

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Desain Grafis

Menurut Landa (2014), desain grafis memiliki fungsi untuk menyampaikan ide dan pesan kepada para audiens agar dapat berkomunikasi dengan baik. Desain grafis harus dapat menyampaikan pesan dengan efektif dan memberikan kesan yang mendalam pada audiensnya.

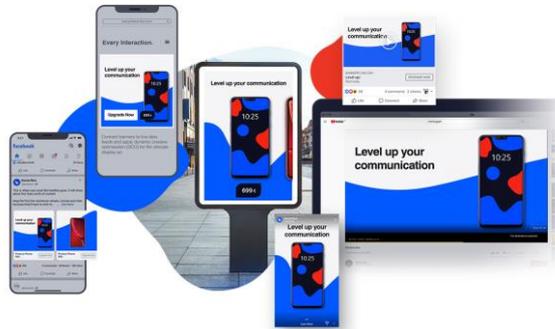
2.1.1 Prinsip Desain

Ketika melakukan perancangan desain, berkaitan erat dengan prinsip desain yang akan menghasilkan keseimbangan, hirarki visual, penekanan, kesatuan dan ritme. Untuk mencapai prinsip tersebut diterapkanlah kombinasi dari konsep tipografi, visual dan elemen yang sama dalam setiap proyek desain yang dilakukan. Berikut ini merupakan prinsip desain menurut Landa (2013) yaitu:

2.1.1.1 Format

Format berperan sebagai pembatas yang membatasi desain yang akan dibuat. Jenis format yang umum digunakan ada 2 yaitu: *single format* dan *multi-page format*. *Single format* seringkali diterapkan untuk merancang poster, *cover* buku, billboard, brosur, dan sejenisnya.

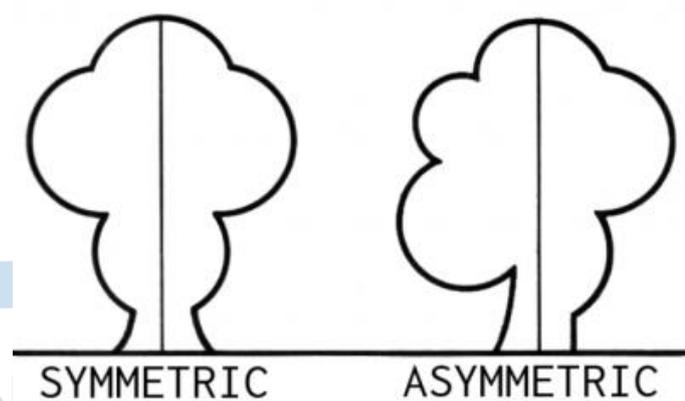
Multi-page format membutuhkan unsur kesatuan, kelanjutan, dan harmoni yang berkelanjutan dalam seluruh halaman yang terkait (hlm. 29). Format ini digunakan untuk merancang dokumen atau media yang terdiri dari beberapa halaman, seperti katalog, koran, situs website, brosur, laporan dan sejenisnya.



Gambar 2.1 Contoh format dalam digital
 Sumber: <https://www.bannerflow.com/platform/ad-formats/>

2.1.1.2 Keseimbangan

Keseimbangan atau *balance* merupakan kesetabilan antara elemen-elemen yang ditempatkan secara merata satu sama lain (Landa, 2014, halaman 30-33). Simetri terjadi ketika elemen-elemen yang ditempatkan secara sama rata dan mencerminkan elemen-elemen yang berlawanan. Asimetri terjadi ketika elemen-elemen yang ditempatkan secara sama rata tanpa mencerminkan elemen yang berlawanan.



Gambar 2.2 Perbedaan simetri dan asimetri
 Sumber: <https://kuliahdesain.com/perbedaan-desain-simetris-dan-asimetris>

2.1.1.3 Hierarki Visual

-Prinsip hierarki visual membantu desainer dalam mengatur elemen-elemen desain grafis untuk memandu audiens. Melalui hierarki visual, desainer mampu menentukan urutan visual yang akan dilihat audiens. Emphasis diterapkan untuk menyoroti satu atau beberapa elemen agar lebih menonjol dari yang lain. Desainer perlu memilih prioritas penekanan elemen, serta menentukan urutan elemen mana yang ingin diperhatikan terlebih dahulu (hlmn. 33). Dengan mengurung, menentukan posisi di tempat tertentu, membuat suatu objek memiliki ukuran yang berbeda, mengarahkan fokus pandangan dengan petunjuk dan arah, serta mengaplikasikan suatu struktur diagram dapat membuat suatu penekanan pada elemen visual (hlm. 34-35).

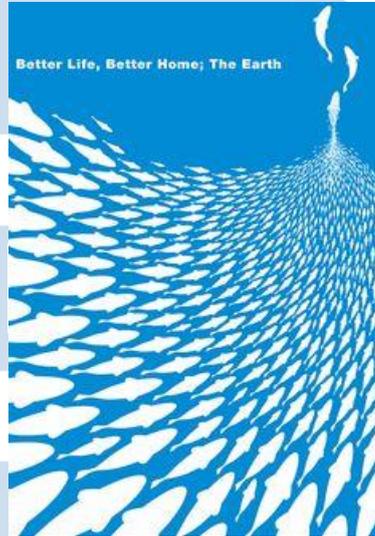


Gambar 2.3 Contoh hierarki visual menggunakan hierarki visual
Sumber: <https://mediatonic.com.au/category/posters/> (2020)

2.1.1.4 Ritme

Ritme dalam desain diciptakan melalui pengulangan elemen untuk menciptakan konsistensi. Irama dapat ditampilkan dari elemen yang ditampilkan melalui perbedaan ukuran, bentuk, dan posisi elemen. Pengulangan elemen yang berulang akan menghasilkan repetisi. Dengan modifikasi elemen visual akan

tercipta variasi untuk menambahkan ketertarikan visual (hlmn. 35).



