan menganggap diri sendiri suci. Hal ini akan menimbulkan kesombongan pada diri seseorang. Dimana seseorang tidak ingin mendengarkan nasihat dari orang lain.

g) Mengucapkan Terima Kasih

Dalam Islam rasa untuk berterima kasih kepada orang lain dapat dikatakan sebagai salah satu wujud bersyukur kepada Allah SWT (HR. Abu Daud, no. 4811). Seorang muslim juga harus mensyukuri segala hal meskipun hal tersebut sedikit atau berskala kecil (HR. Ahmad, 4/278). Islam mengajarkan kepada umatnya tidak hanya mengucapkan terima kasih, tapi mendorong umatnya untuk mendoakan orang lain dengan diikuti do'a "Jazakallah Khairan". Kalimat ini memiliki arti "Semoga Allah membalas kebaikanmu dengan kebaikan." Hal ini merupakan sanjungan tertinggi bagi seorang muslim karena seorang muslim mendoakan orang lain untuk dibalaskan dengan kebaikan lain (HR. Bukhari dalam Al-Adab Al-Mufrad, no.215)

5) Memuji Teman

Kalimat pujian merupakan kalimat baik mengenai diri seseorang yang dilontarkan kepada orang lain. Hal ini merupakan sebuah kebaikan namun dalam memuji terdapat beberapa cara tersendiri agar seorang muslim tidak mudah tinggi hati atau berbangga diri. Cara-cara ini akan menjauhkan seorang muslim dari kebodohan karena dengan senangnya dipuji, seseorang tidak akan menerima kritik atau nasihat dari orang lain (Ansyar, 2021). Dalam memuji, seorang muslim harus mengucapkan kalimat Thayyib, mengingat Allah, dan membaca do'a saat mendapatkan pujian. Hal ini dilakukan agar hati seseorang tidak mudah berbangga diri, tinggi hati, dan selalu mengingat bahwa segala hal yang dimiliki oleh manusia hanya milik Allah.

a) Mengucapkan Kalimat *Thayyib*

Dalam memuji teman, seorang muslim diperintahkan untuk menggunakan kalimat Thayyib di setiap kalimatnya. Kalimat yang harus digunakan, yakni "Subhanallah". Kalimat ini

merupakan kalimat tasbih untuk menunjukkan rasa takjub dan bersyukur. Tidak hanya itu, dianjurkan untuk seorang muslim untuk diikuti dengan kalimat "...dan Allah SWT yang lebih tahu."

b) Doa saat Dipuji Orang Lain

Saat mendapatkan pujian dari orang lain hendaknya seseorang mengucapkan doa yang berlafadzkan: "*Allahumma la tu akhizni bima yaqulun waghfirli ma la ya'lamun waj'alni khoiran mimma yadzunnun*". Do'a ini merupakan bentuk taubat dari seseorang kepada Allah agar orang tersebut terhindar dari sifat *Ujub* (bangga diri)

6) Bergurau dan Tertawa dengan Teman

Dalam bergurau dan tertawa, Islam memiliki aturan tersendiri agar seorang muslim jauh dari kerasnya hati (tidak dapat menerima rahmat dari Allah SWT) dan dari pelampauan batas sehingga tidak terjadi perpecahan antar umat muslim. Berikut beberapa dari aturan bergurau dan tertawa dalam Islam:

a) Tidak Bercanda dengan Kebohongan Demi Tawa dari Orang Lain

Dalam bergurau, tidak diperbolehkan umat muslim menggunakan kalimat kebohongan hal ini dapat diketahui dengan landasan HR. Abu Daud no. 4990. Hal ini dikarenakan merupakan sebuah hal yang membuang-buang waktu dan mengandung unsur dusta didalamnya.

b) Tidak Bergurau dengan Mengolok-olok agama

Tidak diperbolehkan untuk umat muslim bergurau dengan menjelek-jelekkkan agama. Hal ini sudah diatur dalam surat At-Taubah ayat 65-66. Hal ini dapat menjuruskan orang kepada keluarnya seseorang dari agama Islam.

c) Tidak Mengambil Barang Orang Lain sebagai Candaan

Hal ini ditegaskan dengan dalil dalam Shahih Al-Adab al Mufrad no. 180 dimana dikatakan bahwa larangan umat muslim untuk mengambil barang umat muslim lainnya, baik dalam keseriusan maupun hanya candaan. Karena hal ini akan berujung pada perilaku pencurian.

d) Tidak Menakuti-nakuti Sesama Muslim

Dilarang bagi umat muslim untuk menakut-nakuti temannya. Hal ini termasuk pada *prank* karena hadist Riwayat Abu Daud no. 5004 menyatakan bahwa tidak halal bagi umat Islam untuk menakuti umat Islam lainnya.

