

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Desain Grafis

Menurut Suyanto (2004), desain grafis dapat diartikan sebagai penggabungan antara kemampuan seni dan komunikasi yang ditujukan untuk kebutuhan di bidang bisnis ataupun komersil. Hasil desain grafis bisa berupa periklanan, identitas visual, kemasan, poster, majalah, buku, dan lain sebagainya. dengan tujuan menyampaikan suatu pesan kepada masyarakat. Penerapan desain grafis ini terus berkembang seiring perkembangan zaman, yang dahulu hanya diterapkan pada media cetak, sekarang sudah banyak penerapannya pada media digital (Anggraini & Nathalia, 2014).

2.1.1 Unsur-Unsur Desain

Desain memiliki beberapa unsur yang disusun untuk membentuk suatu visual. Dalam desain unsur-unsur disusun dengan baik agar menghasilkan karya visual yang estetik namun memiliki tujuan dan makna. Unsur desain yaitu garis, bentuk, tekstur, kontras, ukuran, dan warna.

2.1.1.1 Garis

Garis merupakan penghubungan antara satu titik dengan titik lainnya bisa berbentuk garis lurus maupun melengkung (Anggraini & Nathalia, 2014). Garis sendiri memiliki berbagai macam bentuk yang bersifat fleksibel dan bebas untuk digunakan. Wujud dari garis dapat berupa garis lurus vertikal maupun horizontal, diagonal, *zig-zag*, melengkung, bergelombang, garis putus-putus, dan tidak beraturan, semua bentuk garis dapat dibuat sesuai maksud dan tujuan dari desain tertentu. Garis juga merupakan unsur untuk membentuk suatu bentuk yang beraneka ragam.

Setiap susunan garis dapat menunjukkan atau menentukan suatu maksud dari desain. Sebagai contoh adalah goresan garis horizontal yang

dapat mengartikkan ketenangan sedangkan vertikal dapat menunjukkan keseimbangan dan kestabilan. Contoh lainnya adalah garis putus-putus yang dapat berarti sebuah petunjuk, misalkan jika pada kemasan makanan, garis putus-putus dapat berarti lipatan atau untuk dipotong. Garis juga dapat digunakan sebagai batasan *margin* atau *grid* pada suatu komposisi dari suatu *layout* pada majalah, buku, dan desain lainnya.



Gambar 2. 1 Contoh Garis

Sumber: <https://i.pinimg.com/564x/36/3a/ef/363aef509476cf12948f4251d3ed1806.jpg>, 2023

2.1.1.2 Bentuk

Bentuk merupakan suatu wujud yang memiliki tinggi, lebar, ataupun diameter. Terdapat banyak sekali wujud bentuk, salah satunya adalah bentuk dasar yang umum seperti bentuk kotak, lingkaran, segitiga, lonjong, bintang, dan bentuk dasar lain. Namun wujud bentuk-bentuk dasar tersebut dapat divariasikan dan dibentuk sesuai dengan keinginan sehingga turunan dari bentuk dapat dikelompokkan menjadi tiga kelompok yaitu bentuk geometric, bentuk natural, dan bentuk abstrak.

a) Bentuk Geometrik

Bentuk geometrik merupakan bentuk dasar dan bentuk turunan dari bentuk dasar yang dapat diukur dimensinya berupa bangun ruang tiga dimensi. Contoh dari bentuk geometrik adalah persegi, lingkaran, segitiga, segienam, dan bentuk lainnya. Sedangkan contoh bentuk geometrik yang

berbentuk bangun ruang adalah bola, kubus, balok, limas, dan bentuk bangun ruang lainnya.



Gambar 2. 2 Contoh Bentuk Geometrik

Sumber: <https://i.pinimg.com/564x/e7/bd/e0/e7bde045bb330cb7e70e626f69b5f25c.jpg>, 2023

b) Bentuk Natural

Bentuk natural adalah bentuk-bentuk yang diambil dari bentuk alami yang dapat kita temukan di sekitar kehidupan. Bentuk natural memiliki variasi dan ukuran yang bermacam-macam dan dapat berubah-ubah, seperti halnya kita melihat daun yang ada di sekitar kita, daun memiliki rupa yang mirip namun ukuran dan bentuknya tidak lah sama persis. Contoh bentuk natural adalah bentuk daun, pohon, awan, manusia, hewan, dan bentuk natural lainnya.



Gambar 2. 3 Contoh Bentuk Natural

Sumber: <https://i.pinimg.com/564x/8b/29/af/8b29af25728993fc2a47e5a5a385aa55.jpg>, 2023

c) Bentuk Abstrak

Bentuk abstrak adalah bentuk yang tidak dapat diartikan secara pasti. Bentuk abstrak dapat berupa bentuk yang dimodifikasi dan didistorsi hingga menciptakan bentuk yang tidak beraturan.



Gambar 2. 4 Contoh Bentuk Abstrak

Sumber: <https://i.pinimg.com/564x/58/4c/fa/584cfaee5b76c6767485f040407f1354.jpg>, 2023

2.1.1.3 Tekstur

Tekstur adalah goresan atau corak pada permukaan yang dapat dilihat dan dapat diaraba. Tekstur juga dapat menunjukkan nilai sebuah material yang ditampilkan. Pada desain, tekstur dapat menambahkan pengalaman pada penikmatnya, namun penerapannya pada desain grafis tekstur bisa dibuat sehingga sifatnya tidak nyata (tekstur semu). Tekstur semu dapat diterapkan dimanapun, dalam suatu gambar maupun bidang datar lainnya.

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 Tekstur

Sumber: <https://i.pinimg.com/564x/80/e7/e6/80e7e6a02f0790d4da99bcd9318cd2fb.jpg>, 2023

2.1.1.4 Kontras / Gelap Terang

Kontras berfungsi untuk memisahkan dan menonjolkan suatu objek dari latar atau objek lainnya. Kontras dapat membangun titik fokus pada suatu objek yang ingin di tampilkan. Kontras dapat dibagi menjadi kontras pada warna dan kontras gelap terang.

Untuk membuat kontras pada warna, dapat mengambil warna yang berseberangan pada lingkaran warna. Contoh pasangan warna kontras yang bersebrangan adalah warna primer merah dengan warna sekunder hijau, warna primer kuning dengan warna sekunder ungu, dan warna primer biru dengan warna sekunder jingga. Sedangkan pada kontras gelap terang, perbedaan gelap terang bisa dibuat lebih jauh misalkan warna objek hitam dengan latarnya yang bewarna putih.

Dengan melakukan kontras pada warna, sebuah desain akan mudah untuk ditonjolkan, misalkan penggunaan warna kontras antara teks dengan latarnya akan membuat teks tersebut mudah dikenali dan dibaca.

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. 6 Contoh Kontras

Sumber: <https://souravmore.artstation.com/projects/442R1>, 2023

2.1.1.5 Ukuran (Size)

Ukuran berperan cukup penting dalam sebuah komposisi desain. Ukuran suatu objek pada sebuah komposisi visual dapat membawakan pesan tertentu. Ukuran pada suatu objek juga dapat membuat kontras dan menonjolkan suatu objek, misalnya objek utama dibuat dengan ukuran dibandingkan dengan objek lainnya yang berfungsi sebagai pendukung dari objek utama tersebut. Pada komposisi desain, perbedaan ukuran juga menciptakan suatu hierarki. Hierarki ini berfungsi untuk menentukan alur baca pada suatu desain oleh penikmatnya. Hierarki juga berfungsi untuk mengurutkan penonjolan desain mulai dari bagian yang paling penting hingga yang kurang penting.



Gambar 2. 7 Contoh Ukuran

Sumber: <https://i.pining.com/564x/86/ba/06/86ba06788072c3d502f3ab00ed5532d2.jpg>, 2023

2.1.1.6 Warna (*Color*)

Warna merupakan hal yang harus diperhatikan dalam suatu desain. Setiap warna dapat memberikan kesan dan citra yang berbeda sehingga pemilihan warna pada suatu desain sangat penting dan dapat mempengaruhi minat pembaca. Warna terdiri dari empat kelompok yaitu warna primer, sekunder, tersier, dan netral.

a) Warna primer

Warna primer merupakan warna dasar seperti merah, kuning, dan biru.