Gambar 2.4 Contoh penggunaan ritme dalam kampanye
Sumber: shinn.co.jp

2.1.1.5 Kesatuan

Unity atau kesatuan dalam desain mengacu pada hubungan erat antara elemen-elemen yang menciptakan konsistensi. Elemen visual yang memiliki hubungan yang kuat dan seimbang akan mencapai kesatuan. Komposisi yang berkesatuan akan mudah dipahami audiens. Menurut hukum gestalt, penekanan pada persepsi dan bentuk secara keseluruhan akan mempengaruhi pembentukan harmoni dalam desain (hlmn. 36).

U M M N

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 2.5 Contoh kesatuan elemen pesan dan visual
Sumber: <https://www.science-sparks.com/what-is-climate-change/>

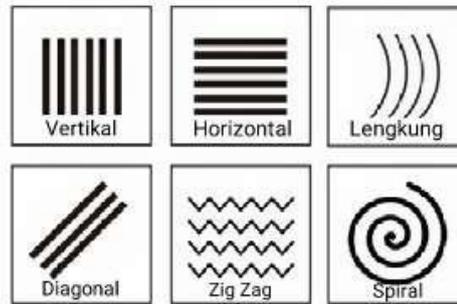
2.1.2 Elemen Desain (Robin Landa)

Dalam sebuah perancangan desain, dasarnya terdiri dari elemen desain. Menurut Landa (2013), terdapat 4 elemen utama desain yaitu:

2.1.2.1 Garis

Garis dalam desain dibentuk melalui penggabungan unit titik. Titik-titik ini digabungkan untuk menciptakan sebuah garis (hlmn. 19). Karakteristik garis memiliki arah serta sifat tertentu, contohnya garis lurus atau bergelombang atau bersudut, dengan sifat keras, tebal, halus, tipis, dan lain sebagainya. Garis memiliki fungsi memperjelas bentuk, mengatur pembatasan komposisi, serta sebagai pendukung dalam mengarahkan penglihatan dan komposisi (hlm. 20).

UIN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

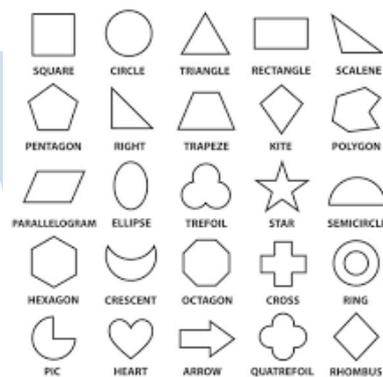


Gambar 2.6 Jenis garis

Sumber: <https://cilacapklik.com/2020/10/macam-macam-garis-desain-grafis.html>

2.1.2.2 Bentuk

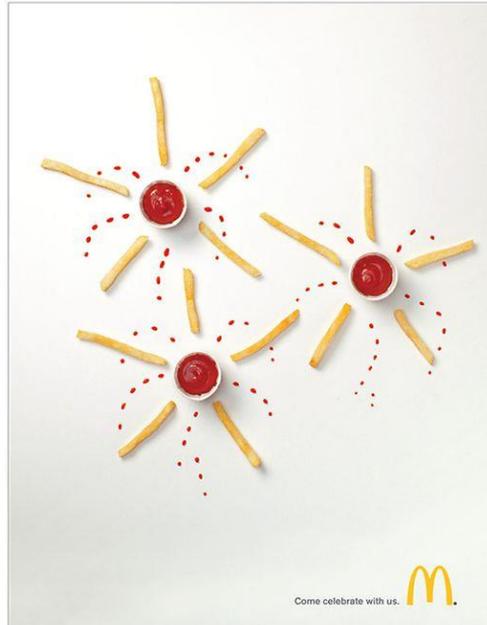
Bentuk disusun melalui garis yang membentuk tampilan visual dua dimensi dari ukuran panjang dan lebarnya. Volume atau bentuk suatu objek juga dapat dilihat dari sudut pandang volume yang digambarkan. Semua bentuk terbentuk dari yaitu lingkaran, kotak serta segitiga (hlmn. 20)



Gambar 2.7 Bentuk dasar

Sumber: <https://www.griyawebbsite.com/dasar-desain-grafis/>

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 Penggunaan bentuk dasar pada kampanye McDonalds
Sumber: <https://www.behance.net/gallery/2479289/McDonalds-Fry-Campaign>

2.1.2.3 Warna

Dalam desain, cahaya yang diterima oleh mata disebut sebagai warna. Gelombang cahaya yang masuk ke mata dapat diukur sebagai perbedaan warna. Permukaan benda yang terlihat memiliki warna disebut sebagai "reflected color". Hasil dari gabungan gelombang cahaya pada layar komputer atau telepon genggam disebut sebagai "additive color".

Tiga komponen elemen warna menurut Landa (2014) yaitu hue, saturation, dan value. Tingkat kesejukan warna dan kehangatan warna diidentifikasi dari hue. Tingkat kecerahan atau kegelapan pada warna diidentifikasi dari saturation. Tingkat terang atau kusamnya warna diidentifikasi dari value. Warna dasar atau warna primer merupakan warna yang bukan merupakan gabungan dari warna lainnya. Pada benda yang memiliki pigmen seperti cat, warna primer adalah merah, kuning,

dan biru. Sementara, pada layar digital, warna dasarnya adalah merah, hijau, dan biru (RGB).

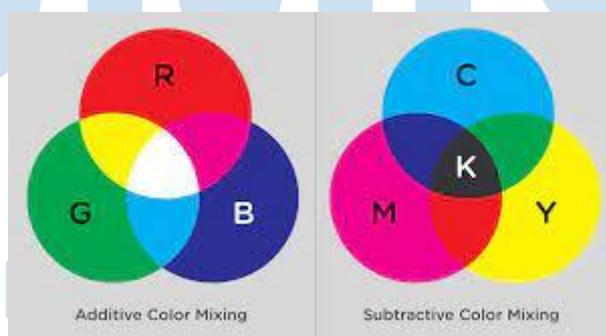
Dalam mesin pencetakan offset, warna dasarnya adalah cyan, magenta, kuning, dan hitam (CMYK). Kombinasi dari dua warna primer akan menghasilkan warna sekunder. Warna sekunder dapat dibuat variasi lagi menjadi warna lainnya yang lebih beragam. Dalam penglihatan manusia, warna utama dapat dibagi menjadi dua jenis, yaitu:

1. Additive color

Additive color merupakan warna yang asalnya dari cahaya, yaitu warna merah, hijau, dan biru, yang disebut juga RGB

2. Subtractive color

Subtractive color merupakan warna yang berasal dari pantulan cahaya yang terdiri dari CMY dan RYB. CMY adalah singkatan dari tiga warna dasar yaitu cyan (biru-kehijauan), magenta (ungu-merah), dan kuning. Warna ini merupakan hasil dari warna RGB yang menggunakan pigmen transparan. Sementara, RYB merupakan singkatan dari tiga warna dasar yaitu red, kuning, dan biru. Warna ini tidak dapat menembus cahaya dan dihasilkan langsung dari penggabungan warna CMY.



