

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Desain Komunikasi Visual

Desain serta komunikasi visual merupakan dua buah hal yang berkaitan dan bersifat melengkapi antara satu sama lain. Desain yang merupakan sebuah fungsi nyata dari berbagai bentuk atau wujud dan konteks (Alexander, 1964, as cited in, Davis & Hunt, 2017), dapat membantu memenuhi kebutuhan dari sebuah komunikasi visual untuk menyampaikan pesannya sesuai dengan intensi utama dari perancang dengan meminimalisir potensi terjadinya ambiguitas pesan yang dikemas dalam bentuk komunikasi yang menarik dan bermanfaat (Davis & Hunt, 2017). Adapun, Desain Komunikasi Visual sendiri memiliki beberapa teori pendukung, yaitu:

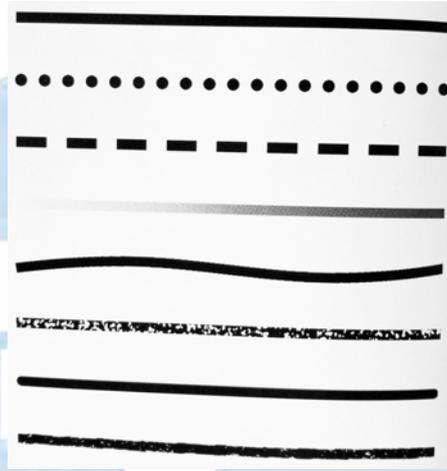
##### 2.1.1 Elemen Desain

Dalam bukunya yang berjudul *Graphic Design Solution*, Landa (2014) menyatakan bahwa terdapat 4 elemen formal dalam desain dua dimensi, antara lain:

###### 2.1.1.1 Garis

Garis merupakan sebuah bentuk perpanjangan dari titik, yang juga dianggap sebagai sebuah jalur dari pergerakan sebuah titik. Garis termasuk sebagai salah satu dari 4 elemen formal dari desain karena fungsinya yang mempunyai beragam peran dalam membentuk komposisi dan komunikasi (Landa, 2014).

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



Gambar 2.1 Garis

Sumber: <https://elements-of-design.weebly.com/line.html>

Garis dapat dibentuk oleh berbagai alat yang dapat meninggalkan sebuah bekas/bentuk. Umumnya, garis dikenali dari bentuk dasar panjangnya dibanding dari lebarnya. Tidak hanya berbentuk lurus, garis juga memiliki berbagai bentuk. Garis dapat dibentuk melengkung atau bersudut/kaku, tebal atau tipis, terhubung atau terputus, dan lain sebagainya menyesuaikan dengan kebutuhan sang desainer. Tidak hanya itu, keberadaan garis juga dapat membantu audiens untuk mengarahkan pandangannya kepada hal yang desainer ingin tonjolkan.

#### 2.1.1.2 Bentuk

Mengutip Landa (2014), bentuk secara garis besar merupakan sebuah area yang digambarkan dalam permukaan 2 dimensi, yang dibuat sebagian atau secara keseluruhan oleh garis, warna, tone, atau tekstur, dalam wujud tertutup.

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 2.2 Implementasi Bentuk dalam Desain

Sumber:

<https://www.boredart.com/2016/10/aesthetic-geometric-abstract-art-paintings.html>

Pada dasarnya, bentuk berwujud datar (2 dimensi) dan dapat diukur dengan ukuran panjang dan lebar dari bentuk tersebut. Besar kemungkinan bahwa pada mulanya, segala bentuk yang ada pada saat ini berasal dari tiga delineasi bentuk dasar, yaitu; kotak, segitiga, dan lingkaran, yang masing-masing bentuknya memiliki wujud volumetris yang serupa, yaitu; kubus, piramida, dan bola.

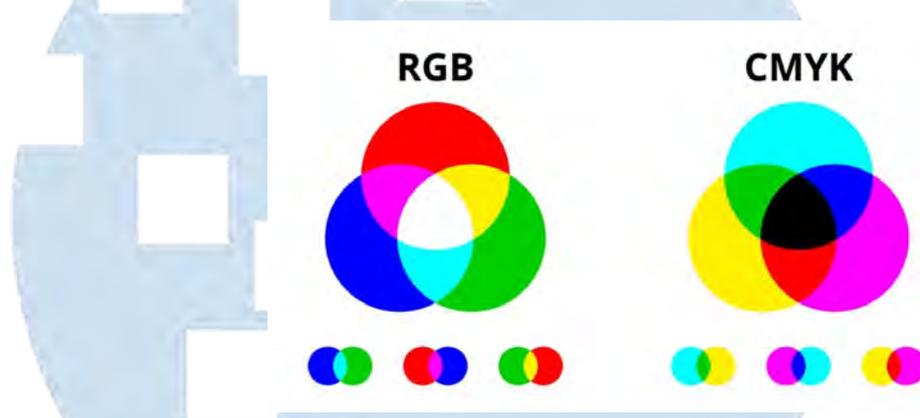
### 2.1.1.3 Warna

Warna merupakan sebuah properti dari kekuatan cahaya, dan hanya karena cahaya manusia dapat melihat warna. Melalui pernyataan tersebut, Landa (2014) berpendapat bahwa studi mengenai warna sangatlah penting dikarenakan kehadiran warna sebagai sebuah elemen desain yang kuat dan bersifat sangat provokatif.

Adapun warna yang manusia lihat dalam permukaan sebuah benda yang terdapat di lingkungan sekitar dikenal juga sebagai '*reflected light*' atau '*reflected color*'. Ketika cahaya menyentuh permukaan sebuah benda, beberapa besar jumlah dari cahaya tersebut akan terserap, sedangkan untuk jumlah cahaya yang tersisa akan tercermin/terpantul menjadi warna yang dapat dilihat oleh manusia.

Landa (2014) menyatakan bahwa untuk mengerti warna secara menyeluruh, pemahaman mengenai warna primer dan sekunder juga penting untuk dikuasai. Adapun berikut merupakan penjelasan dari warna primer dan sekunder:

### 1) Warna Primer



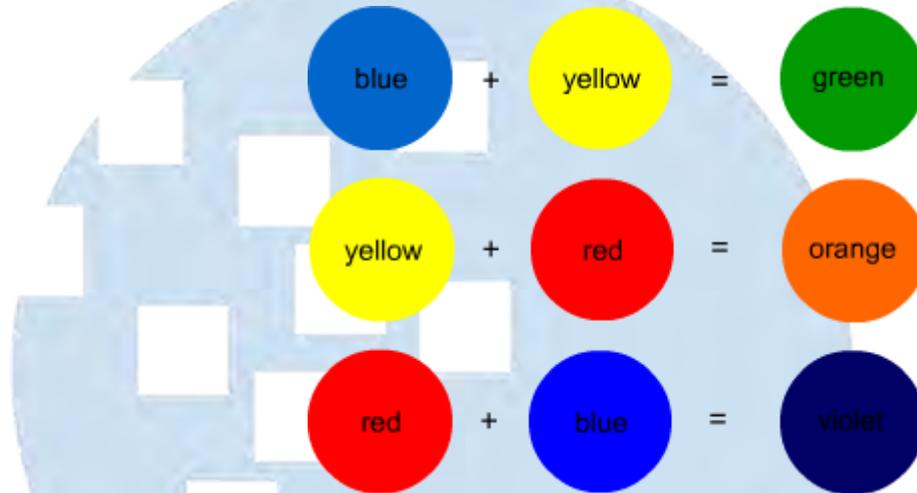
Gambar 2.3 Warna Primer

Sumber: <https://www.retina.co.id/perbedaan-rgb-cmyk/>

Untuk bekerja dengan media berbasis *light in screen*, warna primer digunakan adalah warna merah, hijau, dan biru (RGB). Warna primer RGB ini juga sering disebut sebagai warna primer tambahan, dikarenakan sifatnya yang ditambahkan dengan satu sama lain dalam jumlah yang sama, dapat membuat warna putih terang.

Dalam bekerja dengan media cetak, warna primer yang digunakan adalah *cyan*, *magenta*, *yellow*, dan *key* (hitam) atau CMYK. Dalam penggunaannya, warna hitam pada mode warna ini digunakan untuk meningkatkan kontras.

## 2) Warna Sekunder



Gambar 2.4 Warna Sekunder

Sumber:

<https://classnotes.ng/lesson/primary-and-secondary-colors/>

Menurut Landa (2014), warna sekunder adalah hasil warna yang terbentuk dari hasil pencampuran warna primer. Sebagai contoh, apabila mencampurkan warna merah dan kuning, akan menghasilkan warna oranye. Mencampur warna biru dan kuning, akan menghasilkan warna hijau, dan lain sebagainya. Adapun dengan mencampur warna-warna sekunder ini bisa mendapatkan berbagai variasi warna.

### 2.1.1.4 Tekstur

Tekstur merupakan hasil sebuah representasi dari simulasi kualitas taktil dari sebuah permukaan. Dalam seni visual, tekstur terbagi menjadi dua jenis, yaitu:

#### 1) Tekstur Taktil (Tekstur Asli)

Secara garis besar tekstur taktil merupakan sebuah tekstur yang dapat dirasakan oleh indra peraba secara langsung. Untuk meraih tekstur ini, ada beberapa

teknik cetak yang dapat dilakukan, yaitu; emboss, deboss, stempel, ukir, dan *letterpress* (Landa, 2014).

## 2) **Tekstur Visual**

Tekstur visual merupakan sebuah tekstur yang dibentuk oleh tangan, meniru bentuk dari tekstur asli. Biasanya tekstur visual juga disebut sebagai ilusi dari tekstur taktil.



Gambar 2.5 Tekstur Taktil

Sumber: <https://www.contemporarycollagemagazine.com/>

### 2.1.2 **Prinsip Desain**

Untuk membantu mengoptimalkan penggunaan dari elemen-elemen desain, seorang desainer dapat menggunakan prinsip-prinsip desain. Landa (2014) turut menjelaskan bahwa dalam penggunaannya, prinsip-prinsip desain ini dapat berdiri sendiri tanpa memerlukan bantuan dari prinsip yang lain. Prinsip desain ini terdiri dari 5 prinsip utama, yaitu:

#### 2.1.2.1 **Format**

Dalam penerapannya kepada sebuah desain, format merupakan sebuah perimeter yang telah ditentukan dan juga sebuah bidang yang dilingkupinya. Ukuran sebuah format umumnya

ditentukan setelah mempertimbangkan aspek tujuan, fungsi, solusi, dan biaya perancangan sebuah desain.

### 2.1.2.2 Keseimbangan

Dalam sebuah desain, keseimbangan dapat terbentuk ketika masing-masing visual dan elemen dalam perancangan komposisi desain disusun secara rata sehingga menciptakan suatu bentuk keharmonisan di dalamnya. Landa (2014) menyatakan bahwa keseimbangan dapat terbagi menjadi simetri, asimetri, dan juga radial. Dari ketiga pembagian tersebut, visual dari simetri diwakilkan dengan pantulan dari cermin, visual asimetri disebut sebagai sebuah perpaduan yang menciptakan sebuah harmoni tanpa memberikan kesan refleksi, dan radial dimana keseimbangan dapat dibentuk secara radial, horizontal, atau vertikal.



Gambar 2.6 Prinsip Keseimbangan dalam Desain  
Sumber: <https://wpamelia.com/visual-design-guide/>

### 2.1.2.3 Hirarki Visual

Dari banyaknya tujuan dari penggunaan desain grafis, salah satu alasan utamanya adalah untuk mengkomunikasikan informasi, dan prinsip dari hirarki visual merupakan sebuah bentuk utama untuk mengatur informasi dan memperjelas komunikasi untuk

menghindari terjadinya mispersepsi atau ambiguitas makna desain, dengan cara mengarahkan perhatian audiens kepada hal utama yang ingin ditunjukkan menggunakan *emphasis*.



Gambar 2.7 Implementasi *Emphasis* dalam Desain

Sumber: <https://www.adsoftheworld.com/campaigns/highlight-the-remarkable-lise>

#### 2.1.2.4 Ritme

Dalam dunia desain grafis, ritme merupakan sebuah bentuk pengulangan yang terjadi secara konsisten. Sebuah pola yang terbentuk dari sebuah elemen dapat menghasilkan sebuah ritme. Prinsip ini hadir untuk menciptakan sebuah bentuk kestabilan pada sebuah desain.

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



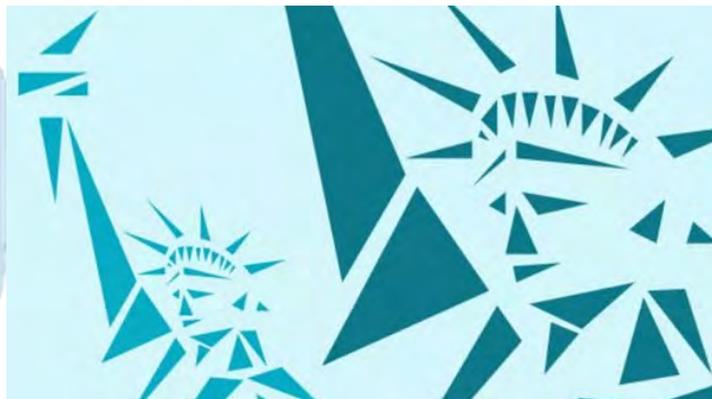
Gambar 2.8 Ritme

Sumber: <https://www.outcrowd.io/blog/value-of-rhythm-in-design>

#### 2.1.2.5 Kesatuan

Percobaan untuk menjadikan elemen-elemen visual terlihat sebagai kesatuan utuh disebut sebagai *unity*. *Unity* ini dibentuk berdasarkan beberapa prinsip, yaitu:

- 1) *Similarity*: persamaan atau *similarity* merupakan sebuah prinsip desain dimana elemen dengan bentuk serupa dipersepsikan sebagai sesuatu yang terkait.