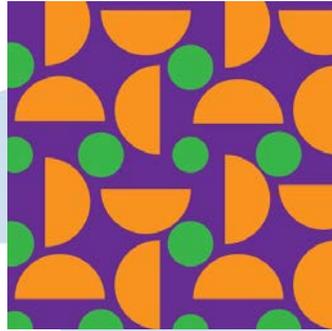
Gambar 2. 8 Warna Primer

Sumber: <https://i.pining.com/564x/06/11/42/061142d5b35cf246a3ea351cc82ce000.jpg>, 2023

b) Warna sekunder

Warna sekunder merupakan hasil campuran dari warna primer dengan warna primer lainnya. Misalkan hasil campuran dari warna merah dan kuning adalah jingga, hasil campuran warna merah dan biru adalah ungu, dan hasil campuran warna biru dan kuning adalah hijau.

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



Gambar 2. 9 Warna Sekunder

Sumber: <https://i.pinimg.com/564x/e9/73/14/e9731496485cd9cc658cb0b2e6ee9d78.jpg>, 2023

c) Warna tersier

Warna tersier merupakan hasil campuran dari warna primer dengan warna sekunder. Misalkan hasil campuran warna merah dengan jingga adalah warna jingga kemerahan sedangkan warna hijau dicampur dengan kuning menghasilkan warna hijau kekuningan.



Gambar 2. 10 Warna Tersier

Sumber: <https://i.pinimg.com/564x/58/4e/cc/584ecc3b8895a3a8dc75cb35af91b354.jpg>, 2023

d) Warna netral

Warna netral adalah hasil campuran dari ketiga warna primer, pencampuran warna yang sempurna menghasilkan warna

hitam. Warna netral berfungsi sebagai warna yang menyeimbangi warna-warna kontras.

2.1.2 Prinsip-Prinsip Desain

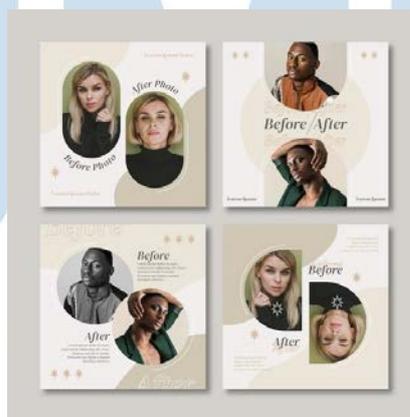
Terdapat beberapa prinsip desain yang umum digunakan oleh para desainer. Berdasarkan buku “Desain Komunikasi Visual: Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula” yang ditulis oleh Anngraini dan Nathalia (2014), terdapat empat prinsip desain yaitu keseimbangan, irama, penekanan, dan kesatuan yang bisa diaplikasikan pada suatu desain.

2.1.2.1 Keseimbangan (*Balance*)

Keseimbangan diperlukan dalam sebuah komposisi desain, yakni ketika suatu desain dibagi menjadi dua bagian dapat menimbulkan kesan berat yang sama. Keseimbangan pada suatu desain dapat membuat pembacanya nyaman. Dalam seni desain grafis, keseimbangan ini tidak bisa diukur tetapi dapat dirasakan.

a) Keseimbangan simetris/ formal

Pembagian dibagi antara kiri dan kanan atau atas dan bawah secara simetris.



Gambar 2. 11 Contoh Keseimbangan Simetris

Sumber: <https://i.pining.com/564x/75/e2/aa/75e2aa2be5f25d7f167f60d2ef9e99b0.jpg>, 2023

e) Keseimbangan asimetris/ informal

Pada keseimbangan asimetris, elemen desain tidak memiliki kesamaan antara bagian kiri dan kanan atau atas dan bawah namun dapat tetap memberikan kesan berat yang sama antara pembagian tersebut. Pada keseimbangan asimetris, desain akan terlihat lebih variative dan dinamis.



Gambar 2. 12 Contoh Keseimbangan Asimetris

Sumber: <https://i.pinimg.com/564x/e0/3c/8b/e03c8b21c7d157b73361201d0b335415.jpg>, 2023

2.1.2.2 Irama (*Rhythm*)

Irama merupakan aplikasi pengulangan atau penyusunan bentuk yang dilakukan berulang kali. Irama terdiri dari repetisi dan variasi. Repetisi merupakan penggunaan elemen yang berulang dan konsisten sedangkan variasi adalah perubahan bentuk, ukuran, atau posisi yang dilakukan secara berulang.

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. 13 Contoh Irama Pola

Sumber: <https://i.pinimg.com/564x/12/fe/7e/12fe7ea8573b31c0d7f76c1b2ca556e1.jpg>, 2023

2.1.2.3 Penekanan (*Emphasis*)

Penekanan merupakan prinsip yang penting dari suatu desain karena berfungsi untuk menonjolkan objek yang menjadi fokus utama. Objek atau informasi penting biasanya akan ditekankan dan ditampilkan mencolok daripada elemen lainnya. Ada beberapa cara yang dapat diterapkan untuk menekankan suatu objek menjadi fokus utama.

a) Kontras

Penekanan pada objek utama dapat terlihat dengan mudah jika memiliki kontras yang tinggi dibandingkan dengan elemen visual lainnya.



Gambar 2. 14 Contoh Kontras untuk *Emphasis*

Sumber: <https://i.pinimg.com/564x/40/36/67/4036674f4271adf075203620186e777f.jpg>, 2023

b) Isolasi Objek

Penekanan pada objek utama dapat diciptakan dengan memisahkan objek dari kumpulan objek lainnya.



Gambar 2. 15 Contoh Isolasi Objek untuk *Emphasis*

Sumber: <https://i.pinimg.com/564x/e2/dd/91/e2dd911ff7b333ddc019d9414b48e53c.jpg>, 2023

c) Penempatan Objek

Penempatan objek juga dapat membantu penekanan pada objek utama. Objek yang diletakkan ditengah-tengah biasanya dapat dilihat dan disadari dengan oleh pembaca sehingga dapat memiliki *stopping power* yang kuat. *Stopping power* adalah elemen yang dapat menarik perhatian pembaca ketika melihat suatu desain.

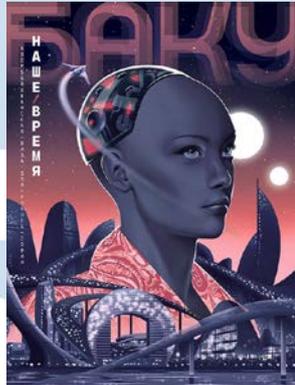


Gambar 2. 16 Contoh Penempatan Objek untuk *Emphasis*

Sumber: <https://i.pinimg.com/564x/25/0c/16/250c166b6e61f5845c4189fed30dd1e4.jpg>, 2023

2.1.2.4 Kesatuan (*Unity*)

Kesatuan merupakan prinsip penting dalam sebuah desain, karena tanpa adanya kesatuan, desain akan terlihat berantakan dan tidak berhubungan antara elemen-elemen desainnya. Kesatuan yang baik dapat membuat suatu desain nyaman untuk dinikmati. Untuk mencapai kesatuan, setiap elemen desain yang digunakan harus memiliki hubungan dan keharmonisan yang baik antar satu dengan elemen lainnya.



Gambar 2. 17 Contoh Prinsip *Unity*

Sumber: <https://i.pinimg.com/564x/fe/98/6e/fe986eba3b74b0154771066d422a85f9.jpg>

2.1.3 Teori Gestalt

Gestalt adalah istilah psikologi yang memiliki makna “kesatuan yang utuh”. Pada teori ini, dijelaskan proses penyatuan komponen sehingga membentuk suatu objek yang satu. Teori Gestalt menciptakan suatu persepsi visual yang sering digunakan pada proses desain. Adapun beberapa aspek yang dijelaskan pada teori Gestalt mengenai persepsi visual:

a) Kesamaan Bentuk (*Similarity*)

Kesamaan akan tercipta ketika objek memiliki kemiripan antar satu dengan yang lainnya. Objek dengan bentuk yang

mirip akan dianggap menjadi suatu kelompok atau pola. Ketika beberapa elemen membentuk kesamaan dan terdapat objek yang berbeda dan menonjol, maka hal tersebut disebut sebagai anomali.