Gambar 2.9 Additive & Subtractive Color System
Sumber: Landa (2014)

Setiap warna memiliki makna yang berbeda, menurut Achmad Basuki (2015) dalam jurnal yang berjudul “Makna Warna dalam Desain” berikut ini merupakan arti warna:

1. Merah dikaitkan dengan energi, perang, bahaya, kekuatan, keberanian, tekad, hasrat, dan cinta. Objek dapat terlihat sangat jelas saat menggunakan warna merah.
2. Merah muda dikaitkan dengan rasa girang, seksualitas, nafsu, kepekaan, dan cinta. Sering kali dikonotasikan dengan femininitas.
3. Merah gelap dikaitkan dengki, dendam, kemarahan, amarah, keinginan, keberanian, tenaga, kepemimpinan, dan rasa tekun.
4. Warna coklat dikaitkan dengan kejantanan atau maskulin dan stabilitas. Warna coklat kemerah-merahan sering dihubungkan dengan alam seperti pohon, musim gugur & tanah.
5. Warna kuning sering dikaitkan dengan energi ceria, bahagia, hangat, membangkitkan kegembiraan, merangsang aktifitas mental, dan sebagai simbol peringatan. Selain merah, warna kuning ini juga sering digunakan untuk menarik perhatian.
6. Warna biru melambangkan kebijaksanaan, kebenaran, kedalaman, stabilitas, kepercayaan, kesetiaan, kepercayaan diri, kecerdasan, kepercayaan, dan surga. Terbalik dengan ‘kehangatan’ dari warna merah, jingga, kuning; warna biru ini sering dihubungkan dengan dingin, kesadaran dan kepandaian.
7. Biru muda sering dikaitkan dengan kesehatan, kesembuhan, damai, pengetahuan, dan lembut.
8. Biru tua melambangkan integritas, pengetahuan, keseriusan, dan kekuatan.
9. Hijau melambangkan alami, herbal, pertumbuhan, harapan, harmoni, segar, dan subur. Hijau secara emosional dapat berarti keamanan. Warna hijau tua sering dihubungkan dengan uang.

10. Hijau tua sering dihubungkan dengan keuangan, bank, finansial, kecemburuan, ambisi, ketamakan, dan racun.
11. Hijau kekuningan identik dengan asam, penyakit, perselisihan, sakit hati, dan cemburu.
12. Hijau Olive melambangkan perdamaian.
13. Hijau Aqua melambangkan keamanan, perlindungan, emosi tenang, dan penyembuhan.
14. Warna ungu dikonotasikan dengan royal, keturunan bangsawan, kekuatan, kekayaan, kemewahan, ambisi kebijaksanaan, martabat, merdeka, kreatif, misteri, dan sihir.
15. Warna hitam sering dikonotasikan negatif dengan kejahatan, kedukaan, penekanan, kekuatan, elegan, formal/acara resmi, misteri.
16. Warna putih dikonotasikan positif dengan dihubungkan sebagai kesempurnaan, suci, cahaya, cerah, kebaikan, murni, aman, murni, kesejukan dan bersih. Warna putih dianggap menunjukkan keberhasilan, kesuksesan, kesehatan, profesionalitas, modern dan canggih.

2.1.2.4 Tekstur

Tekstur dalam desain adalah sebuah visualisasi dari permukaan benda. Dalam unsur visual, ada 2 jenis tekstur yaitu tekstur taktil serta visual. Tekstur taktil dapat dirasakan melalui sentuhan, seperti hasil dari ukiran, cap, proses embossing, dan debossing.

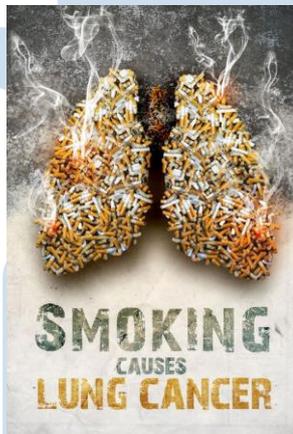
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2.10 Avery Jacket dalam kampanye Urban Outraged menyelamatkan hewan dari fashion

Sumber: <https://www.usatoday.com/story/life/health-wellness/2021/12/03/peta-human-leather-campaign-does-help-animal-rights-movement/8820012002/>

Sedangkan tekstur visual adalah sebuah gambaran tidak nyata dari tekstur asli bisa dihasilkan dari pemindaian foto atau digambar (hlm. 28).



Gambar 2.11 Anti Smoking Ads

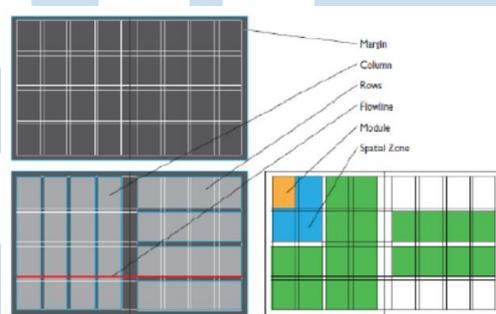
Sumber: <https://webneel.com/30-brilliant-anti-smoking-advertisements-your-inspiration-best-print-ads-and-posters>

2.1.3 *Layout dan Grid*

Layout terdiri dari susunan elemen-elemen desain dalam suatu ruang dan disesuaikan dengan keseluruhan skema estetika desain (Ambrose & Harris, 2011, hlm. 8). Tujuan *layout* adalah memastikan elemen visual dan teks terintegrasi dengan baik sehingga dapat dicerna

oleh audiens. *Layout* yang baik akan membantu audiens menavigasi berbagai informasi dengan tingkat kompleksitas yang beragam (hlm. 8)

Grid digunakan untuk menempatkan dan menyusun elemen-elemen dalam desain dengan tujuan memudahkan pengambilan keputusan (Ambrose & Harris, 2011, hlm. 26). *Grid* digunakan sebagai panduan, namun tidak harus diikuti secara mutlak (Tondreau, 2019, hlm. 8). Secara sederhana, grid membagi elemen visual dan ruang dengan menggunakan garis vertikal dan horizontal (Landa, 2014).