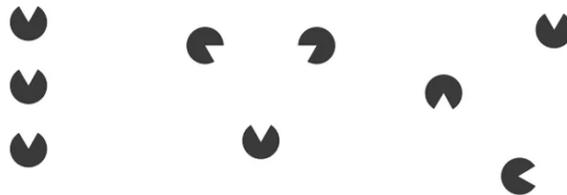
Gambar 2.9 *Similarity*

Sumber:

<https://www.ponoko.com/blog/how-to-make/graphic-design-principles-and-elements-guide/attachment/graphic-design-principles-25-similarity/>

- 2) *Proximity*: Kedekatan atau *proximity* merupakan sebuah prinsip elemen dimana sebuah elemen yang terletak

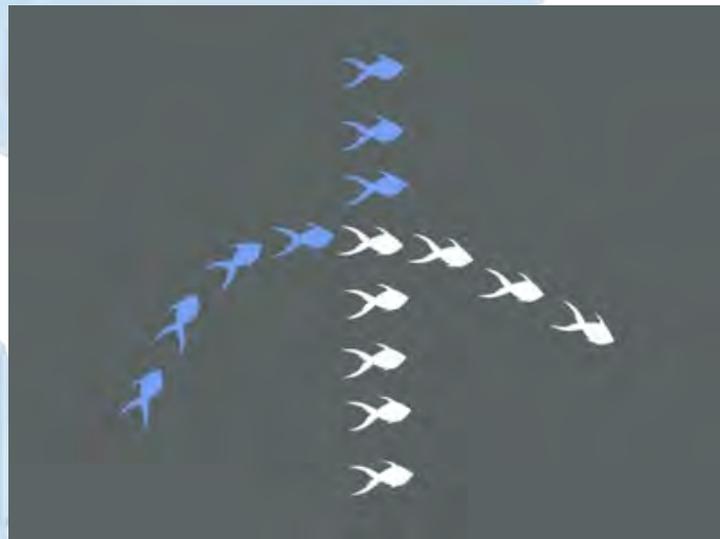
berdekatan dianggap lebih terkait/berhubungan antara satu dengan yang lainnya.



Gambar 2.10 *Proximity*

Sumber: <https://254-online.com/proximity-principle-design/>

- 3) *Continuity*: prinsip kontinuitas atau *continuity* ini merupakan sebuah prinsip yang berupa elemen selaras antara satu sama lain dianggap lebih terkait.



Gambar 2.11 *Continuity*

Sumber:

<https://dribbble.com/shots/5251873-Gestalt-Principles-Continuity>

- 4) *Closure*: Kedekatan atau *Closure* merupakan sebuah prinsip elemen dimana sebuah elemen yang terletak berdekatan dianggap lebih terkait/berhubungan antara satu dengan yang lainnya.



Gambar 2.12 *Closure*

Sumber: <https://ux360.design/closure-design/>

- 5) *Common fate*: *Common fate* dimana elemen memiliki kecenderungan terlihat sebagai sebuah *unity* saat bergerak ke arah yang sama.



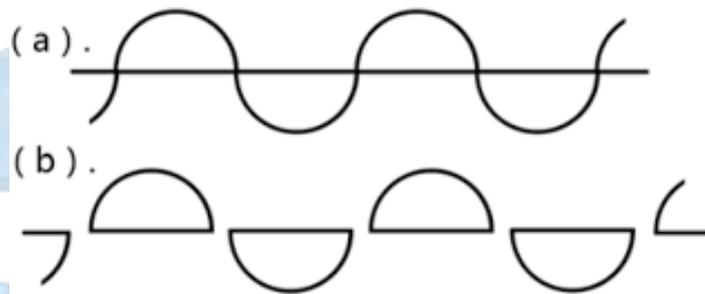
Gambar 2.13 *Common Fate*

Sumber:

<https://www.market8.net/b2b-web-design-and-inbound-marketing-blog/gestalt-b2b-web-design-principles-part-4-common-fate>

- 6) *Continuing line*: *continuing line* berupa sebuah kecenderungan melihat pergerakan sebuah garis sebagai suatu kesatuan walaupun garis tersebut terputus-putus

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 2.14 *Continuing Line*

Sumber:

[http://www.jmis.org/archive/view\\_article?pid=jmis-4-3-107](http://www.jmis.org/archive/view_article?pid=jmis-4-3-107)

### 2.1.3 Tipografi

Mengutip Landa (2014), tipografi merupakan sebuah desain dari ragam bentuk huruf dan penyusunannya pada permukaan dua dimensi serta dalam ruang dan waktu. Landa turut berpendapat bahwa huruf yang merupakan sebuah wujud, harus dinilai dari kriteria estetik dari bentuk, proporsi, dan keseimbangannya.

#### 2.1.3.1 Terminologi dalam Tipografi

Sebelum menggunakan tipografi dalam desain, penting untuk pertama-tama mengerti dan memahami arti dari istilah-istilah yang digunakan dalam dunia tipografi untuk mempermudah proses perancangan sebuah desain yang menggunakan tipografi, yaitu:

- 1) Letterform merupakan sebuah gaya dan wujud partikular dari tiap-tiap huruf yang ada pada alfabet.
- 2) Typeface merupakan sebuah desain dari sebuah set letterform, angka, dan tanda baca yang disatukan dengan gaya visual yang konsisten sebagai hasil rancangan dari seorang desainer.
- 3) Type font merupakan sebuah set komplet dari letterform, angka, dan tanda baca dalam bentuk,

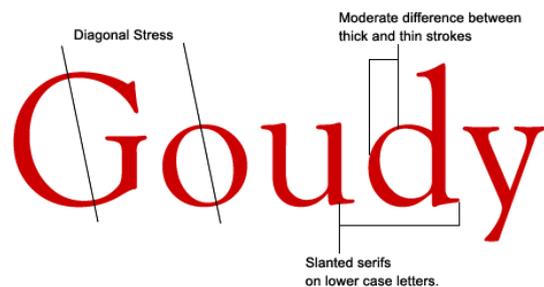
ukuran, dan gaya tertentu yang dibutuhkan untuk komunikasi secara tertulis.