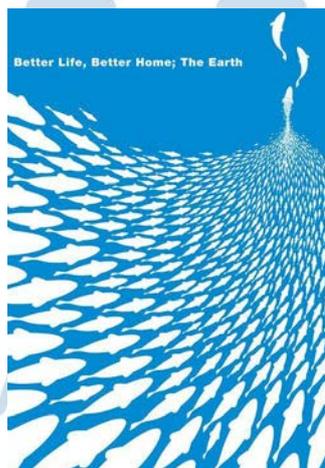


Gambar 2. 18 Teori Gestalt *Similarity*

Sumber: <https://i0.wp.com/moss51.com/wp-content/uploads/2020/03/The-Similarity-Principle.png?ssl=1>, 2023

b) Kesenambungan pola (*Continuity*)

Kesenambungan dapat diciptakan ketika terdapat bentuk yang menunjukkan arah pergerakan dari satu objek ke objek lainnya sehingga desain terlihat berlanjut.



Gambar 2. 19 Teori Gestalt *Continuity*

Sumber: <https://i.pinimg.com/564x/12/c7/37/12c7376dd4436361b59fecf5dc8bb980.jpg>, 2023

c) Penutupan Bentuk (*Closure*)

Penutupan dapat diciptakan ketika suatu objek tidak memiliki kelengkapan, terdapat bidang kosong pada objek. Namun persepsi visual dapat menciptakan bayangan bahwa objek tersebut merupakan objek yang lengkap karena bayangan objek yang sama dengan aslinya.



Gambar 2. 20 Teori Gestalt *Closure*

Sumber: <https://i.pinimg.com/564x/c4/e3/38/c4e338a740831d1f85c86764dcda0e84.jpg>, 2023

d) Kedekatan Posisi (*Proximity*)

Sekumpulan objek yang sama jika diletakkan berjauhan akan terlihat tercerai-berai, namun jika didekatkan dan disusun akan terlihat sebagai satu kesatuan.



Gambar 2. 21 Teori Gestalt *Proximity*

Sumber: <https://i.pinimg.com/564x/5c/07/bc/5c07bcd987b65ab93f3e37c6772d6672.jpg>, 2023

e) Gambar (*Figure*)

Gambar adalah penggabungan beberapa objek yang dapat membentuk suatu objek lainnya.



Gambar 2. 22 Teori Gestalt *Figure*

Sumber: <https://i.pinimg.com/736x/68/cc/62/68cc6214f2952d4d6c0d7c3f9e00919a.jpg>, 2023

2.1.4 Tipografi

Huruf merupakan aspek yang sering kita temui di kehidupan. “Tipografi adalah kajian tentang fitur-fitur grafis dari lembar halaman” dikutip dari David Crystal, 1987 (Anggraini & Nathalia, 2014, hlm 51). Sehingga dapat disimpulkan bahwa tipografi adalah ilmu yang mempelajari tentang penataan huruf. Di dalam grafis desain, tipografi mempelajari banyak hal seperti *layout*, bentuk dan ukuran huruf, dan karakteristik dari suatu huruf. Pemilihan karakter tipografi harus disesuaikan dengan segmen pasar yang mau dituju.

2.1.4.1 Klasifikasi Huruf

Sepanjang pengembangannya, tipografi memiliki beberapa jenis.

a) *Serif*

Jenis huruf *serif* berciri-ciri memiliki kaki pada ujung hurufnya. *Serif* dapat memberikan kesan klasik, resmi, dan elegan (Anggraini & Nathalia, 2014, hlm. 58) sehingga penggunaan serif ini sering digunakan pada desain yang formal karena terlihat lebih tegas.



Gambar 2. 23 Serif

Sumber: <https://i.pining.com/564x/b9/fa/8a/b9fa8ab707fa5eca70250ec102e32a01.jpg>, 2023

b) *Sans Serif*

Jenis huruf *sans serif* tidak memiliki kaki pada ujung hurufnya, sehingga *sans serif* terkesan lebih santai. *Sans Serif* memiliki kesan sederhana, futuristik, dan lugas (Anggraini & Nathalia, 2014, hlm. 60) sehingga *sans serif* sering digunakan pada desain yang tidak begitu tegas dan informal.



Gambar 2. 24 Sans Serif

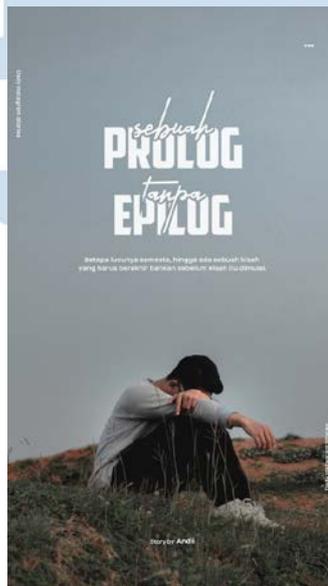
Sumber: <https://i.pining.com/564x/9b/b6/a6/9bb6a69d2af1a6832053ed69c7ba7239.jpg>, 2023

2.1.4.2 Legibility & Readability

Dalam mendesain sebuah teks, terdapat dua hal yang harus diperhatikan yaitu *Legibility* dan *Readability*. J. Ben Lierman pada buku *Types of Typeface* tahun 1967, *Legibility* dan *Readability* merupakan dua hal yang dapat menentukan kesuksesan dari desain tipografi (Anggraini & Nathalia, 2014, hlm. 64).

1) *Legibility*

Legibility dapat diartikan sebagai tingkat kemudahan target dalam memahami huruf pada sebuah teks. Teks yang didesain tetap harus memiliki bentuk yang bisa dikenali oleh masyarakat (hlm 64).



Gambar 2. 25 Contoh *Legibility*

Sumber: <https://i.pinimg.com/564x/98/05/33/980533146bda072102c68d12f71a2e22.jpg>, 2023

2) *Readability*

Secara harafiah, *Readability* dapat diartikan sebagai tingkat keterbacaan. Tingkat keterbacaan ini dapat dibuat dengan memperhatikan letak dan hubungan huruf antar satu dengan yang lainnya. Spasi antar huruf berperan penting untuk

memberikan tingkat keterbacaan yang tinggi. Ketika teks memiliki spasi yang dekat, maka teks akan terlihat membentuk sutau bidang. Sebaliknya jika teks memiliki spasi yang jauh, akan terlihat seperti tekstur (hlm. 65).



Gambar 2. 26 Contoh *Readability*

Sumber: <https://i.pinimg.com/564x/00/e6/9d/00e69d77c3120d88d76b2fb72ef4a0c6.jpg>, 2023

Kedua prinsip di atas berfungsi untuk mempermudah penyampaian teks dan pesan yang ingin disampaikan kepada target.

2.1.4.3 Panduan dalam Aplikasi Tipografi

Menurut Anggraini dan Nathalia (2014) dalam bukunya yang berjudul *Desain Komunikasi Visual; Dasar-Dasar Panduan untuk Pemula*, terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam mendesain tipografi. Hal yang diperhatikan, bukan hanya sekedar pemilihan jenis huruf, melainkan ukuran, warna, spasi, dan lain sebagainya.

1) Ukuran Huruf

Sesuai dengan prinsip desain, ukuran dari suatu elemen dapat menentukan hierarki dari suatu desain, begitu juga dengan tipografi. Ukuran dari teks dapat menentukan mana teks yang lebih penting dibandingkan dengan yang lainnya.

Tentunya teks yang memiliki hierarki lebih tinggi harus dibuat

lebih besar dibandingkan teks lainnya. Biasanya teks yang memiliki ukuran besar adalah judul dilanjutkan ke subjudul, dan isi teks.

Untuk desain yang dibuat digital, teks memiliki ukuran dengan satuan *point* (pt). Agar teks memiliki *readability* yang baik, teks memiliki ideal 8 pt hingga 12 pt. Namun ukuran disesuaikan lagi sesuai targetnya, jika untuk lansia atau pun anak-anak, teks bisa dibuat lebih besar agar mudah untuk dibaca (hlm. 67)



Gambar 2. 27 Contoh Pengaturan Ukuran Teks

Sumber: <https://i.pining.com/564x/af/d3/1c/afd31c1cda96bd62a60e18f01fd8caa2.jpg>, 2023

2) Hierarki

Seperti yang sudah dibahas, dalam desain hierarki memiliki peran penting untuk menuntun pembaca dalam memahami pesan dalam desain. Hierarki berfungsi untuk menentukan suatu alur pemahaman, dapat dimulai dari prioritas teks yang ingin ditonjolkan hingga teks pelengkap (hlm. 68).