Gambar 2.12 Layout & Grid
Sumber: Landa 2014

2.1.4 Tipografi

Dalam mendesain, aspek pemilihan tipografi harus berdasarkan jenis *typeface*, *margin*, ukuran, jarak setiap huruf, dan warna. Umumnya kombinasi tipografi hanya menggunakan dua jenis *typeface*, tidak lebih. Kombinasi ini terdiri dari display font dan body text, masing-masing satu. Kombinasi yang dapat menjadi pertimbangan baik, yaitu dengan memilih 2 *typeface* yang memiliki kontras tetapi mirip dari segi konfigurasi.

5 kelompok jenis tipografi menurut Ambrose & Harris (2011), yaitu:

1. Block

Karakter dan identitas utama dari tipografi block adalah berat. Jenis tipografi ini biasa dipakai pada abad pertengahan sehingga tampak lawas.



Gregorian FL

Gambar 2.13 Font Gregorian FL salah satu Block Typeface
Sumber: <https://www.freebestfonts.com/yone/prev/gregorianflf-b.jpg>

2. Roman / *Serif*

Tipe huruf ini mengambil referensi dari prasasti Roman dengan karakter dan identitas spasi huruf proporsional, seimbang dan mempunyai *serif* /kait. Serif memiliki tingkat *read ability* yang tinggi.



Times New Roman

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Gambar 2.14 Font Times New Roman salah satu Serif Typeface
Sumber: <https://www.fontr.com/times-font>

3. Sans-Serif

jenis tipografi sans serif memiliki karakter dan identitas desain yang sederhana, simpel, dan bersih jadi memudahkan *read ability* pada jarak jauh. Biasanya digunakan pada font display.



Gambar 2.15 Font Futura salah satu Sans Serif Typeface
Sumber: <https://visme.co/blog/types-of-fonts/>

4. Script

Memiliki karakteristik bentuk tulisan tangan manusia, sehingga tingkat *read ability* bergantung dari variasi tipe

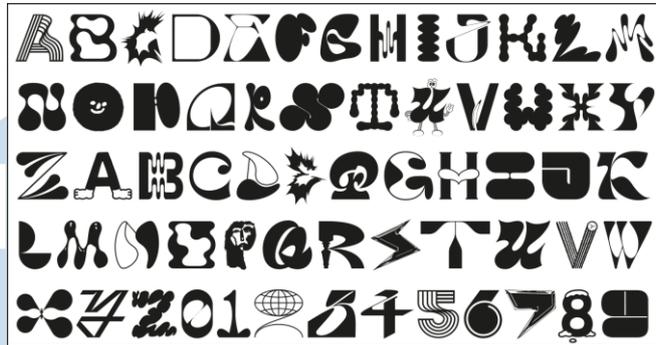


Gambar 2.16 Font Lumpia salah satu Script Typeface
Sumber: <https://justcreative.com/best-brush-script-fonts/>

5. Graphic

Setiap karakteristik *typeface* dapat digambarkan atau divualisasikan menjadi gambar. Jenis tipe ini sangat bervariasi karena dibuat dengan mencocokkan dengan suatu tema.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.17 Contoh Font Graphic Typeface

Sumber: <https://www.itsnicethat.com/news/group-font-raissa-pardini-typography-graphic-design-120520>

2.1.5 *Spacing*

Spacing atau dikenal sebagai jarak antar huruf mempengaruhi tingkat *read ability* sebuah teks. Jarak atau interval ini akan membuat pembaca menangkap pesan yang disampaikan. Landa mengklasifikasikan interval dalam tipografi menjadi 3 :

1. *Letter Spacing Interval* atau kerning yaitu jarak kosong antar huruf.
2. *Word Spacing Interval* yaitu jarak kosong antar kata.
3. *Line Spacing Interval* atau leading yaitu jarak kosong antar baris

Design matters

Design matters

Design matters

Gambar 2.18 Interval dalam Tipografi
Sumber: Landa (2014)

2.2 Kampanye

Rogers dan Storey (1987) dikutip oleh Venus (2019) mendefinisikan kampanye sebagai aksi komunikasi untuk mencapai dampak tertentu pada audiens target dalam jumlah besar dan dalam jangka waktu tertentu (hlm. 9). Kampanye merupakan kegiatan komunikasi yang terorganisir, terencana, dalam jangka waktu tertentu, program yang jelas, persuasif dengan narasumber yang jelas. Kampanye biasanya bertujuan perubahan positif yang ditujukan sebagai gerakan massal.

2.2.1 Tujuan Kampanye

Menurut Rogers dan Storey (1987) melalui Venus (2019), kampanye merupakan serangkaian komunikasi yang memiliki tujuan untuk memberikan dampak tertentu pada target audiens yang luas dalam rentang waktu yang telah ditentukan. Menurut Venus (2019), kampanye wajib mempunyai empat elemen dasar, yaitu menghasilkan efek tertentu, mencapai jumlah audiens luas, memiliki batas waktu yang ditentukan, dan dilakukan berdasarkan rencana (hlm. 9-10). Tujuan atau sasaran perubahan kampanye selalu berkaitan dengan pengetahuan (*awareness*), sikap (*attitude*), dan perilaku (*action*).