- 4) Type family merupakan sebuah kompilasi dari beberapa desain font yang memiliki ragam variasi gaya yang pembuatannya didasarkan pada sebuah desain typeface.
- 5) Italics merupakan sebuah bentuk letterform yang posisinya miring ke kanan
- 6) Type style merupakan sebuah hasil modifikasi yang terjadi pada sebuah typeface, berupa sebuah variasi desain yang tetap mempertahankan gaya esensial dari tampilan karakter huruf
- 7) Stroke merupakan sebuah garis lurus atau melengkung yang membentuk sebuah huruf
- 8) Serif merupakan sebuah elemen kecil yang ditambahkan pada bagian atas atau bawah dari ujung stroke utama pada sebuah letterform
- 9) Sans serif merupakan sebuah typeface tanpa serif
- 10) Weight merupakan tingkat ketebalan stroke dari sebuah letterform, yang ditentukan oleh perbandingan antara ketebalan stroke yang dihubungkan dengan tinggi dari huruf

### **2.1.3.2 Klasifikasi Model Tulisan**

Model atau jenis dari tulisan terbagi ke dalam beberapa bentuk klasifikasi besar, yang beberapa diantaranya adalah:

- 1) Old style merupakan sebuah typeface roman yang paling erat kaitannya dengan wujud dari huruf yang dibuat menggunakan pulpen berujung lebar.



Gambar 2.15 Old *Style* Font

Sumber: <https://www.sitepoint.com/the-old-style-typeface/>

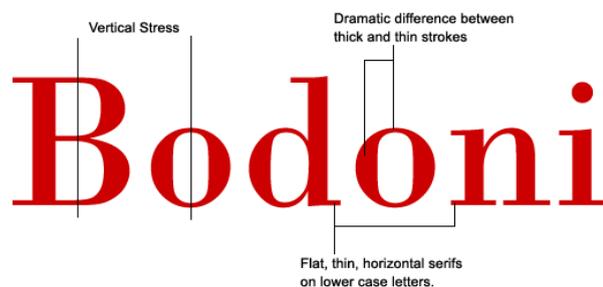
- 2) Transitional merupakan sebuah typeface serif yang mewakili masa transisi dari desain tua ke modern, mengadaptasi karakteristik dari kedua model tulisan



Gambar 2.16 Transitional *Style* Font

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/576531189767103034/>

- 3) Modern merupakan sebuah typeface serif yang konstruksi bentuknya mengarah ke bentuk-bentuk geometris



Gambar 2.17 Modern *Style* Font

Sumber: <https://www.sitepoint.com/the-modern-typeface/>

- 4) Slab serif merupakan sebuah typeface serif yang dikenal dengan bentuknya yang *heavy*, dan *slab-like*

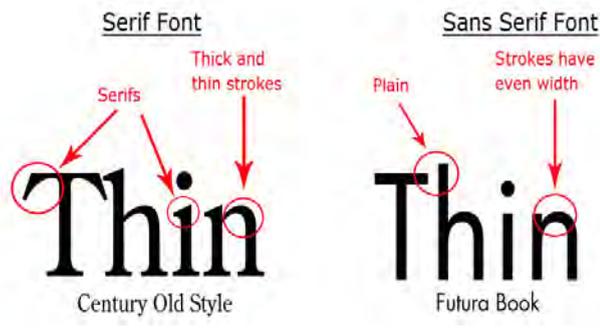


Gambar 2.18 Slab Serif *Style* Font

Sumber:

<https://blogs.elon.edu/cupid/2014/10/06/lets-talk-about-type/>

- 5) Sans serif merupakan sebuah typeface yang dikenali dari bentuknya yang tidak memiliki serif



Gambar 2.19 Serif *and* Sans Serif *Style* Font

Sumber:

<https://wvdsngn.wordpress.com/2018/01/08/sans-serif-pada-typeface-apa-maksudnya/>

- 6) Gothic merupakan sebuah typeface yang bentuknya didasarkan pada huruf-huruf manuskrip di era abad ke-13 sampai dengan abad ke-15

**Olde English Regular**

Gambar 2.20 Gothic *Style* Font

Sumber: <https://www.fontspace.com/category/gothic,old-english>

- 7) Script merupakan sebuah typeface yang bentuknya paling mendekati atau menyerupai tulisan tangan. Huruf-huruf pada typeface ini biasanya berbentuk

miring dan sering kali terhubung antara satu huruf dengan yang lainnya



Gambar 2.21 Script Style Font  
Sumber:

<https://creativepro.com/5-great-script-fonts-from-adobe-fonts/>

- 8) Display merupakan sebuah typeface yang pada penggunaan pokoknya adalah untuk headline dan judul dan tidak jarang memiliki tingkat keterbacaan yang minim sebagai sebuah text.



Gambar 2.22 Display Style Font  
Sumber: <https://threerooms.com/blog/what-is-a-display-font>

## 2.1.4 Komposisi dan Layout

Layout merupakan sebuah metode penyusunan tata letak teks, gambar, dan ruang kosong pada suatu desain, agar penyampaian pesan dapat menjadi lebih efektif. Adapun, untuk mencapai keefektifan dari penyampaian pesan ini, dibutuhkan sebuah sistem yang dapat membantu desainer melakukan penyusunan tata letak dari masing-masing elemen yang ada, yaitu *grid*. Mengutip Ambrose dan Harris (2011), *grid* dibagi menjadi beberapa jenis, yaitu:

### 2.1.4.1 Grid Simetris

Sistem *grid* ini membagi dua sisi halaman secara berhadapan layaknya sebuah pantulan dari cermin. *Grid* ini terdiri dari beberapa jenis, seperti:

- 1) *Single-Column Grid* merupakan sebuah sistem *grid* yang hanya terdiri dari satu kolom, yang membuatnya sulit untuk dibaca apabila desain memiliki banyak karakter teks



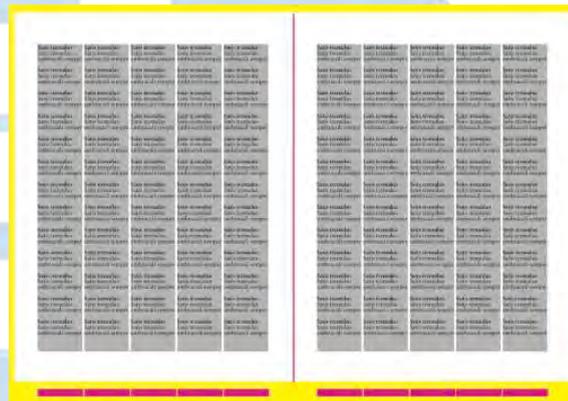
Gambar 2.23 *Single-Column Grid*  
Sumber: Ambrose & Harris (2011)

- 2) *Two-Column Grid* merupakan sebuah sistem *grid* yang terdiri dari 2 kolom, dimana pada umumnya kolom pertama diisi oleh *body text* dan kolom kedua diisi oleh keterangan-keterangan tambahan



Gambar 2.24 *Two-Column Grid*  
Sumber: Ambrose & Harris (2011)

- 3) *Five-Column Grid* merupakan sebuah sistem *grid* yang terdiri dari 5 kolom. Sistem *grid* ini umumnya dipakai untuk membuat detail kontak, indeks, glosarium, dan daftar informasi lainnya



Gambar 2.25 *Five-Column Grid*  
Sumber: Ambrose & Harris (2011)