Gambar 2. 28 Contoh Hierarki pada Tipografi

Sumber: <https://i.pinimg.com/736x/f9/24/63/f92463e6a6dc5405a684adac2462b39f.jpg>, 2023

3) Jumlah Jenis Huruf

Dalam penggunaan jenis huruf pada suatu desain tidak disarankan menggunakan jenis huruf lebih dari tiga jenis dikarenakan dapat mengganggu fokus bagi pembaca. Penggunaan jenis huruf juga bisa dibuat lebih variasi agar tidak terlalu monoton dan membosankan. Pemanfaatan pada ukuran dan tebal tipis pada huruf juga dapat menolong variasi teks agar terlihat menarik dan menonjolkan suatu informasi.

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. 29 Contoh Perpaduan Jenis Huruf

Sumber: <https://i.pinimg.com/564x/1c/12/16/1c1216343e518c624059a795f98a41f3.jpg>, 2023

4) Variasi huruf

Teks yang ditulis dengan huruf kapital akan lebih sulit dibaca dibandingkan teks dengan perpaduan antara kapital dan huruf kecil. Untuk membuat teks lebih variasi, kita dapat menggunakan *font* yang ada pada komputer. *Font* memiliki beberapa *family type* seperti *light*, *bold*, *italic*, *condensed*, *expanded*, *black*, dan tipe lainnya. Pada tipe *font* yang *bold* akan memberikan kesan menonjol dan tegas, *italic* memberi kesan dinamis dan ramah, sedangkan *light* memberi kesan modern. Penggunaan variasi tipe huruf ini juga berfungsi untuk membentuk suatu kontras antara elemen teks satu dengan yang teks yang lainnya (hlm. 69).

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2. 30 Contoh Variasai Huruf

Sumber: <https://i.pinimg.com/564x/97/66/fd/9766fd8e6dc0e68c2cbcb612076836f0.jpg>, 2023

5) Penggunaan warna

Sesuai dengan prinsip desain yaitu kontras, pemilihan warna yang kontras pada sebuah teks dengan latar belakangnya sangatlah penting agar teks mudah untuk dilihat dan dipahami. Untuk teks yang tidak memiliki warna, gelap terang dapat dibuat cukup jauh agar teks terlihat kontras (hlm. 70).



Gambar 2. 31 Contoh Warna pada Tipografi

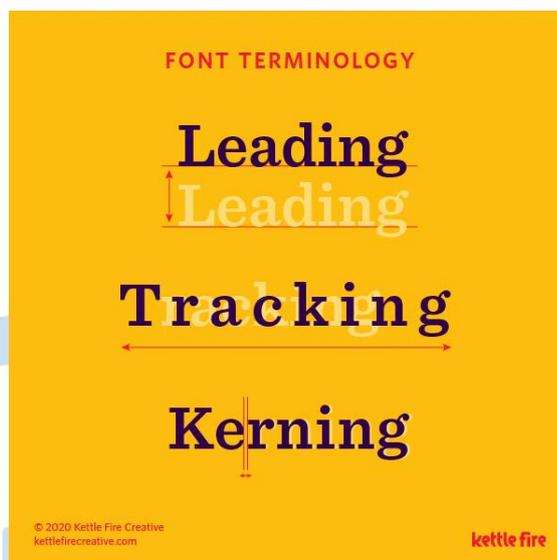
Sumber: <https://i.pinimg.com/564x/78/d4/43/78d443fc9bcb79f00d2b30315b1a91df.jpg>, 2023

6) Pengaturan spasi baris

Terdapat beberapa jenis spasi yang harus dikuasai dan diatur dalam membuat suatu desain yaitu spasi baris (*leading*) dan spasi huruf (*kerning & tracking*).

Leading merupakan pengaturan jarak antara baris dari sebuah paragraph atau teks yang memiliki dua baris atau lebih. *Leading* harus diperhatikan karena memiliki dampak yang besar terhadap pengalaman pembaca. Jika jarak *leading* terlalu rapat, maka akan timbul kesan sesak sedangkan jika terlaluh jauh akan membuat kesan terpisah atau putus.

Dalam spasi huruf terdapat dua jenis spasi yaitu *kerning* dan *tracking*. *Kerning* adalah jarak spasi antar huruf secara individu sedangkan *tracking* merupakan jarak antar huruf secara keseluruhan dalam suatu kata. Penyesuaian *kerning* dan *tracking* ini sangat membantu desain sebuah teks agar lebih mudah dipahami dan pesan dapat disampaikan sesuai tujuan.



Gambar 2. 32 *Leading*, *Kerning*, dan *Tracking*

Sumber: <https://kettlefirecreative.com/wp-content/uploads/2020/05/font-terms-3.jpg>, 2023

7) Panjang baris teks

Dalam sebuah desain, seringkali teks yang Panjang dibagi menjadi beberapa baris ataupun kolom. Barisan teks yang lebih pendek memiliki kecenderungan untuk mudah dibaca sedangkan barisan teks yang panjang akan membuat pembaca memiliki keinginan untuk membaca lebih cepat. Walaupun tidak ada aturan yang pasti, idealnya setiap baris memiliki 50-60 huruf antarbaris (Anggraini & Nathalia, 2014). Hal lain yang harus kita perhatikan dalam Panjang baris teks adalah pemenggalan teks dalam suatu kalimat misalkan pada bagian judul. Jika judul terlalu panjang, dapat dibagi kedalam baris namun pemenggalannya harus diperhatikan agar masih enak untuk dibaca (hlm. 71).



Gambar 2. 33 Contoh Pengaturan Panjang Barisan Teks

Sumber: <https://stuffandnonsense.co.uk/content/img/2021-07-25-1.png>, 2023

8) Penataan baris (*Alignment*)

Penataan baris atau alignment juga berperan penting dalam menyusun suatu tipografi. Terdapat tiga jenis *alignment* yang umum digunakan yaitu rata kiri, kanan, dan tengah.

- a. Rata kiri, teks diratakan ke bagian kiri dan yang terjadi adalah bagian kanan akan berantakan.

- b. Rata kanan, teks diratakan ke bagian kanan sehingga yang terjadi adalah bagian kiri teks akan terlihat berantakkan.
- c. Rata tengah, teks akan dibuat berada ditengah sejajar dari baris atas dengan baris bawah. Jika menggunakan *alignment* tengah, lebih baik setiap baris memiliki panjang baris yang berbeda agar komposisi teks terlihat lebih dinamis.
- d. *Justified*, teks dibuat rata antara bagian kiri dan kanan, biasa digunakan untuk buku ataupun majalah. Kelemahan dari *alignment* ini adalah, jika baris memiliki huruf atau kata yang sedikit, maka dapat menimbulkan lubang (*river*) pada komposisi teks.

Gambar 2. 34 Penataan Baris

Sumber: <https://i.pinimg.com/564x/54/9f/c4/549fc43248ac1d2b108b70322b46b051.jpg>, 2023

2.1.5 *Layout*

Layout adalah tata susunan antara elemen- elemen desain yang dilihat secara keseluruhan agar terlihat artistik (Harris & Amborse, 2005). Selain artistic, *layout* juga berfungsi untuk mengoptimalkan posisi dari setiap elemen desain agar mudah dipahami dan memiliki *flow* yang mudah

untuk diikuti. Terdapat beberapa prinsip dalam perancangan layout pada desain (Angraini & Nathalia, 2014, hlm.75):

a) *Sequence*

Sequence atau alur adalah aspek yang penting dalam menyajikan sebuah desain. Hierarki yang baik dapat menciptakan *sequence* yang baik bagi pembacanya.