2.2.2 Jenis Kampanye

Terdapat 3 jenis kampanye menurut Charles U. Larson (1992) dalam buku berjudul *Persuasion, Reception and Responsibility* yang dikutip oleh Ruslan (2013) yaitu:

1. *Product Oriented Campaigns* atau kampanye produk

Kampanye ini memiliki orientasi pada produk. Kampanye ini memiliki tujuan untuk memperkenalkan sebuah proyek, produk terbaru atau promosi. Contohnya peluncuran produk baru, perubahan logo atau perubahan brand image suatu perusahaan

2. *Candidate Oriented Campaigns* atau kampanye kandidat

Kampanye ini terpusat oleh calon kandidat untuk memperkenalkan seseorang saat ingin memperoleh perhatian dan dukungan dari masyarakat umum. Biasanya dipakai dalam kampanye

untuk pemilu bagi calon presiden, DPR, gubernur, walikota, kepala desa dan jabatan politik lainnya.

3. *Ideological or Cause Oriented Campaigns* atau kampanye sosial

Kampanye ini biasa digunakan untuk membawa perubahan sosial dan hal-hal yang bersifat ideologi atau pola pikir seperti kampanye membangun kesadaran akan penyakit, pelecehan seksual, perubahan iklim, pencemaran, HAM dan lain-lain (hlm. 25)

2.2.3 Teknik Kampanye

Menurut Ruslan (2013), ada berbagai teknik agar suatu kampanye dapat berhasil menyampaikan pesan dengan efektif kepada audiens yaitu dengan cara berikut:

1. Partisipasi adalah teknik yang mengarahkan audiens untuk menaruh perhatian dan minat yang sama melalui kegiatan kampanye untuk mencapai tujuan akhir mengerti, menghargai, toleransi dan bekerjasama.
2. Asosiasi adalah teknik yang menggunakan peristiwa atau topik yang sedang ramai dibicarakan oleh khalayak saat itu. Tujuannya untuk menarik perhatian masyarakat akan kampanye ini merupakan gerakan terbaru dan dapat mengikuti perkembangan zaman.
3. Integratif adalah penyampaian pesan dengan berbaur dengan kepentingan khalayak umum dengan menggunakan kata yang menampilkan kebersamaan seperti: kami, kita, untuk semua dan bersama untuk seolah-olah menunjukkan bukan untuk kepentingan diri sendiri namun untuk kepentingan bersama.
4. Teknik ganjaran (*pay off technique*) teknik komunikasi dengan cara menjanjikan sesuatu dengan 2 kemungkinan yaitu manfaat dan ancaman. Berupa manfaat lebih menonjolkan manfaat dan nilai guna yang menggunakan daya tarik emosional. Sementara, ancaman menonjolkan dampak negatif yang menimbulkan rasa takut, tegang dan lain-lain.

5. Teknik penataan patung es (icing technique) yaitu upaya memoles suatu kampanye agar terlihat indah di mata, enak didengar dan dirasakan oleh khalayak. Sesuatu yang indah akan tampil dengan menarik dan menjadi mudah diterima oleh khalayak umum.
6. Empati dengan menampilkan sisi terlibat secara emosional, merasakan apa yang dirasakan dan turut menaruh perhatian.
7. Teknik koersi atau paksaan (coersion technique) memfokuskan pada rasa takut atau khawatir bila tidak mengikuti suatu arahan atau paksaan tertentu (hlm.71).

2.2.4 Komunikasi persuasif

Untuk mengubah atau menguatkan sikap, kepercayaan dan perilaku seseorang, kelompok atau massa diperlukan persuasif. 9 prinsip persuasi dalam kampanye menurut Venus (2009), yaitu:

1. Prinsip timbal balik

Penggunaan prinsip yang dapat diterapkan dengan memberikan dan menerima sesuatu yang dianggap penting dan bermanfaat.

2. Prinsip kontras

Penggunaan prinsip kontras mengaplikasikan perbandingan untuk menemukan perbedaan, baik dari segi kebaikan dan keburukan dari setiap pilihan yang hendak diambil.

3. Prinsip karena teman

Prinsip karena teman dapat digunakan ketika penyampaian pesan dilakukan selaku teman. Teman dianggap memiliki banyak kesamaan dan kesetiaan sehingga akan cenderung dipilih dan bersedia melakukan suatu hal yang diminta.

4. Prinsip harapan

Menggunakan harapan dari sesuatu yang dipercayai, diinginkan atau hormati. Contohnya melalui nilai religius, situasi yang ideal, dan diidamkan oleh umum.

5. Prinsip asosiasi

Prinsip ini serupa dengan prinsip harapan. Namun, prinsip asosiasi lebih mengadaptasi kebiasaan orang untuk memilih produk, jasa atau gagasan karena disokong dengan orang yang dihormati atau percayai.

6. Prinsip konsistensi

Prinsip ini mengadaptasi sifat konsisten pada kepercayaannya dan berpegang kuat pada pembelaan dirinya.

7. Prinsip kelangkaan

Prinsip dengan menerapkan teori bahwa dari kelangkaan maka akan semakin besar nilainya dan diminati oleh banyak orang.

8. Prinsip kompromi

Prinsip yang memanfaatkan pemikiran yang sependapat dan setuju akan sesuatu karena sudah lebih dahulu diterima mayoritas.

9. Prinsip kekuasaan

Prinsip yang menerapkan teori bahwa semakin berkuasa seseorang maka akan semakin besar peluang dalam dipertimbangkan dan dihormati orang.

2.3 Buku

Soeatminah dalam Wiji Suwarno menyatakan bahwa “buku adalah wadah informasi berupa lembaran kertas yang dicetak, dilipat, dan diikat menjadi satu pada punggungnya serta diberi sampul”. Buku biasanya mengandung informasi dalam bentuk teks, gambar dan ilustrasi. Dalam pembuatan buku, diperlukan adanya layout dan grid agar buku dapat disusun secara teratur, terarah, dan konsisten.

2.3.1 Struktur Buku

Struktur buku dapat dibagi menjadi dua bagian utama yaitu :

1. Bagian isi

Bagian isi dari buku ialah bagian teks dari buku yang bersangkutan . secara fisiknya bagian isi sebuah buku ialah blok buku yang terdiri atas kumpulan halaman yang dijilid berdasarkan nomor urutnya. Buku dapat dijilid dengan kawat (wire binding), dengan benang (tread binding) atau dengan menggunakan lem (perfect binding).