- 4) *Column-based Grid* merupakan sebuah sistem *grid* yang dibentuk dari 3 kolom, dimana 2 kolom dimanfaatkan untuk *body text* dan 1 kolom yang tersisa dapat dimanfaatkan sebagai tempat untuk menambahkan informasi tambahan atau dibiarkan kosong



Gambar 2.26 *Column-based Grid*  
Sumber: Ambrose & Harris (2011)

5) *Module-based Grid* merupakan sebuah sistem *grid* dimana *grid* disusun menggunakan rangkaian persegi dengan margin yang sama besar. *Grid* ini memberikan kefleksibelan kepada para desainer untuk melakukan penyusunan elemen-elemen desain



Gambar 2.27 *Module-based Grid*  
Sumber: Ambrose & Harris (2011)

#### 2.1.4.2 *Grid Asimetris*

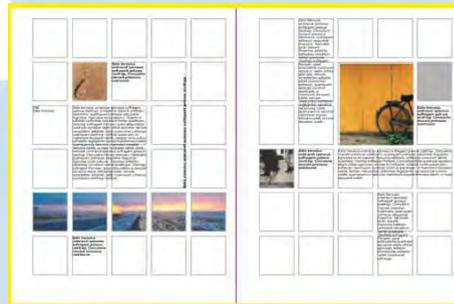
Sistem *grid* ini menggunakan jenis *layout* kolom yang sama pada kedua halaman yang berhadapan. Meski begitu, salah satu dari kolom yang ada dapat berbentuk lebih kecil/sempit, dibandingkan dengan kolom pada sisi lain halaman. Adapun *grid* asimetris ini dibagi ke dalam 2 jenis, yaitu:

- 1) *Asymmetrical Column-based Grid* merupakan sebuah sistem *grid* multi-kolom dengan satu kolom yang dirancang lebih sempit dibanding dengan kolom lainnya



Gambar 2.28 *Asymmetrical Column-based Grid*  
Sumber: Ambrose & Harris (2011)

2) *Asymmetrical Module-based Grid* merupakan sebuah sistem *grid* dimana seorang desainer diberikan kebebasan untuk melakukan penempatan teks dan gambar, dengan catatan bahwa penempatan teks dan gambar hanya dapat dilakukan di dalam modul-modul yang telah tersedia, untuk membentuk sebuah hirarki



Gambar 2.29 *Asymmetrical Module-based Grid*  
Sumber: Ambrose & Harris (2011)

## 2.2 Media Informasi

Mengutip Sobur (2006), media informasi merupakan sebuah alat bagi manusia untuk menerima sebuah informasi, ketika tiap-tiap informasi yang telah dikumpulkan dari alat-alat grafis, fotografis, dan elektronik, diproses dan kemudian disusun sedemikian rupa ke dalam bentuk bahan yang dapat diterima dan dipahami oleh manusia. Adapun, Ace (2001) menyatakan bahwa media informasi terbagi ke dalam beberapa jenis, yaitu:

### 2.2.1 Model Media Informasi

Ace (2001) menyatakan bahwa media informasi dibagi ke dalam beberapa jenis, yaitu:

#### 2.2.1.1 Media Lini Atas (*Above the Line Media*)

Menurut Ace (2001), media lini atas mengacu pada seluruh bentuk media dimana ada sejumlah biaya yang perlu dibayarkan. Sebut saja beragam jenis media dengan jangkauan target yang luas seperti iklan televisi, media pers, radio, dan media elektronik dengan pengaplikasian tertentu. Istilah media lini atas ini bermula dari masa

dimana agensi periklanan mengirimkan sebuah *billing* yang dikirimkan bersama dengan daftar media yang telah klien mereka terima.

#### **2.2.1.2 Media Lini Bawah (*Below the Line Media*)**

Ace (2001) menjelaskan bahwa media lini bawah mengacu pada seluruh jenis media yang dapat mengkomunikasikan pesan dan informasi yang ingin disampaikan, dengan jangkauan yang lebih sempit dan spesifik (*targeted/specific area only*). Brosur, flyer, dan *sign system* merupakan beberapa contoh bentuk media dari media lini bawah.

### **2.2.2 Fungsi Media Informasi**

Media informasi dalam penggunaannya terbagi ke dalam 4 kategori yang didasarkan pada kebutuhan penggunanya, yaitu:

#### **2.2.2.1 Media untuk Kesenangan**

Pada kategori ini, media berperan menjadi pemberi hiburan dan kegembiraan bagi para penggunanya. Penggunaannya pun berbagai macam, seperti sebuah media untuk bersosialisasi, media untuk mata uang sosial, dan lain sebagainya.

#### **2.2.2.2 Media untuk Pertemanan**

Sebagai sebuah media untuk pertemanan, media memiliki peran sebagai sahabat bagi para penggunanya. Salah satu contohnya adalah penggunaan media audio (musik) sebagai suatu alat untuk menghilangkan rasa kesepian.

#### **2.2.2.3 Media untuk Pengamatan**

Dalam kategori ini, media berperan sebagai pengamat atau penyedia informasi atas kejadian yang terjadi di sekitar penggunanya. Misal, penggunaan sebuah aplikasi untuk mendapatkan *update* keadaan rumah dari kamera cctv.

#### **2.2.2.4 Media untuk Penafsiran**

Media ini digunakan sebagai alat tafsir dari hal yang terjadi, dari sebab sesuatu terjadi dan cara untuk mengatasinya.

#### **2.2.3 Klasifikasi Media Informasi**

Susilana dan Riyana (2009) menyatakan bahwa media informasi dapat dikelompokkan menjadi 7 kelompok media yang dibagi berdasarkan cara dan bentuk penyajiannya, yaitu:

##### **2.2.3.1 Media Grafis, Bahan Cetak, dan Gambar Diam**

Sesuai dengan sebutannya, media kelompok satu ini terdiri dari media grafis, media bahan cetak dan bahan diam. Media grafis merupakan sebuah media yang disajikan dalam bentuk grafis, seperti; grafik, diagram, dan sketsa. Media cetak merupakan sebuah media yang dibuat dan dihasilkan melalui proses cetak, seperti buku teks. Sedangkan, media gambar diam merupakan sebuah hasil media dengan bantuan alat fotografi yang dapat menghasilkan sebuah *image*/gambar yang bisa dilihat oleh manusia. Adapun, anggota dari kelompok ini sendiri menyediakan data faktual, ide, dan gagasan yang dirangkai dalam bentuk kata-kata, bilangan/nilai, maupun simbol.

##### **2.2.3.2 Media Proyeksi Diam**

Media proyeksi diam merupakan sebuah media yang memproyeksikan sebuah pesan atau pesan yang diproyeksikan. Media proyeksi diam ini terdiri dari empat bentuk media yaitu, OHT (*Overhead Transparency*) yang diproyeksikan oleh OHP (*Overhead Projector*), *Opaque Projektorm*, *slide*, dan *film strip*.