Gambar 2. 35 Contoh Sequence pada *Layout*

Sumber: <https://i.pinimg.com/564x/c6/e0/51/c6e0512aae833ab95c24bdef89c725e2.jpg>, 2023

b) *Emphasis*

Emphasis adalah penekanan pada suatu objek visual yang menjadi objek utama dalam sebuah komposisi desain. Dalam *layout*, *emphasis* digunakan untuk menonjolkan bagian-bagian penting agar pembaca mudah untuk memperhatikan bagian penting tersebut. Beberapa hal yang dapat dilakukan untuk meningkatkan *emphasis* pada desain *layout* (hlm. 76):

- i. Memberi ukuran yang besar untuk objek yang ingin ditonjolkan dari elemen lainnya.
- ii. Penggunaan warna yang kontras antara objek utama dengan latar belakang atau dari elemen desain lainnya.
- iii. Meletakkan objek pada posisi yang mudah dilihat oleh mata, misalnya tengah dan atas.

- iv. Penggunaan *style* pada elemen yang berbeda dari elemen lainnya.



Gambar 2. 36 Contoh *Emphasis* pada *Layout*

Sumber: <https://i.pinimg.com/564x/e8/f5/49/e8f54970bfb8806196f222fab4fee91b.jpg>, 2023

c) Keseimbangan (*balance*)

Seperti pada prinsip desain, keseimbangan dibagi menjadi dua yaitu simetris dan asimetris. Pada keseimbangan simetris, desain yang dibagi menjadi dua bagian harus memiliki berat yang sama, berbeda dengan keseimbangan asimetris, kedua bagian tidaklah sama berat melainkan hanya satu sisi yang terlihat lebih berat. Keuntungan dari keseimbangan asimetris ini adalah desain dapat memberikan kesan santai namun tetap harus diperhatikan agar keseimbangan tidak terlihat telalu jauh (hlm. 76).



Gambar 2. 37 *Balance* pada *Layout*

Sumber: <https://i.pinimg.com/564x/22/68/81/226881d69c063c4ae4d2d0371568e624.jpg>, 2023

d) *Unity*

Unity diartikan sebagai kesatuan keseluruhan pada komposisi desain. Seperti prinsip desain, setiap elemen desain harus memiliki hubungan dan disusun menjadi satu (hlm. 77).



Gambar 2. 38 Contoh *Unity* pada *Layout*

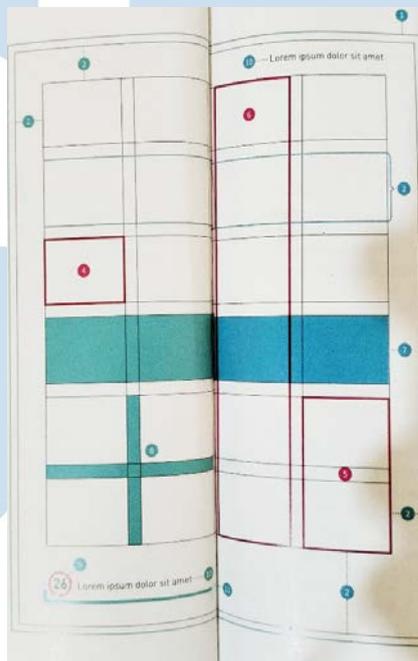
Sumber: <https://i.pinimg.com/564x/e8/f5/49/e8f54970bfb8806196f222fab4fee91b.jpg>, 2023

2.1.5.1 *Grid*

Grid merupakan garis-garis vertikal dan horizontal yang membagi suatu komposisi desain yang berfungsi untuk membantu desainer dalam menyusun komposisi desainnya (Anggraini & Nathalia, 2014, hlm. 79). *Grid* dapat menciptakan keharmonisan yang seimbang dan dapat menciptakan konsistensi yang baik. Adabeberapa anatomi *grid* yang harus dipahami khususnya oleh desainer (hlm. 80):

- 1) *Format*, area desain dirancang
- 2) *Margins*, area negatif antara format dengan konten. *Margins* yang besar dapat menciptakan ruang kosong atau spasi yang lebih banyak sehingga pembaca dapat lebih mudah diarahkan ke pada konten.
- 3) *Flowlines*, garis horizontal yang berfungsi sebagai ruang untuk konten.
- 4) *Modules*, ruang yang dipisahkan secara teratur.

- 5) *Spatial zones*, ruang *modules* berdekatan yang dapat digunakan untuk fungsi tertentu.
- 6) *Coloumns* (kolom), kolom adalah *modules* pada barisan vertikal. Semakin banyak kolom yang dibuat, maka objek akan lebih fleksibel untuk diletakkan.
- 7) *Rows* (Baris), baris adalah *modules* pada barisan horizontal. Semakin banyak baris yang dibuat, maka objek akan lebih fleksibel untuk diletakkan.
- 8) *Gutters*, jarak yang memisahkan antara *modules*.
- 9) *Folio*, letak nomor halaman yang diletakkan secara konsisten.
- 10) *Running Header & Footer*, adalah informasi yang diletakkan di bagian atas ataupun bawah.
- 11) *Marker*, tanda yang dibuat untuk letak informasi atau subinformasi yang dilakukan secara konsisten.



Gambar 2. 39 Anatomi *Grid*

Sumber: Desain Komunikasi Visual: Dasar-Dasar Panduan untuk Pemula (hlm. 80),2014

2.1.5.2 Jenis - Jenis *Grid*

Pada buku *Making and Breaking the Grid* oleh Timothy Samar tahun 2002, terdapat beberapa *grid* standar yang sering digunakan oleh desainer umum:

1) *Manuscript Grid (Grid 1 Kolom)*

Manuscript grid adalah *grid* yang hanya memiliki satu kolom. Kolom ini digunakan sebagai struktur utama. Biasanya *grid* ini digunakan untuk perancangan buku, novel, esai, dan sebagainya. Pada jenis *grid* ini, pengaturan *margin* berperan sangat penting agar desain terlihat dinamis dan tidak kaku. *Margin* dapat dibuat asimetris dan pengaturan tipografi juga harus diperhatikan agar desain dapat menarik (hlm. 82).

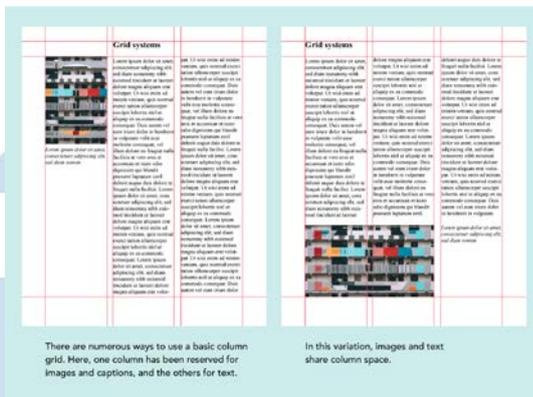


Gambar 2. 40 Contoh *Manuscript Grid*

Sumber: <https://visme.co/blog/wp-content/uploads/2018/03/How-Grids-Can-Help-You-Create-Professional-Looking-Designs-Manuscript-Grid-01.png>, 2023

2) *Column Grid (Grid Kolom)*

Coloumn Grid adalah *grid* yang memiliki lebih dari satu kolom bahkan tidak terbatas. *Coloumn grid* ini lebih fleksibel dan digunakan untuk desain yang lebih kompleks. Ukuran kolom bisa ditentukan oleh desainer itu sendiri. Jarak antar kolom dapat dibuat tidak terlalu jauh ataupun dekat agar pembaca tetap nyaman untuk memahaminya (hlm. 84).



There are numerous ways to use a basic column grid. Here, one column has been reserved for images and captions, and the others for text.

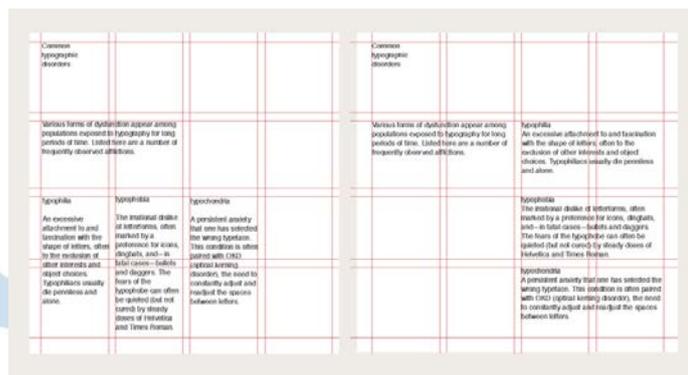
In this variation, images and text share column space.