2. Bagian Sampul.

Bagian sampul atau *cover* dan bagian isi yang merupakan suatu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan. Sampul memiliki peranan sebagai pelindung isi buku dan sebagai alat promosi.

2.3.2 Kuras (*katern*)

Kuras atau *katern* berasal dari bahasa Belanda adalah susunan halaman-halaman buku atau majalah dalam selembur kertas besar. Setelah kertas besar itu dilipat, halaman-halaman ini akan tersusun sesuai nomor halamannya. Satu *katern* biasanya terdiri dari kelipatan 4, 8, atau 16 yang akan menghasilkan halaman bolak balik. Selembur kuras akan menjadi satu lembar film (klise).

2.4 Ilustrasi

Menurut KBBI, ilustrasi adalah gambar foto, lukisan untuk membantu memperjelas isi buku, karangan, dan sebagainya yang berperan sebagai hiasan. Menurut Male (2007), ilustrasi berperan dalam menyampaikan pesan kontekstual atau komunikasi secara spesifik untuk para pembaca. Tujuan penggunaan ilustrasi adalah untuk menjelaskan informasi pada suatu cerita, puisi dan sebagainya dengan menarik, mudah dipahami, komunikatif, mempermudah audiens dalam membaca. Sehingga audiens dapat memproses gambar serta teks pendukung dan mengingat konten yang ingin disampaikan (N & Lakoro, 2012). Berdasarkan Male (2007), ilustrasi memiliki peran yang berupa, sebagai berikut:

1. Ilustrasi sebagai cerita

Ilustrasi identik dikenal sebagai media untuk bercerita dibandingkan dengan peran lain. Ilustrasi berperan menciptakan narasi karena mampu menggambarkan dalam bentuk alur, emosi, ekspresi, dan imajinasi. Bentuk ilustrasi sebagai cerita ini dapat ditemukan dalam buku cerita anak-anak, novel grafis, dan komik.

2. Ilustrasi sebagai opini

Tema opini yang pada umumnya disampaikan melalui ilustrasi adalah isu-isu harian, seperti gaya hidup, politik, berita. Ilustrasi yang disampaikan berupa

pemikiran, argumen, kontroversial yang menimbulkan pertanyaan hingga berujung ke pernyataan provokatif.

3. Ilustrasi sebagai identitas

Pada identitas, digunakan untuk memperkenalkan dan mencerminkan identitas perusahaan. Maka dari itu, ilustrasi berperan penting dalam meningkatkan ketertarikan audience untuk produk yang sudah ada.

4. Ilustrasi sebagai persuasi

Tujuan ilustrasi sebagai persuasi adalah sebagai sarana untuk mempromosikan, menyebarkan pesan, dan membangun awareness akan hadirnya suatu merek. Ilustrasi dapat digunakan untuk mempersuasi audiens, peran ini banyak ditemukan dalam periklanan dan komersial khususnya di bidang produk jasa, makanan, minuman, pakaian, teknologi, dan bidang lainnya.

5. Ilustrasi sebagai dokumentasi, referensi, dan instruksi

Pada dasarnya, ilustrasi merupakan suatu media yang bertujuan memudahkan dalam menjelaskan suatu subjek yang sederhana. Ilustrasi digunakan untuk mendokumentasikan dan memberikan penjelasan informasi pada suatu hal. Ilustrasi sebagai dokumentasi dapat ditemukan dalam buku-buku pembelajaran, ensiklopedia, dan pengetahuan alam.

2.5 Fotografi

Kata fotografi berasal dari bahasa Yunani dengan nama *photos* yang berarti cahaya dan *grafo* berarti melukis atau menulis, arti fotografi secara harafiah berarti melukis dengan cahaya. Sehingga arti fotografi adalah proses yang menangkap cahaya untuk menghasilkan sebuah gambar menggunakan alat bantu berupa kamera. Dalam melakukan fotografi, diperlukan adanya pencahayaan, pergerakan, fokus (ketajaman), dan komposisi (Yunianto, 2021). Peran fotografi yaitu:

1. Fotografi Sebagai Media Informasi

Sebagai medium yang dapat merekam gambar, dengan segala bentuk dari kehidupan yang berhenti dalam sebuah foto bagaikan menekan tombol jeda alam kehidupan, fotografi menangkap dan menjadikannya abadi.

2. Fotografi Sebagai Medium Berekspresi

Fotografi sebagai medium berekspresi identik dengan penciptaan karya seni yang digunakan untuk mengekspresikan seni yang mampu merangsang emosi, berkhayal, mempertajam indera dan memiliki daya tarik untuk akal.

3. Fotografi *Portraiture*

Menurut Bull (2009) fotografer portrait digunakan sebagai identitas yang dapat merekam ide ekspresi fotografer dan penampilan luar subjeknya. Melalui fotografi portrait dianggap menghadirkan kepribadian dalam diri subjek.

2.6 Mangrove

Mangrove sudah menjadi pelindung lingkungan yang sangat besar pengaruhnya (Ana, 2015). Mangrove dapat berperan sebagai solusi dari beragam jenis masalah kerusakan lingkungan seperti polusi dan pembukaan lahan hijau yang berujung dengan kerusakan ekosistem dan habitat hewan. Kerusakan ini, berdampak buruk untuk lingkungan dan juga untuk manusia.

2.6.1 Persebaran Mangrove

Hutan mangrove termasuk pada jenis hutan yang ditemukan pada kawasan muara sungai dan laut dengan struktur tanah rawa ataupun padat. Menurut Desyanaputri (2016), Mangrove atau tanaman bakau tumbuh di pantai dan paling banyak dijumpai pada batasan antara muara pantai dengan sungai. Karakteristik tanaman bakau yaitu hidup berkelompok dalam jumlah yang banyak, mempunyai akar yang besar dan terdapat buahnya.