7) Memberikan Hadiah

Memberi hadiah merupakan sedekah dan dapat menambah pahala seseorang. Tidak hanya itu, memberikan hadiah dapat mendekatkan dan memperkuat tali persaudaraan. Dalam memberikan dan menerima sebuah hadiah, seorang muslim harus memberikan sesuatu yang halal. Hadiah yang halal merupakan hadiah yang tidak merugikan orang lain, bukan sesuatu yang tidak dibolehkan untuk dikonsumsi (diharamkan untuk dikonsumsi dalam Islam (Al-Maidah ayat 3)). Contoh hadiah yang haram adalah minuman beralkohol, yang menakuti penerima hadiah, dan barang curian. Di dalam Islam seorang muslim juga tidak diperbolehkan untuk menolak hadiah pemberian orang lain (dengan catatan hadiah tersebut merupakan hadiah yang halal dan Hal ini sudah diatur dalam hadist al-Bukhari dan Muslim no.1187. Namun, seorang muslim berhak untuk menolak hadiah tersebut jika pemberi hadiah merupakan seseorang yang berbuat keji atau fasik.

8) Menghindari Debat dan Marah

Seorang muslim dianjurkan untuk menahan amarahnya saat diganggu oleh orang lain. Namun, akan lebih sempurna seorang muslim bila memaafkan orang lain atas perilakunya. Hal ini diatur dalam Qur'an surat Ali-Imran surat 134 dimana dikatakan bahwa Allah menyukai orang-orang yang berlaku kebaikan. Seorang muslim akan memaafkan orang lain karena hal tersebut berbentuk kasih sayang kepada orang lain dan dapat ampunan dari Allah SWT. Hal ini berlandaskan dari surat Asy-Syuura ayat 40, dimana Allah SWT akan menanggung pahala dari orang yang memaafkan saudaranya dan tetap berbuat baik.

Saat bermusuhan, seorang muslim dapat mendiamkan orang yang dimusuhi selama 3 hari. Namun hal ini berlaku untuk permasalahan duniawi. (Al-Bukhari, 2009, hlm. 403). Namun, seorang muslim diutamakan untuk mengakhiri perselisihan karena menimbulkan rasa kasih sayang dan mengikat tali persaudaraan. Dengan memaafkan dan saling menegur dengan salam merupakan hal yang dapat mengakhiri sebuah pertikaian.

Jika seseorang merasakan akan marah, seorang muslim diperintahkan oleh Nabi Muhammad SAW untuk mengucapkan *Ta'awudz*. Hal ini dikatakan oleh Rasul SAW bahwa dengan mengucapkan Ta'Awudz, rasa marah akan cepat mereda.

9) Tidak boleh memukul sesama muslim

Dalam Islam, menyakiti orang lain merupakan dosa besar dan termasuk perbuatan tercela. Hal ini sudah didasarkan pada Al-Qur'an surat Al-Ahzab ayat 58 dan HR. Bukhari no.10 & Muslim no.40. Sehingga, seorang muslim harus menjaga tangan dan lisannya dalam berinteraksi dengan orang lain. Dalam surat ini orang yang menyakiti akan menanggung dosa. Menyakiti orang

lain juga akan berujung pada renggangnya hingga putusnya tali persaudaraan.

10) Saling Menasihati

Dalam menasihati seorang muslim, gunakan kata-kata yang baik, lemah lembut, dan mudah dimengerti sehingga orang tersebut dapat menerima nasihat itu dengan baik. Berikan nasihat sesuai dengan aturan yang diberikan oleh Islam. Hal ini sudah diatur pada Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 125, dimana saat membantah dan memberikan nasihat harus menggunakan kalimat yang baik. Tidak hanya dengan menggunakan kata yang baik dalam menasihati seseorang, Islam menyuruh umatnya untuk menasihati seseorang tidak di depan orang lain agar tidak mempermalukan orang tersebut.

Dalam memberikan nasihat kepada orang lain, seseorang yang memberikan nasihat harus melakukan nasihat dan menguasai nasihat tersebut lebih dulu. Perilaku ini diperintahkan oleh Allah SWT dalam surat Hud ayat 88. Perilaku ini orang tersebut dapat menjadi contoh kepada orang yang akan melakukan nasihat yang diberikan. Agama merupakan nasihat, sehingga seorang mukmin harus memberikan nasihat untuk menggiring mereka ke perkara yang ma'ruf dan menjauhi kemunkaran yang diperintahkan dalam Islam, meskipun hal ini berselisih dengan hawa nafsu dan kebiasaan seseorang.