Gambar 2. 41 Contoh *Coloumn Grid*

Sumber: <https://visme.co/blog/wp-content/uploads/2018/03/How-Grids-Can-Help-You-Create-Professional-Looking-Designs-Column-Grid-magazine-02.png>, 2023

3) *Modular Grid (Grid Modular)*

Modular Grid terdiri dari kolom dan baris, sehingga pembagian grid akan terlihat lebih teratur dan konsisten. *Grid* ini digunakan untuk desain yang lebih kompleks dibandingkan *grid* kolom. Biasanya *grid* modular ini diaplikasikan pada perancangan katalog produk, galeri foto, dan desain lainnya (hlm. 86).

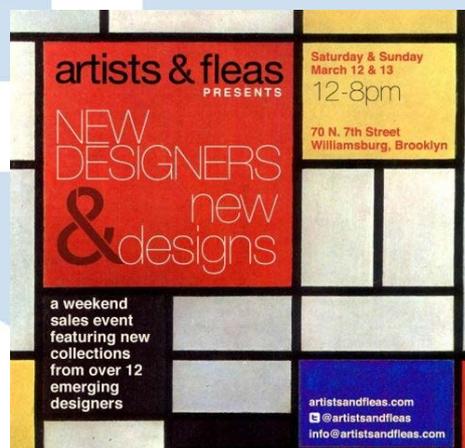


Gambar 2. 42 Contoh *Modular Grid*

Sumber: http://thinkingwithtype.com/images/Thinking_with_Type_Grid_12.gif, 2023

4) *Hierarchical Grid*

Hierarchical Grid memiliki tata letak dan bentuk yang bebas. Biasanya *grid* ini digunakan untuk merancang tampilan *website*. Tujuan *grid* ini adalah agar dapat menunjukkan hierarki dari suatu desain *website*. Pada penyusunan *grid* ini, kita dapat menyesuaikan dengan elemen desain yang ingin kita tempatkan pada *layout* desain. Karena bentuk *grid* yang tidak sama, *grid* ini membuat suatu tampilan yang lebih menarik dan dinamis (hlm. 87).



Gambar 2. 43 Contoh *Hierarchical Grid*

Sumber: <https://i.pinimg.com/564x/10/ba/6c/10ba6c4604ef8d0c5670ff2e75c4ad22.jpg>, 2023

2.1.5.3 Ruang Kosong

Ruang kosong (*white space*) adalah *negative space* pada suatu *layout* desain. Ruang kosong ini dapat berfungsi untuk mencegah terlalu banyaknya elemen desain yang diletakkan pada suatu area. Ruang kosong juga berfungsi untuk mendukung penguatan hierarki dan objek utama dari suatu desain juga dapat membuat suatu keseimbangan pada desain. Ruang kosong yang baik juga dapat membantu mata penonton untuk beristirahat setelah memahami desain yang ada (hlm. 90).



Gambar 2. 44 Contoh Ruang Kosong

Sumber: <https://i.pinimg.com/564x/21/8c/c6/218cc6045ee41f38cb6a4769ba443e50.jpg>, 2023

2.2 Kampanye

Menurut Rogers dan Storey (dikutip dari Venus, 2018), kampanye merupakan kegiatan yang dirancang untuk mengkomunikasikan pesan kepada masyarakat luas dengan tujuan memberikan efek tertentu dalam periode waktu tertentu, sehingga menurut Venus, kampanye harus memiliki empat hal yaitu:

1. Bertujuan menciptakan efek tertentu.
2. Memiliki target sasaran yang luas
3. Berperiode pada kurun waktu tertentu
4. Disalurkan melalui kegiatan yang terstruktur

2.2.1 Jenis-Jenis Kampanye

Terdapat beberapa jenis kampanye yang didasari oleh latar belakang dan tujuan tertentu sehingga kampanye memiliki arah yang jelas (Dr. Antar Venus, 2018) diantaranya *social campaigns*, *politics campaigns*, dan *ideologically or cause oriented campaigns* yang dikemukakan oleh Charles U. Larson (dikutip dari Dr. Antar Venus, 2018):

1. *Product-oriented campaign*, jenis kampanye ini berfokus pada pembuatan sebuah produk dan sering digunakan dalam lingkungan bisnis atau yang biasa dikenal dengan *commercial campaign*. Kampanye ini bertujuan untuk

memperkenalkan produk dan meraih finansial. Selain itu kampanye ini juga membangun citra suatu perusahaan.

2. *Candidate-oriented campaign*, kampanye jenis ini didasari oleh keinginan yang bertujuan untuk mencapai kekuasaan politik. Biasanya kampanye ini berperiode pada waktu Pemilihan Umum (Pemilu), Pemilihan kepala daerah (Pilkada), dan kampanye politik lainnya.
3. *Ideologically or cause oriented campaigns*, jenis kampanye ini bertujuan untuk menciptakan efek perubahan sosial atau dikenal dengan sebutan *social campaign*. Umumnya kampanye yang tidak berhubungan dengan kampanye politik dan kampanye produk dapat dikategorikan sebagai kampanye sosial misalnya kampanye pendidikan, ekonomi, ketertarikan seseorang, lalu lintas, hingga kampanye kemanusiaan yang masih sering dikampanyekan hingga saat ini.

2.2.2 Model Kampanye Komunikasi Kesehatan Strategis

Menurut Venus (2018, Hal. 42), model Kampanye Komunikasi Kesehatan strategis (MK3S) bertujuan untuk melakukan promosi kesehatan dengan tujuan mengubah masyarakat untuk menjalani pola hidup sehat sesuai dengan tujuan kampanye sehingga tujuan kampanye pada model ini harus jelas. Ada beberapa tahap dalam membuat kampanye kesehatan ini:

1. Tahap pertama, kampanye harus ditentukan apakah kampanye akan mempromosikan pengetahuan baru atau memperbaharui pengetahuan yang sudah tidak relevan.
2. Tahap kedua, menggunakan teori sebagai landasan dan tolak ukur (*point of departure*)
3. Tahap ketiga, adalah analisis komunikasi yang bertujuan untuk menentukan gaya komunikasi yang tepat untuk

disampaikan kepada target sasaran yang luas. Tahap ini penting agar kampanye dapat menyusun strategi untuk mencapai komunikasi yang efektif kepada sasaran.

4. Tahap keempat, adalah tahap implementasi yang dilaksanakan dengan pendekatan *marketing mix*. Terdapat empat aspek yang perlu diperhatikan yaitu produk, harga, tempat, dan promosi.
5. Tahap terakhir merupakan tahap evaluasi dan orientasi yang bertujuan untuk memastikan keberhasilan dari kampanye ini.

2.2.2.1 Model Keyakinan Kesehatan

Model kampanye keyakinan kesehatan menciptakan kondisi yang sangat dibutuhkan agar terjadi perubahan individu (Dr. Antar Venus, 2018, p. 56). Model ini membuat orang untuk mengambil tindakan untuk mencegah, menyaring, dan mengontrol berbagai macam kondisi dirinya sesuai dengan beberapa faktor:

1. Persepsi akan kelemahan (*perceived susceptibility*), individu percaya bahwa dirinya beresiko terkena penyakit.
2. Persepsi risiko (*perceived severity*), individu percaya ketika dirinya terkena penyakit akan membawa dampak yang tidak baik.
3. Persepsi keuntungan (*perceived benefits*), individu percaya bahwa perilaku pencegahan dapat memberikan dampak positif baginya.
4. Persepsi rintangan (*perceived barriers*), individu akan percaya bahwa dengan apa yang mereka keluarkan akan sesuai daripada pengorbanan yang harus dilakukan.
5. Tanda-tanda untuk bertindak (*clues to action*), individu harus memiliki inisiatif untuk membentuk suatu perilaku.
6. Kemampuan diri (*self efficacy*), individu percaya bahwa tindakan yang dia lakukan itu benar dan harus dilakukan.

2.2.2.2 Teori Perilaku Terencana

Menurut Venus, faktor utama yang membentuk perilaku adalah tujuan perilaku itu sendiri. Kepahaman seseorang akan tujuan tertentu dapat merubah individu untuk melakukan suatu perilaku. Tujuan perilaku dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor:

1. Sikap dan perilaku, kepercayaan individu akan sebuah konsekuensi positif maupun negatif dari sebuah tindakan yang dijalankan
2. Norma subjektif, kepercayaan individu terhadap penilaian dari orang-orang terhadap perilaku yang dijalankan
3. Persepsi terhadap pengawasan individu, persepsi individu akan yang mengandalkan kekuatan faktor eksternal yang mempengaruhi tingkat kemudahan atau kesulitan dari suatu perilaku yang akan dijalankan.