2.6.2 Jenis Mangrove

Menurut Balai Pengelolaan Sumber daya Pesisir dan Laut, mangrove dikenal dengan beberapa jenis, yaitu mangrove sejati utama (mayor), mangrove sejati tambahan (minor), dan mangrove ikutan. Mangrove sejati utama (mayor) adalah tumbuhan yang tumbuh pada wilayah pasang surut dan membentuk tegakan murni. Mangrove jenis ini

jarang bergabung dengan tanaman darat. Mangrove sejati minor (tambahan) bukan merupakan komponen penting dari mangrove dan biasanya ditemukan di daerah tepi dan jarang membentuk tegakan, sedangkan mangrove ikutan adalah tumbuhan yang tidak pernah tumbuh di komunitas mangrove sejati dan biasanya tumbuh bergabung dengan tumbuhan daratan.

Jenis mangrove dapat dilihat dan diidentifikasi dari bentuk perakarannya, bentuk daun, dan buahnya. Jenis mangrove yang biasa ditemukan di Indonesia yaitu:

A. *Avicennia*

Avicennia di Indonesia dikenal dengan nama api-api, dengan karakteristik perakaran seperti pensil atau kerucut yang keluar secara horizontal dari permukaan air, fungsinya sebagai akar nafas. Di Indonesia terdapat 5 jenis api api, yaitu *A. officinalis*, *A. alba*, *A. lanata*, *A. marina*, dan *A. eucalyptifolia*. Manfaat dari mangrove ini adalah daunnya dapat digunakan sebagai pakan ternak, sayuran dan makanan; Getahnya bisa diolah menjadi obat-obatan; Abu kayu untuk sabun cuci; buah mangrove api-api dapat diolah menjadi tepung buah mangrove.





Gambar 2.19 Contoh mangrove api api.
Sumber: <https://www.flickr.com/photos/36838058@N03/5880059430>

B. *Bruguiera*

Tanaman *Bruguiera* memiliki perakaran menyerupai lutut atau papan. Di Indonesia terdapat enam jenis tanaman ini, yaitu *B. parviflora*, *B. cylindryca*, *B. haenessii*, *B. exaristata*, *B. gymnorrhiza*, dan *B. sexangula*.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.20 Contoh *Bruguiera cylindrica*/ bakau putih
Sumber: <https://mnsnaturebits.wordpress.com/2019/09/20/tree-8/>

C. *Ceriops*

Ceriops merupakan tanaman mangrove yang memiliki karakteristik akar pensil dan bentuk buah lonjong memanjang. Di Indonesia terdapat dua jenis yaitu *C. tagal* dan *C. decandra*



Gambar 2.21 Contoh *Ceriops Tagal*
Sumber: <https://www.greeners.co/flora-fauna/ceriops-tagal-tengar-kaya-zat-tanin-untuk-pewarna-alami/>

D. *Rhizophora*

Memiliki karakteristik bentuk perakaran yang menancap menghujang ke tanah dan permukaan air, biasanya dikenal dengan akar tunjang (*still root*). Akar tunjang ini muncul dari batang pohon dan dahan paling bawah, memanjang ke luar dan menuju ke permukaan tanah.

Di Indonesia terdapat tiga jenis dari *Rhizophora* di ekosistem mangrove di Indonesia, yaitu *R. stylosa*, *R. apiculata*, dan *R. mucronata*. Dalam membedakan jenis *Rhizophora* dapat dibedakan saat pohon sedang berbuah dan dari jumlah bunga dalam rangkaian bunganya. Jenis *R. apiculata* hanya terdapat 2 rangkaian bunga, sedangkan jenis *R. mucronata* memiliki 4-8 rangkaian bunga, sementara jenis *R. stylosa* memiliki 9-16 rangkaian bunga.



Gambar 2.22 Contoh *Rhizophora*

Sumber: <https://forestrypedia.com/rhizophora-mucronata-lam/>

E. Pepada (*Sonneratia*)

Sonneratia atau disebut dengan pepada memiliki sistem perakaran dengan karakteristik berbentuk pensil (*pneumatophora*) Mangrove jenis ini

dapat dibedakan dari *Avicennia* dari bentuk bunga, buah dan bentuk daun. Di Indonesia dapat dijumpai tiga jenis, yaitu *S. ovata*, *S. caseolaris*, dan *S. alba*. Karakteristik *Sonneratia* yaitu memiliki daun tunggal, bundar telur terbalik atau memanjang, berhadapan, dan ujung membulat atau tumpul.



Gambar 2.23 Contoh buah *Sonneratia alba*

Sumber: <https://www.ciriciripohon.com/2020/03/ciri-ciri-pohon-perepat-di-alam-liar.html>

2.6.3 Pemeliharaan Mangrove

Menurut Carolus P. Paruntu, Agung B. Windarto dan Movrie Mamesah, cara pemeliharaan mangrove dimulai dari saat menanam dan perawatan setelah tanam. Saat menanam perlu diperhatikan pemilihan lokasi penanaman, habitat mangrove secara alamiah berada di kondisi pantai mulai dari yang berombak tenang hingga besar. Dan adapula yang dasarnya berupa pasir atau lumpur. Habitat yang ideal sebagai lokasi penanamannya harus memiliki ciri-ciri: air tenang dengan ombak yang tidak terlalu besar, merupakan air payau atau pertemuan dari air tawar dengan air laut dimana masih terdapat pasang surut air laut.

2.6.3.1 Persiapan areal tanamaan

Setelah lokasi kegiatan ditetapkan sesuai dengan rancangan kegiatan pembuatan tanaman mangrove, kemudian pelaksanaan dimulai dengan tahapan sebagai berikut :

- (a) Pemancangan tanda batas dan pengukuran lapangan untuk menentukan luas serta letak yang direncanakan untuk memudahkan perhitungan kebutuhan bibit

- (b) Pembuatan jalur tanaman dimulai dengan penentuan arah larikan tanaman melintang terhadap pasang surut.
- (c) Pembersihan jalur tanam dari sampah, ranting pohon, dan potongan kayu serta tumbuhan liar.
- (d) Ajir tanaman dipasang tegak lurus dan kuat pada calon lokasi penanaman. Jarak antar ajir sesuai dengan jarak tanam yang sesuai dengan kondisi lapangan (1000 batang/ha termasuk sulaman).
- (e) Pembuatan gubuk kerja disesuaikan dengan rancangan kegiatan
- (f) Pembuatan papan pengenal lapangan yang memuat keterangan letak, lokasi, tahun tanam, luas tanaman, jumlah bibit yang ditanam, jenis tanaman dan sistem tanam.