Dalam memberikan nasihat, terutama yang memiliki unsur akhirat ataupun dunia harus ditutup dengan doa kafaratul majlis karena jika tidak seluruh perkataan yang terdapat pada nasihat atau ilmu yang disampaikan akan menjadi sia-sia. Do'a *kafaratul majlis* adalah "*Subhanaka allahuma wa bihamdika, asyhadu an laa ilaa ha ilaa anta astaghfiruka wa atubu ilaik*"

11) Berteman dengan Lawan Jenis

Dalam menjalin pertemanan dengan lawan jenis, Islam mengatur interaksi laki-laki dengan wanita agar menjauhi muslim dari perbuatan zina dan fitnah yang berujung pada dosa. Dalam berlaku kepada lawan jenis yang harus dilakukan oleh umat Islam adalah tidak bersentuhan, menjaga jarak, menegaskan suara, dan menundukkan pandangan.

a. Tidak Menyentuh Lawan jenis

Dalam hadist riwayat Bukhari, Aisyah Radhiyallahu Anha menyatakan bahwa Rasulullah SAW tidak pernah menyentuh tangan wanita sama sekali meskipun dalam membuat janji.

b. Menjaga Jarak

Islam menyuruh umatnya untuk tidak berdua-duaan atau berdekatan untuk menjauhkan hal-hal yang bebau dosa, kemaksiata, hingga fitnah. Hal ini berdasarkan dalil dari hadist Riwayat Bukhari dan Muslim bahwa Rasulullah SAW melarang seorang laki-laki dan perempuan untuk berdua-duaan kecuali dengan makhromnya. Tidak hanya itu, dalam menjaga jarak akan menjaga kehormatan laki-laki dan perempuan.

c. Menegaskan Suara saat Berbicara

Dalam agama Islam, dilarang seorang Wanita melemah lembutkan suaranya terhadap lelaki dan lelaki diharamkan mendengarkan suara wanita yang ditinggikan dan mengandung syakhwat dan yang ditinggikan. Sehingga, diperintahkan oleh umat muslim untuk berkata dengan tegas. Hal ini ditegaskan pada Al-Qur'an surat Al-Ahzab ayat 32 bahwa diterangkan untuk tidak meninggikan dan memerdukan suara saat berbicara agar tidak mengundang penyakit hati dan fitnah (cobaan dan ujian).

d. Menundukkan Pandangan

Hal ini sudah diatur pada Al-Qur'an surat An-Nur ayat 30 hingga 31 bahwa seseorang harus menundukkan pandangannya kepada lawan jenis dan menjaga kemaluannya. Karena hal ini dapat menjauhi seseorang dari perbuatan zina dan fitnah.

12) Berpakaian Menutup Aurat Saat Bertemu Teman

Saat berjumpa dengan teman, orang muslim diharuskan menggunakan pakaian yang menutup aurat atau sesuai syariat Islam. Hal ini dikarenakan agar umat muslim dapat mencontoh dan terpengaruh dengan lingkungan sosialnya dan termotivasi untuk menggunakan pakaian yang serupa. Hal ini dikarenakan dengan melihat aurat dari lawan jenis karena akan menimbulkan kerusakan. (Asy-Syalhub, 2007) Dalam mengatur cara berpakaian, Islam memiliki aturan yang berbeda untuk perempuan dan laki-laki.

1. Cara berpakaian Perempuan

Dalam Islam, Wanita harus menutup bagian seluruh tubuhnya, terkecuali wajah, kedua tangan. Jika pakaian seorang wanita tidak menyentuh hingga mata kaki, Wanita dapat menggunakan kaos kaki untuk menutup. Hal ini diatur dalam Al-Qur'an surat An-Nuur ayat 3. Selain itu, Wanita tidak boleh menggunakan pakaian yang tipis atau transparan, dan ketat.

2. Cara Berpakaian Laki-Laki

Aurat yang harus ditutup dari laki-laki adalah dimulai dari pusar hingga lutut. Panjang baju laki-laki hingga di atas mata kaki Laki-laki tidak diperbolehkan menggunakan sutra, emas, dan perak. Laki-laki diperbolehkan menggunakan sutra jika terjadi kondisi kulit yang mengkhuskan seseorang hanya menggunakan sutra. Hal ini diatur pada hadist Riwayat Muslim no. 2073, dimana di akhirat nanti orang-orang tidak akan menggunakan pakaian tersebut di akhirat.