##### **2.2.3.3 Media Audio**

Media audio merupakan sebuah media dimana pesan yang terdapat didalamnya hanya didapat melalui indra pendengar. Pesan yang dikandung dalam sebuah media audio terdapat dalam bentuk

auditif, yang dapat merangsang pemikiran dan menarik perhatian sang pendengar.

#### **2.2.3.4 Media Audio Visual Diam**

Menyerupai media audio, pesan yang terdapat pada ini juga dapat diterima melalui indra pendengar. Meski begitu, media ini juga menyediakan pesan ke dalam bentuk visual yang bisa diterima oleh indra penglihatan. Adapun, contoh dari media ini adalah *film strip* dan halaman bersuara serta *sound slide*.

#### **2.2.3.5 Media Gambar Hidup/Film**

Media ini merupakan sebuah media yang dibentuk dan disusun sedemikian rupa dari rangkaian gambar diam (*still-pictures*), untuk menyajikan efek hidup dan bergerak.

#### **2.2.3.6 Media Televisi**

Media televisi merupakan sebuah media yang dapat menayangkan pancaran gambar dan suara dari stasiun televisi atau fasilitator tayangan di televisi.

#### **2.2.3.7 Multimedia**

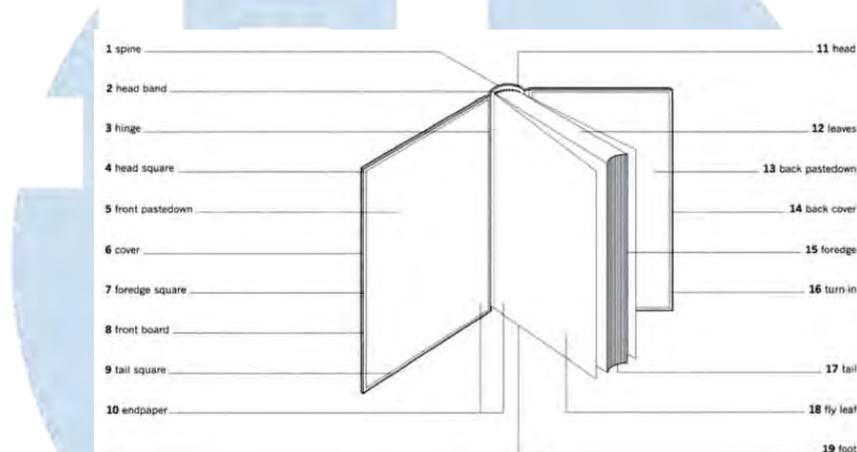
Multimedia merupakan sebuah media yang penyajiannya merupakan hasil gabungan dengan media lain. Sebut contoh seperti bahan dari media cetak, audio, dan visual yang dikemas menjadi satu untuk ditayangkan kepada audiens.

### **2.3 Buku**

Sebagai suatu bentuk dokumentasi yang dapat bertahan paling lama hingga saat ini, buku diisi dengan berbagai jenis ilmu dan pengetahuan, ide, kepercayaan serta kreativitas mendalam dari para perancangannya (Haslam, 2006).

### 2.3.1 Anatomi Buku

Sebuah buku terbentuk dan tercipta dari rangkaian bagian yang biasa disebut juga sebagai anatomi buku. Haslam (2006) membagi anatomi buku ke dalam beberapa bagian, antara lain:



Gambar 2.30 Anatomi Buku  
Sumber: Haslam (2006)

- 1) *Spine* merupakan bagian yang melindungi tepi buku yang menggunakan teknik binding. *Spine* terletak di bagian terluar dari buku, yaitu, di sampul buku.
- 2) *Head band* merupakan tali yang melindungi perekat buku
- 3) *Hinge* merupakan sebuah lipatan perekat antar lembar halaman yang mempermudah proses jilid
- 4) *Head square* merupakan sebuah lipatan kecil tebal yang terletak pada bagian atas buku
- 5) *Front paste-down* merupakan bagian belakang *endpaper* yang menempel pada *front board*
- 6) *Cover* merupakan sisi depan dari buku yang berukuran tebal yang juga berfungsi sebagai pelindung buku
- 7) *Foreedge square* merupakan bagian kecil pelindung dari bagian foreedge yang terdapat pada bagian sampul depan dan belakang
- 8) *Front board* merupakan bagian sampul depan dari buku

- 9) *Tail square* merupakan sebuah lipatan kecil tebal yang terletak pada bagian bawah buku
- 10) *Endpaper* merupakan sebuah lembar buku yang tebal yang berfungsi sebagai pelindung sampul buku dari *hinge*
- 11) *Head* merupakan bagian atas dari isi buku
- 12) *Leaves* merupakan lembaran/halaman dari buku yang terdiri dari dua sisi
- 13) *Back paste-down* merupakan bagian belakang *endpaper* yang menempel pada *back board*
- 14) *Back cover* merupakan sisi belakang dari buku yang berukuran tebal yang juga berfungsi sebagai pelindung buku
- 15) *Foreedge* merupakan sisi samping dari isi buku yang tidak terjilid
- 16) *Turn-in* merupakan bagian sisa dari bahan yang melapisi sampul yang kemudian dilipat untuk merekatkan bagian belakang dari sampul buku
- 17) *Tail* merupakan bagian bawah dari isi buku
- 18) *Flyleaf* merupakan bagian dari *endpaper* yang memberi batas sampul dengan isi buku
- 19) *Foot* merupakan bagian bawah dari buku

### **2.3.2 Struktur Isi Buku**

Agar dapat disebut menjadi sebuah buku, dibutuhkan isi dan struktur untuk menyusun isi tersebut (Suwarno, 2011). Berikut merupakan struktur dari buku secara umum:

#### **2.3.2.1 Sampul**

Sampul merupakan sisi terdepan dari buku yang berfungsi sebagai pelindung dari buku dan juga sebagai tempat penyaji judul, halaman publikasi, nama penulis, serta penerbit, yang tampilannya didukung oleh rancangan/tatanan desain untuk meningkatkan daya

jual dari buku. Sampul ini sendiri terdiri dari beberapa bagian, yaitu; sampul depan, sampul belakang, punggung buku, dan lidah sampul.



Gambar 2.31 Bagian Sampul Buku

Sumber: <https://www.halamanmoeka.com/artikel/struktur-dan-bagian-bagian-buku>

### 2.3.2.2 Halaman Preliminary

Halaman *Preliminary* atau yang biasa dikenal juga sebagai halaman pendahuluan merupakan halaman yang letaknya berada di antara sampul dan isi buku. Halaman pendahuluan ini umumnya terdiri dari halaman judul, halaman kosong, catatan hak cipta atau *copyright*, halaman tambahan yang dapat berupa prakata atau kata pengantar dari penulis, dan daftar isi.