2.6.3.2 Persiapan bibit

Kesesuaian jenis tanaman

- a. Distribusi lokasi dari berbagai jenis tanaman yang paling sesuai menurut tingkat ketinggian air/ zonasi dan ketahanan terhadap pasang surut adalah: zona *Avicennia*, zona *Rhizophora*, zona *Bruguiera*, dan zona kering dan nipah.
- b. Kualitas bibit siap tanam adalah : bibit yang sehat, berbatang tunggal dan leher berkayu. Kenampakan fisiologis yang baik ditandai :
 - Tinggi berkisar 20 ± 55 cm,
 - Media kompak dan sama,
 - Jumlah helai daun berkisar 4 ± 6 helai.
 - Usia bibit 3 ± 4 bulan untuk jenis *Bruguiera gymnorrhiza* dan *Xylocarpus granatum*; berumur 4 ± 5 untuk jenis *Rhizophora mucronata* dan *Rhizophora apiculata*, serta berumur 5 ± 7 bulan untuk jenis *Ceriop tagal* dan *Soneratia alba*.

2.6.3.2 Perawatan setelah tanam

Setelah bibit mangrove bertumbuh, maka perlu dilakukan aksi perawatan tanaman dengan melakukan kontrol pada daerah tempat mangrove bertumbuh dan memperhatikan tumbuh kembang mangrove.

1. Penyiangan dan Penyulaman

Penyiangan atau pemotongan pada tanaman pengganggu atau biasa disebut gulma. Harus diperhatikan dan berhati-hati apabila kegiatan penyiangan/pemotongan gulma dilakukan pada daerah terbuka dan lokasinya dekat area darat (kadar lumpur tipis). Lokasi seperti ini sangat cepat ditumbuhi piyai (*Acanthus ilicifolius*) atau paku-pakuan (*Acrosticum aereum*). Selain itu, bila penanaman dilakukan di areal bekas piyai atau paku-pakuan dapat menjadi pesaing bagi bibit/benih mangrove yang baru ditanam. Paku pakuan atau piyai setelah ditebang dalam waktu yang tidak terlalu lama sekitar 5 bulan akan tumbuh kembali, terutama di musim hujan. Pemeliharaan dilakukan dengan cara penebasan piyai atau pakis-pakistan secara teratur sampai bibit/benih mangrove yang ditanam menjadi besar dan cukup kuat bersaing dengan piyai atau pakis-pakistan ini. Penyulaman dilakukan apabila ada tanaman yang mati. Penyulaman dapat dilakukan dengan benih atau bibit. Penyulaman sebaiknya dilakukan dengan bibit yang umurnya sama dengan tanaman yang mati agar umur tegakan tetap seragam. Cara penyulaman sama dengan cara penanaman.

2. Perlindungan tanaman

Tanaman mangrove yang berusia dibawah 1 tahun perlu mendapatkan perlindungan dari beberapa hewan di sekitarnya khususnya dari hewan seperti kepiting, kambing, burung, serangga dan juga aktivitas manusia. Penanaman di daerah pertambakan biasanya sering diganggu oleh kepiting. Caranya dengan menggigit batang anakan mangrove secara melingkar sehingga distribusi nutrisi dalam tanaman terputus dan akibatnya tanaman akan mati.

Cara untuk mengatasi gangguan ini adalah bibit/benih mangrove ditanam lebih banyak atau rapat-rapat di daerah yang sering diganggu kepiting. Harapannya sebagian dari bibit/benih ini akan lolos dari gangguan dan dapat tumbuh dengan baik. Kemudian cara kedua, benih ditanam sekaligus dua dan rapat dalam satu lubang. Dengan demikian kepiting tidak dapat memanjat dan mengigit benih yang rapat ini. Ketiga, membungkus bibit/benih dengan bambu yang telah dilubangi ruas dalamnya dan diperuncing bagian bawahnya.

Gangguan yang berasal dari kambing yaitu kambing dapat memakan tanaman yang telah berdaun sampai kepangkal daun. Akibatnya tanaman tidak dapat menghasilkan daun kembali dan mati. Cara mengatasinya adalah dengan mengembarakan kambing di daerah lain selain daerah pembibitan mangrove atau dapat mengkandangan kambing agar tidak berkeliaran dan area penanaman mangrove dapat dilakukan di area yang tidak terjangkau kambing yaitu di daerah lebih ke arah perairan.

Hama serangga yang sering menyerang tanaman mangrove dikenal dengan “scale insect” dan kutu lompat (*Mealy bug*). Ciri-ciri serangan hama ini daun menjadi kuning dan kemudian rontok kemudian tanaman menjadi mati. Cara mengatasinya dengan pemusnahan tanaman yang terkena serangan hama ini, agar serangan hama tidak menyebar.

Bibit/benih mangrove juga dapat dirusak karena aktivitas manusia contohnya dengan aktivitas menangkap ikan menggunakan jala menyebabkan tanaman tersangkut dan tercabut saat jala diangkat dari air, menyudu udang yang dilakukan disekitar tanaman, mencari kepiting dengan membongkar lubang kepiting dapat mencabut bibit/benih.

2.6.4 Rehabilitasi Mangrove

Rehabilitasi Hutan dan Lahan (RHL) merupakan upaya untuk memulihkan, mempertahankan, dan meningkatkan fungsi hutan dan lahan guna meningkatkan daya dukung, produktivitas, dan peranannya dalam menjaga ekosistem kehidupan. Menurut Siti Nurbaya, tujuan rehabilitasi mangrove adalah mengembalikan kondisi kawasan hutan mangrove yang mengalami kerusakan, mengembangkan area tutupan hutan mangrove serta meningkatkan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Rehabilitasi mangrove dilakukan dengan menanam dan merawat ekosistem mangrove yang ada sehingga kelestarian lingkungan dapat terjaga.