2.2.3 Mendesain Pesan Kampanye

Menurut Jonsohn-Cartee dan Copeland tahun 1996 (Dr. Antar Venus, 2018, p. 99), pesan kampanye adalah hal yang paling sering dipikirkan untuk mempengaruhi orang dalam merubah perilaku. Menurut Venus, kampanye menggunakan pesan yang kreatif agar dapat mempengaruhi khalayak luas. Pesan kampanye dapat diciptakan bermula dari suatu “ide dasar” yang nantinya akan menjadi sebuah pesan yang mudah diingat, dipahami, dan sesuai dengan media penyampaiannya. Tujuan kampanye akan tercapai ketika target sasaran mengerti apa pesan kampanye yang ingin disampaikan.

2.2.3.1 Ciri-Ciri Pesan Kampanye

Menurut Venus (hlm. 102), pesan kampanye tidak sama dengan pesan yang disampaikan sehari-hari. Pesan kampanye harus dirancang secara kreatif dan efektif dengan tujuan mendapatkan perhatian dari target agar mampu memberikan kesadaran dan mengubah perilaku. Berikut merupakan beberapa ciri – ciri pesan kampanye:

1. Pesan harus memiliki *overlapping of interest* dimana pesan harus beririsan dengan kepentingan yang dimiliki oleh target masyarakat
2. Pesan harus ringkas, jelas, *memorable*, dan *readable*, karena target hanya memiliki waktu singkat dalam membaca kampanye, oleh karena itu kunci dari suatu pesan harus mudah untuk disampaikan
3. Bersifat argumentatif yang berarti setiap pesan memiliki alasan yang jelas
4. Pesan kampanye harus etis dan bisa dipercaya oleh target
5. Pesan kampanye harus bersifat konkret dan berhubungan langsung dengan masalah.
6. Pesan kampanye bersifat repetisi sehingga dapat tertanam di benak target
7. Pesan bersifat koheren, artinya berkaitan dengan konsistensi yang logis di antara pesan-pesan yang disampaikan kepada target
8. Pesan kampanye bersifat segmentatif, artinya pesan dapat dikelompokkan sesuai dengan kepribadian, keyakinan, pendidikan, hobi, dan pekerjaan
9. Pesan kampanye harus dapat dibedakan dari pesan kampanye lainnya.
10. Pesan kampanye dapat memberikan solusi dan arah tindakan yang bertujuan untuk menciptakan perubahan.

2.3 Media Digital

Media digital berhubungan dengan multimedia sehingga dapat diartikan sebagai konten pada digital yang memiliki variasi elemen seperti teks, gambar, audio, video, dan animasi (Martin & Betrus, 2019, hlm. 3). Ada beberapa manfaat dari penggunaan media digital antara lain:

- 1) Kemudahan penggunaan, media digital mudah untuk diakses secara umum dalam berbagai bentuk.
- 2) Pengalaman yang memadai, media digital dapat memberikan pengalaman yang baik terhadap audiens.
- 3) Menjangkau audiens yang luas, media digital dapat menjangkau audiens yang jauh tanpa memandang lokasi.
- 4) Mudah diperbaharui, media digital yang disampaikan secara daring, dapat terus diperbaharui kontennya.
- 5) Mandiri, media digital dapat diakses dan digunakan secara mandiri oleh audiens
- 6) Ekonomis, media digital murah untuk diakses apalagi di era digital yang dimana hampir semua orang sudah menggunakan produk digital dan internet.

2.4 *Skinny Fat*

Skinny fat memiliki sebutan lain seperti *thin fat*, *thin outside fat inside (TOFI)*, *metabolically unhealthy non-obese*, *sarcopenic obesity*, atau yang lebih dikenal dengan bahasa medis sebagai *normal weight obesity* yang pertama kali diperkenalkan pada tahun 2006 oleh De Lorenzo (Kapoor, Thin Fat Obesity: The Tropical Phenotype of Obesity, 2021). *Skinny fat* merupakan masalah yang umum yang mungkin terjadi pada beberapa ras Asia. (Kapoor, Furler, Paul, Thomas, & Oldenburg, 2019). Berdasarkan wawancara penulis dengan dr Metta dan dr Dermawan, kasus *skinny fat* banyak terjadi disekitar masyarakat namun masih banyak yang belum menyadari hal tersebut dikarenakan kurangnya pengetahuan mengenai kondisi ini.

Skinny fat atau *normal weight obesity* merupakan kondisi seseorang dengan berat tubuh normal yang terukur berdasarkan IMT namun memiliki persentase lemak yang tinggi yang menunjukkan adanya kelemahan pada kekuatan metabolisme tubuh sehingga dapat meningkatkan resiko terbentuknya sindrom metabolisme, disfungsi kardiometabolik, dan bahkan meningkatkan resiko kematian (Oliveros, Somers, Sochor, Goel, & Lopez-Jimenez, 2014). Sedangkan menurut Franco, Morais, & Cominetti (2016), *skinny fat* dapat digambarkan

sebagai seseorang yang memiliki lemak berlebihan namun memiliki berat badan dengan kisaran normal yang memiliki resiko tinggi untuk terkena penyakit kronis tidak menular. Jika tidak diperbaiki, kondisi *skinny fat* dapat meningkatkan masalah kesehatan lebih serius, seperti penyakit kardiovaskular, diabetes, resistensi insulin, hipertensi, dan sindrom metabolik (Ji, et al., 2020).

Peran genetika, diet, dan aktivitas fisik sangat mempengaruhi terbentuknya kondisi *skinny fat* ini (Wijayatunga & Dhurandhar,2021). Dalam sebuah studi, menunjukkan bahwa buruknya tingkat kebugaran fisik juga lemahnya massa otot rangka pada seseorang dapat menunjukkan adanya indikasi *skinny fat* (Kapoor, Furler, Paul, Thomas, & Oldenburg, 2019). Dengan terus mengawasi kondisi tubuh dan memperbaiki kondisi *skinny fat*, maka dapat meningkatkan pencegahan terhadap penyakit kardiovaskular kedepannya. (Wijayatunga & Dhurandhar,2021).

2.4.1 Parameter *Skinny Fat*

Parameter terhadap kondisi *skinny fat* ini berbeda-beda disesuaikan dengan studi yang ada karena adanya perbedaan pada ras dalam suatu populasi (Franco, Morais, & Cominetti,2016) sehingga harus dilakukan sebuah penelitian khusus untuk menentukan parameter dari tiap populasi.

Berdasarkan WHO, pengukuran IMT (Indeks Massa Tubuh) dapat dilakukan dengan perhitungan berat badan dalam kilogram dibagi dengan tinggi badan dalam meter kuadrat.

$$\text{BMI} = \frac{\text{weight (kg)}}{\text{height (m}^2\text{)}}$$

Gambar 2. 45 Rumus IMT

Sumber: <https://newbodyspecialists.com.au/wp-content/uploads/2016/09/BMI.png>, 2023

Kemudian IMT akan disesuaikan dengan pembagian kelas kondisi tubuh sesuai dengan parameter yang telah dibuat oleh WHO (2000) secara global dan masih berlaku hingga sekarang.

Tabel 2. 1 Tabel Parameter Status Gizi menurut WHO

Sumber: <https://www.who.int/europe/news-room/fact-sheets/item/a-healthy-lifestyle---who-recommendations, 2023>

IMT (Indeks Massa Tubuh)	Status Gizi
>18,5	Underweight
18,5 – 24,9	Normal weight (Ideal)
25,0 – 29,9	Pre-obesity
30,0 – 34,9	Obesity class i
35,0 – 39,9	Obesity class ii
>40	Obesity class iii

Berdasarkan wawancara dengan dr. Dermawan C. Nadea spGK, kelebihan lemak dalam tubuh juga dapat diukur berdasarkan lingkaran pinggang. Lingkaran pinggang di atas 90 cm pada laki-laki dan di atas 80 cm pada perempuan dapat menunjukkan jika orang tersebut mengalami obesitas sentral, sementara jika mereka memiliki berat badan yang normal, maka kondisi ini dapat dikategorikan sebagai *skinny fat*.