### 2.3.2.3 Bagian Utama (Isi)

Bagian isi merupakan bagian terpenting dari keseluruhan struktur buku, karena pada bagian inilah topik/materi utama dari buku disampaikan dan dibahas. Adapun bagian utama atau isi ini terdiri dari pendahuluan, judul bab, penomoran bab, alinea, rincian, ilustrasi, dan juga judul lelar.

### 2.3.2.4 Bagian *Postliminary*

Bagian terakhir dari struktur buku ini berperan untuk menutup isi dari buku dan ditempatkan diantara bagian utama dengan sampul belakang buku. Bagian ini sendiri terdiri dari catatan penutup, daftar istilah, lampiran, indeks, serta daftar pustaka.

## 2.4 Ilustrasi

Mengutip Zeegen (2005), ilustrasi merupakan sebuah bentuk ekspresi dari seorang individu yang dituangkan ke dalam bentuk piktorial dalam rangka menyampaikan sebuah pesan/informasi. Ilustrasi dibentuk sedemikian rupa sesuai dengan gambaran yang didapatkan dari imajinasi individu yang membuatnya (ilustrator), untuk kemudian diterima dan dipersepsikan dengan audiens yang melihatnya.

### 2.4.1 Jenis Ilustrasi

Nikolaeva (2017) membagi ilustrasi ke dalam beberapa jenis berdasarkan perannya sebagai media visual, yaitu:

#### 2.4.1.1 *Concept Art*

*Concept art* memiliki sebuah keterkaitan dengan interpretasi atau konsep dari suatu objek yang diangkat. Umumnya, penggunaan jenis ilustrasi ini diterapkan sebagai garis besar/gambaran terhadap suatu proyek/ide.



Gambar 2.32 *Marvel's Thor: Love and Thunder Concept Art*

Sumber:

<https://www.marvel.com/articles/movies/d23-concept-art-marvel-studios-booth>

### 2.4.1.2 *Graphic Novel/Comic*

Jenis visual ilustrasi ini menyajikan sebuah bentuk visualisasi dari sebuah alur cerita, untuk menggambarkan keseluruhan *feel* yang didapat dari cerita yang dimaksud.



Gambar 2.33 *Earth Boy Comic*

Sumber: <https://www.unicef.org/malaysia/reports/earth-boy-comic>

### 2.4.1.3 *Advertising*

Jenis visual ilustrasi *advertising* ini merupakan sebuah jenis visual yang digunakan dalam dan untuk sebuah iklan. Maka dari itu, jenis visual ini harus memiliki daya tarik yang kuat dan memiliki kemampuan untuk membuat target audiens memiliki impresi yang baik terhadap merek/barang yang diiklankan.



Gambar 2.34 Penggunaan Ilustrasi pada Iklan

Sumber:

<https://alldesign.de/en/strategy/advertising-en/the-art-of-illustration-in-advertising/>

#### 2.4.1.4 *Children Book Illustration*

Ilustrasi untuk anak-anak biasanya dikonsepsikan sebagai sesuatu yang *fun* dan kekanakan terutama ketika akan digunakan ke dalam bentuk buku ilustrasi anak. Permainan warna dan gestur karakter dalam ilustrasi sangatlah penting dan krusial untuk menyampaikan poin utama dari pesan yang ada untuk anak.



Gambar 2.35 Penggunaan Ilustrasi pada Buku Cerita Anak  
Sumber:

<https://www.adobe.com/mt/creativecloud/illustration/discover/childrens-book.html>

#### 2.4.1.5 *Packaging*

Jenis visual ilustrasi dalam sebuah kemasan haruslah dapat menonjolkan *unique selling point* dari merek/barang yang sedang diiklankan. Hal tersebut ditujukan untuk membuat produk lebih menonjol dibandingkan dengan produk milik kompetitor.



Gambar 2.36 Penerapan Ilustrasi pada Desain Kemasan  
Sumber:

<https://www.zilliondesigns.com/blog/illustration-packaging-designs-creativity/>

#### 2.4.1.6 *Logo and Branding*

Ilustrasi pada logo dan *branding* sebuah merek umumnya diaplikasikan ketika merek tersebut ingin meningkatkan tingkat kepercayaan mereka di mata masyarakat. Umumnya ilustrasi pada logo dan *branding* ini diperoleh dari pembuatan logo atau implementasi maskot.



Gambar 2.37 Penerapan Ilustrasi pada Logo dan *Branding* MailChimp

Sumber:

<https://www.creativebloq.com/inspiration/9-great-uses-of-illustration-in-logo-design>

#### 2.4.1.7 *Book, Publication, and Editorial*

Jenis ilustrasi ini harus dan sangat wajib memiliki kemampuan untuk menarik perhatian dan minat beli target audiens. Ilustrasi tidak hanya tersedia di dalam buku, namun juga menjadi daya tarik yang disediakan pada sampul buku.



Gambar 2.38 Penerapan Ilustrasi pada Sampul Buku Ghostcloud

Sumber: <https://chaayaprabhat.com/book-covers>

## **2.5 Desain untuk Anak Usia 6-11 Tahun**

Mengutip Gelman (2014), merancang sebuah desain untuk anak dan orang dewasa merupakan dua hal yang berbeda. Ketika seorang desainer melakukan sebuah perancangan untuk orang dewasa, tujuan utama mereka adalah untuk membantu para orang dewasa untuk mencapai garis akhir permasalahan. Hal ini terjadi dikarenakan orang dewasa yang sudah mengerti dan paham apa tujuan akhir/hal yang mereka inginkan, berbeda dengan anak-anak. Anak-anak tumbuh, berubah, dan berkembang dengan sangat cepat. Misal, pada suatu waktu ketika mereka menggunakan sebuah *interface*, mereka lebih mengutamakan pengalaman dan petualangan yang mereka dapatkan dari penggunaan *interface* yang dimaksud.

### **2.3.1 Karakteristik Anak Usia 6-11 Tahun**

Dalam rentang usia 6 sampai dengan 11 tahun, anak sedang berada di dalam fase dimana mereka bertumbuh dan berkembang secara cepat (Hijriati, 2011). Adapun dalam rentang usia tersebut, karakteristik anak terbagi dalam 3 tahap perkembangan mereka (Gelman, 2014), yaitu:

#### **2.3.1.1 Usia 6-8 Tahun: *The Big Kids***

Menurut Gelman (2014), anak dalam rentang usia ini merupakan anak yang sangat fokus. Ketika mereka mulai mengenal sesuatu, mereka ingin untuk menguasainya secara penuh sebelum berlanjut kepada hal berikutnya.

Anak dalam rentang usia ini juga lebih suka dengan kuantitas dibanding kualitas, bersikap introspektif, kompleks, open minded, dan dapat menjadi sangat bersemangat ketika dipertemukan dengan hal-hal yang mereka anggap keren.

#### **2.3.1.2 Usia 8-10 Tahun: *The "Cool" Factor***

Gelman (2014) menyatakan bahwa dalam rentang usia ini, anak suka untuk bertindak sebagai 'ekspert', dimana mereka sering

bertindak tanpa memperdulikan apapun karena dalam satu sisi mereka juga menyukai '*shock factor*' yang terjadi selama mereka melakukan kegiatan yang dimaksud.

Dalam tahap perkembangan ini juga, anak sudah mulai dapat memperhitungkan banyak aspek untuk memecahkan sebuah masalah, mulai menyadari bahwa tidak semua orang dewasa memiliki jawaban atas segala pertanyaan yang ada, mulai mengerti secara akurat akibat/dampak dari tindakan mereka, serta menyadari bahwa dunia tidak berakhir hanya karena mereka tidak mengikuti peraturan dunia.

Pada dasarnya, pada tahap ini anak sudah mulai dapat memikirkan dan mengatasi masalah yang lebih kompleks dibanding mereka pada tahap perkembangan sebelumnya.

### **2.3.1.3 Usia 10-12 Tahun: *Growing Up***

Pada tahap perkembangan anak ketiga ini, anak mulai dapat membayangkan hasil akhir dari tindakan atau pilihan tertentu yang mereka lakukan. Anak mulai memikirkan tindakan yang akan mereka lakukan sebelum benar-benar melakukannya (Gelman, 2014).

Anak mulai bisa berpikir kreatif dan cenderung abstrak, sadar akan hal-hal yang membuat mereka berbeda (merasa seperti tidak cocok dengan lingkungannya, merasa *insecure* terhadap dirinya sendiri, dan lain sebagainya), mulai mengenali hal-hal yang mereka suka dan dapat mereka lakukan dengan baik, serta tidak ingin diperlakukan seperti anak-anak.

### **2.3.2 Desain yang Efektif untuk Anak Usia 6-11 Tahun**

Menurut Schlichting (2019), penglihatan merupakan indera dominan dari seorang manusia. Dibandingkan dengan indera manusia lainnya, kita

menerima data visual dalam skala besar dalam tiap detik hanya dengan melihat sekeliling. Maka dari itu, strategi visual yang baik, terutama dalam bentuk media informasi yang tersedia dalam bentuk *motion*, mudah untuk menarik perhatian banyak orang, tak terkecuali seorang anak.

Dalam membuat fokus seseorang tertanam pada titik yang diinginkan, seorang desainer dapat memanfaatkan kemampuan manusia untuk menggunakan fokus foveanya. Schlichting (2019) menyatakan bahwa dengan fokus fovea dan sebuah bentuk fiksasi, seseorang dapat menemukan dan memeriksa sebuah benda atau detail-detail kecil secara akurat dan dalam waktu yang singkat. Adapun dalam bentuk desain untuk anak, fokus ini dapat dibantu dengan pemberian *highlight* (dengan warna, bentuk, atau ukuran) pada POI yang diinginkan dalam desain yang dimaksud.



Gambar 2.39 Penerapan *Highlight* Warna pada POI  
Sumber: <https://missobriensartclass.weebly.com/emphasis.html>

Schlichting (2019) juga menyatakan bahwa anak-anak menyukai ikon. Schlichting berpendapat bahwa ikon merupakan salah satu elemen yang dominan digunakan dalam desain untuk anak. Hal tersebut sendiri disebabkan oleh ikon yang dapat digunakan oleh anak-anak yang tidak bisa membaca, dapat dimengerti secara langsung dan cepat, dapat berbentuk lucu, dan dapat mendukung eksplorasi dan rasa ingin tahu seorang anak,

yang secara tidak langsung membantu mereka untuk belajar berpikir secara kreatif.

Dalam menjalankan aktivitas sehari-hari, manusia secara alami merasa tertarik dengan hal yang berwarna-warni, terutama ketika hal yang dimaksud dapat bergerak. Pada esensinya, warna membawa pengaruh besar dalam beragam hal, terutama dalam desain yang diciptakan untuk anak-anak. Anak-anak menyukai warna-warna primer yang terang dan warna-warna pelangi, sehingga desain dengan warna serupa memiliki potensi yang lebih besar untuk menarik perhatian seorang anak, dibanding dengan desain yang berada dalam citra warna *grayscale* (Schlichting, 2019).

### 2.3.3 Penggunaan Ilustrasi dalam Desain

Dalam merancang sebuah karakter ilustrasi bagi anak, penting untuk memikirkan bagaimana cara untuk membuat karakter tersebut mudah diingat dan mudah untuk dikenali oleh anak. Mengutip Schlichting (2019), hal tersebut dapat diatasi dengan cara melihat cara manusia berkomunikasi dengan satu sama lain.

Manusia banyak berkomunikasi (baik secara sadar maupun tidak) menggunakan bahasa tubuh. Bahasa tubuh dapat menjelaskan keadaan fisik maupun mental seseorang dengan baik. Penggunaannya sendiri terhadap karakter ilustrasi disesuaikan dengan pergerakan dan postur yang dilakukan oleh manusia. Hal tersebut dilakukan bertujuan agar karakter ilustrasi dapat mudah dipahami dan dipercayai oleh anak.



Gambar 2.40 Gestur Tubuh dan Ekspresi Wajah Karakter Ilustrasi  
Sumber: Schlichting (2019)

Selain bahasa tubuh, manusia juga pandai untuk membaca arti ekspresi dari wajah seseorang, terutama dari mata. Schlichting (2019) menyatakan bahwa dalam merancang sebuah karakter ilustrasi, ekspresi wajah dapat membantu menyampaikan perasaan karakter tersebut kepada anak, yang juga dibantu oleh bahasa tubuh sang karakter.

Schlichting (2019), turut menyatakan bahwa perubahan ekspresi wajah dan bahasa tubuh sebuah karakter ilustrasi sering dibuat se-berlebihan mungkin untuk membuat perubahan emosi dan reaksi terlihat dengan jelas.

## **2.6 Hidup dalam Kesederhanaan bagi Anak**

Hidup sederhana adalah sebuah perilaku untuk hidup, menyesuaikan dengan kebutuhan utama manusia. Dengan hidup sederhana, manusia dapat menjalani hidup dengan lebih tenang dan bahagia, dan merasa lebih bersyukur atas apa yang dimiliki (Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2018).

### **2.6.1 Gaya Hidup Sederhana**

Untuk menjalani hidup dalam kesederhanaan, tentunya seseorang harus memahami bagaimana cara untuk hidup secara sederhana. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (2018) menyatakan bahwa ada beberapa cara untuk menanamkan/mengajarkan hidup sederhana bagi anak, yaitu:

- 1) Memberi contoh kesederhanaan dalam kegiatan sehari-hari anak
- 2) Mengajarkan anak cara untuk membedakan kebutuhan dan keinginan
- 3) Mengajarkan anak cara untuk berhemat
- 4) Mengajarkan anak cara untuk menabung
- 5) Mengajarkan anak cara untuk berbelanja dan menggunakan uang dengan bijak
- 6) Mengajarkan anak mengenai berbagi
- 7) Mengajarkan anak mengenai kepemilikan