Untuk parameter kelebihan persentase lemak terdapat beberapa variasi. Hal ini disebabkan dari perbedaan studi yang telah dilakukan pada beberapa populasi yang memiliki ras berbeda. Parameter untuk Asia Pasifik, persentas lemak ideal berada di bawah atau sama dengan 33,4% untuk wanita dan di bawah atau sama dengan 20,6% untuk pria (Kapoor, Furler, Paul, Thomas, & Oldenburg, 2019).

2.4.2 Gejala *Skinny Fat*

Untuk mendeteksi *skinny fat* dapat melakukan pengukuran komposisi tubuh. Pengukuran komposisi tubuh dapat menggunakan timbangan khusus yang bisa ditemukan di tempat fitness ataupun rumah sakit. lebih akurat menggunakan mesin *Dual Energy X-ray Absorptiometry (DXA)* ataupun *Magnetic Resonance Imaging (MRI)* yang dapat ditemukan di rumah sakit.

Ada beberapa tanda yang dapat memberitahukan bahwa kondisi seseorang *skinny fat* salah satunya adalah bentuk perut yang buncit. Adapun cara yang lebih mudah untuk memperkirakan apakah tubuh seseorang memiliki penumpukkan lemak di sekitar perut dengan mengukur lingkaran pinggang seseorang menggunakan meteran pita.

Tabel 2. 2 Tabel Lingkaran Pinggang

	Lingkaran Pinggang
Pria	$\geq 90\text{cm}$
Wanita	$\geq 80\text{cm}$

Berdasarkan wawancara dengan dr Metta selaku dokter spesialis gizi klinis, pengukuran komorbid dapat dilakukan dengan meteran pita diukur dari lingkaran pinggang di atas pusar. Seorang pria dapat dikatakan memiliki tumpukkan lemak yang tinggi dan beresiko ketika lingkaran perut merata sama atau di atas 90cm sedangkan untuk wanita berada pada angka sama atau diatas 80cm.

Tabel 2. 3 Tabel *Waist Hip Ratio*

	Rasio Pinggang dengan Pinggul
Pria	$\geq 0,9$
Wanita	$\geq 0,8$

Selain mengukur lingkaran pinggang, terdapat cara pengukuran lain yaitu pengukuran *Waist Hip Ratio*. *Waist Hip Ratio* memiliki tingkat akurasi pengukuran indikator distribusi lemak yang lebih akurat dibandingkan dengan pengukuran lingkaran pinggang saja. Adapun rumus yang digunakan adalah ukuran lingkaran pinggang dibagi dengan lingkaran pinggul. Lingkaran pinggang diukur diatas pusar dan lingkaran pinggul diukur dari lingkaran terluar. Untuk pria dapat dinyatakan beresiko jika memiliki nilai sama atau diatas 0,9 sedangkan untuk wanita sama atau diatas 0,8.

2.4.3 Penyebab *Skinny Fat*

Kondisi *skinny fat* adalah penumpukan lemak pada seseorang yang terlihat kurus dan memiliki berat badan ideal. Beberapa faktor dari penumpukan lemak pada tubuh yaitu gaya hidup dan genetik. Menurut jurnal penelitian, secara umum orang Asia memiliki distribusi lemak yang menumpuk di sekitar perut (Kapoor, Furler, Paul, Thomas, & Oldenburg, 2019). Adapun faktor lainnya dipengaruhi Sebagian besar dari gaya hidup dan pola makan. Berdasarkan wawancara penulis dengan dr Metta, *skinny fat* dapat terjadi ketika seseorang sering mengonsumsi makanan tinggi lemak namun jarang melakukan aktifitas fisik yang rutin dan jarang olahraga sehingga komposisi orang tersebut memiliki persentase lemak yang tinggi. Jadi komposisi tubuhlah yang berperan penting dalam kondisi *skinny fat* dimana massa otot dari seseorang lebih kecil dibandingkan massa lemak sehingga tubuh didominasi oleh persentase lemak yang tinggi yang dapat membahayakan organ dan kesehatan orang tersebut.

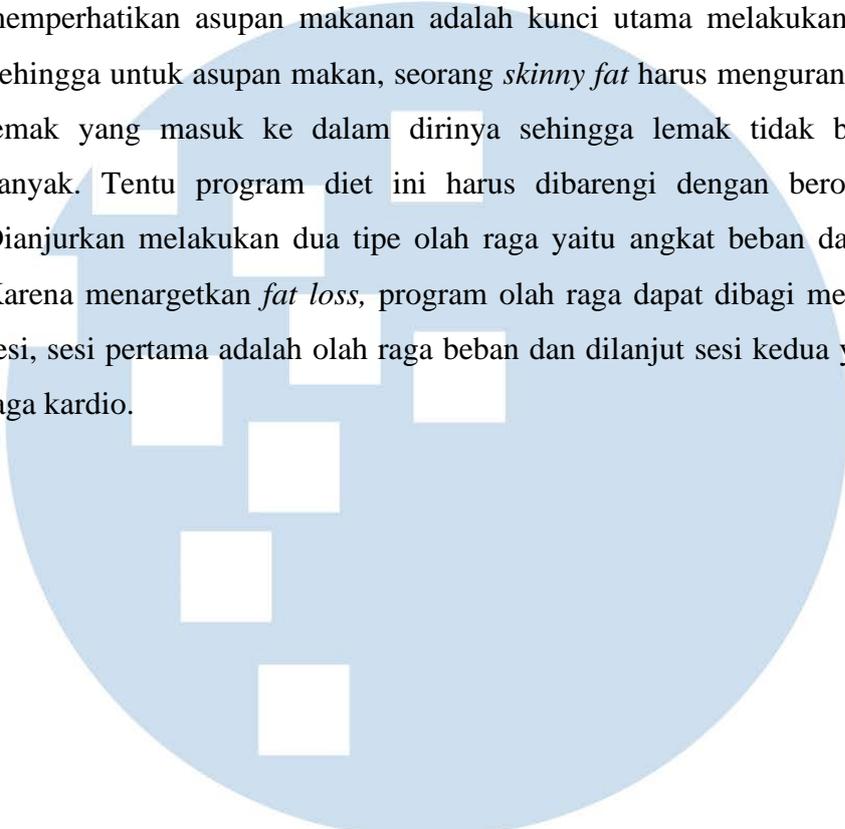
2.4.4 Dampak *Skinny Fat*

Bagi orang yang mengalami kondisi tubuh *skinny fat*, lemak disimpan tersembunyi di dalam perut (*subcutant fat*) dan di sekitar organ (*visceral fat*). Menurut wawancara dengan dr Metta dan dr Dermawan, kondisi *skinny fat* dapat membuat seseorang rentan untuk terkena penyakit di kemudian hari tanpa waktu yang terukur. Walaupun memiliki berat badan yang ideal, *skinny fat* dapat menyebabkan kolestrol, penyakit jantung, diabetes tipe 2, dan sindrom metabolic.

2.4.5 Solusi *Skinny Fat*

Skinny fat merupakan kondisi yang bisa diubah. Kondisi *skinny fat* merupakan masalah memiliki berat badan ideal namun memiliki persentase lemak yang tinggi sehingga solusi utama dari *skinny fat* adalah mengurangi kadar lemak dalam tubuh sehingga persentase lemak menurun. Sehingga untuk solusi penurunan lemak ini adalah fokus pada program *fat loss* bukan *weight loss*.

Berdasarkan wawancara penulis dengan dr Metta Satyani, memperhatikan asupan makanan adalah kunci utama melakukan *fat loss*. Sehingga untuk asupan makan, seorang *skinny fat* harus mengurangi asupan lemak yang masuk ke dalam dirinya sehingga lemak tidak bertambah banyak. Tentu program diet ini harus dibarengi dengan berolah raga. Dianjurkan melakukan dua tipe olah raga yaitu angkat beban dan kardio. Karena menargetkan *fat loss*, program olah raga dapat dibagi menjadi dua sesi, sesi pertama adalah olah raga beban dan dilanjut sesi kedua yaitu olah raga kardio.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA