

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Desain Komunikasi Visual

Wahyuningsih (2015, hlm. 6) mengemukakan bahwa istilah desain komunikasi visual terdiri dari tiga komponen, yaitu desain, komunikasi, dan visual. Lauer dan Pentak (2016, hlm. 4) mendefinisikan desain sebagai sebuah proses perancangan melalui strategi kreatif. Pada sumber yang sama, dikatakan juga bahwa komunikasi merupakan proses penyampaian dan penerimaan informasi antara dua orang atau lebih, sedangkan visual adalah sesuatu yang bisa ditangkap oleh indra penglihatan dan dapat dirasakan, diseleksi, dan dipahami (Wahyuningsih, 2015, hlm 2-3).

Desain komunikasi visual menurut Anggraini dan Nathalia (2014) didefinisikan sebagai penyampaian informasi melalui karya dalam bentuk visual. Artinya, dalam proses mendesain dibutuhkan sebuah rencana agar pesan yang terkandung di dalamnya dapat tersampaikan dengan baik dan dapat menjadi solusi visual. Desain yang baik adalah ketika solusi visual yang dihadirkan tidak hanya menarik dari segi estetika tampilan tetapi juga berhasil dalam mengomunikasikan kepada audiens (Lauer dan Pentak, hlm. 5-6).

2.1.1 Elemen Desain

Perancangan suatu karya desain tidak bisa dibuat dengan baik tanpa dasar yang kuat. Perlu adanya aspek yang mendasari karya desain tersebut. Dasar-dasar dari perancangan karya desain komunikasi visual dapat melalui elemen dan prinsip desain.

Elemen desain menjadi salah satu aspek penting dalam pembuatan sebuah karya desain komunikasi visual. Menurut Lauer dan Pentak (2016) ada tujuh elemen pada perancangan sebuah karya desain, yaitu garis, bentuk, pola dan tekstur, ilusi ruang, ilusi gerak, *value*, dan warna. Berikut penjabaran masing-masing elemen desain menurut Lauer dan Pentak.

2.1.1.1 Garis/Line

Garis merupakan dimensi pertama dan tingkatan paling dasar yang diciptakan ketika menyatukan titik yang satu dengan yang lainnya. Elemen garis dapat menjadi ekspresi suatu emosi, mendefinisikan suatu bentuk, dan memberikan kesan gerak (Lauer dan Pentak, 2016, hlm.128-132). Menurut Landa (2014, hlm. 16), kualitas pada elemen garis dapat diatur dan disesuaikan melalui tingkat ketebalan dan kehalusannya.



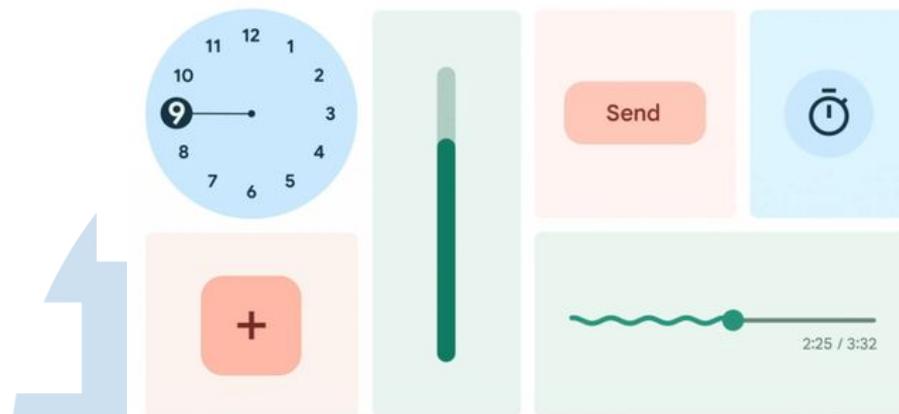
Gambar 2.1 Contoh Penerapan Elemen Garis

Sumber: <https://dribbble.com/shots/19776494-Knicknack-Icon-Set>

Dalam buku Lauer dan Pentak (2016, hlm 130-132) ada dua macam tipe garis, yaitu garis kontur dan garis gestur. Garis yang mengikuti bentuk tepi dari sebuah bentuk disebut dengan garis kontur. Garis gestur merupakan garis yang digunakan untuk mengungkapkan sebuah ekspresi atau gerakan.

2.1.1.2 Bentuk/Shape

Bentuk merupakan visual yang tercipta dari pertemuan garis atau perubahan warna, tekstur, maupun komposisi yang menggambarkan suatu area (hlm. 152). Bentuk yang terlihat dapat berupa objek maupun ruang dasar dari suatu objek. Ada tiga macam komposisi dasar suatu bentuk, yaitu lingkaran, persegi, dan segitiga.



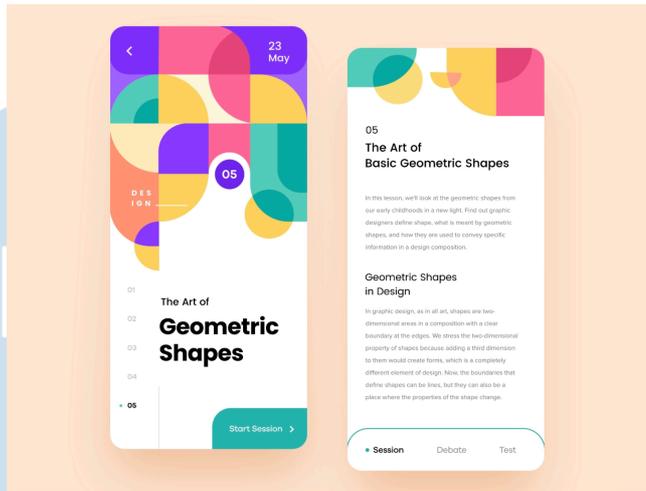
Gambar 2.2 Contoh Penerapan Elemen Bentuk
 Sumber: <https://www.dezeen.com/2021/08/09/google-material-you-user-interface-design/>

Bentuk-bentuk dasar yang awalnya bersifat dua dimensi ini dapat dikembangkan menjadi berikut. (hlm. 160-177).

- 1) *Distortions shape*: bentuk yang mengalami distorsi pada skala dan proporsi, contohnya seperti gambar karikatur.
- 2) *Abstract shape*: bentuk distorsi yang bersifat artistik, biasanya tercipta sebagai penyederhanaan bentuk natural geometris. Bentuk abstrak dari wujud organik disebut dengan biomorfis.
- 3) *Nonobjective shape*: bentuk yang diciptakan secara murni tanpa sumber objek sebagai referensinya.
- 4) *Curvilinear shape*: bentuk yang didominasi dengan kurva.
- 5) *Rectilinear shape*: bentuk dengan dominasi sudut dan garis yang lurus, biasanya untuk memberikan kesan yang tajam dan presisi.
- 6) *Positive and negative shape*: disebut juga sebagai *figure and ground*, fungsinya untuk memberikan penekanan persepsi visual pada objek dengan latar objek.

2.1.1.3 Pola dan Tekstur/*Pattern and Texture*

Pola atau *pattern* merupakan elemen desain yang terdiri dari bentuk-bentuk yang disusun secara repetitif (hlm. 184). Satuan pola yang dapat disusun secara presisi tanpa celah disebut juga sebagai teselasi/pengubinan.



Gambar 2.3 Contoh Penerapan Elemen Pola

Sumber: <https://dribbble.com/shots/7151612-Learning-App-Concept>

Sama seperti pola, tekstur juga memiliki elemen repetitif dan berhubungan dengan permukaan objek. Namun, yang membedakan adalah tekstur memengaruhi sensor sentuhan. Tekstur menurut Lauer dan Pentak (2016, hlm. 188-192) dikategorikan mejadi dua, yaitu:

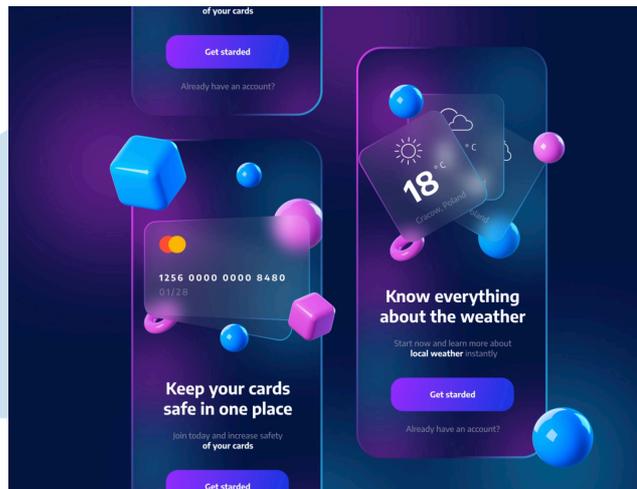
- 1) *Tactile texture*: tekstur yang dapat dirasakan secara langsung, contohnya seperti teknik impasto pada lukisan.



Gambar 2.4 Penerapan *Tactile Texture*

Sumber: <https://www.artnet.com/artists/g%3%bcntner-uecker/graphhein-bk-w12-works-9ewvFBrOoByxZbOUEiHeUA2>

- 2) *Visual texture*: memiliki visual yang sama dengan *tactile texture* tetapi tidak bisa dirasakan oleh indra secara langsung atau hanya bersifat semu.

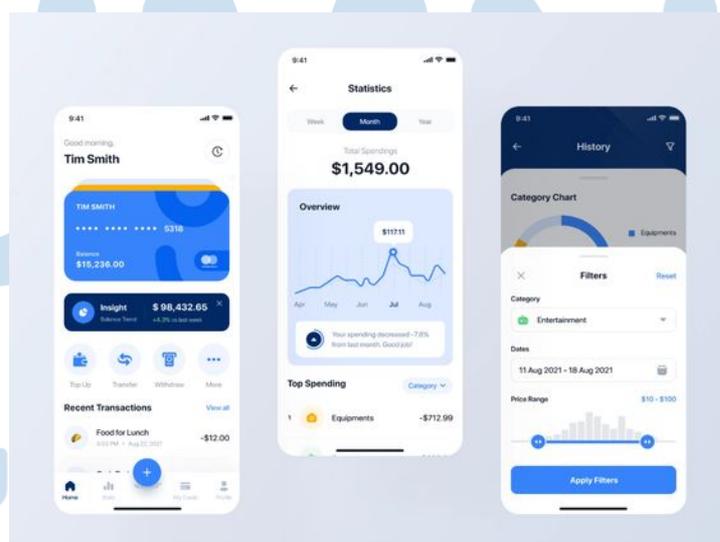


Gambar 2.5 Contoh Penerapan *Visual Texture*

Sumber: <https://dribbble.com/shots/15256437-Glassmorphism-App-Onboarding-Screens>

2.1.1.4 Ilusi Ruang/*Illusion of Space*

Ilusi pada ruang akan memberikan kesan kedalaman dan jarak pada visual di bidang dua dimensi sehingga tampak seperti tiga dimensi. Kedalaman ilusi ruang pada sebuah desain dapat melalui berbagai cara. Ilusi ruang tersebut dapat diciptakan dengan memberikan perbedaan pada ukuran objek, menerapkan sistem tumpang tindih, penempatan objek secara vertikal, dan penggunaan perspektif (hlm. 195-196).



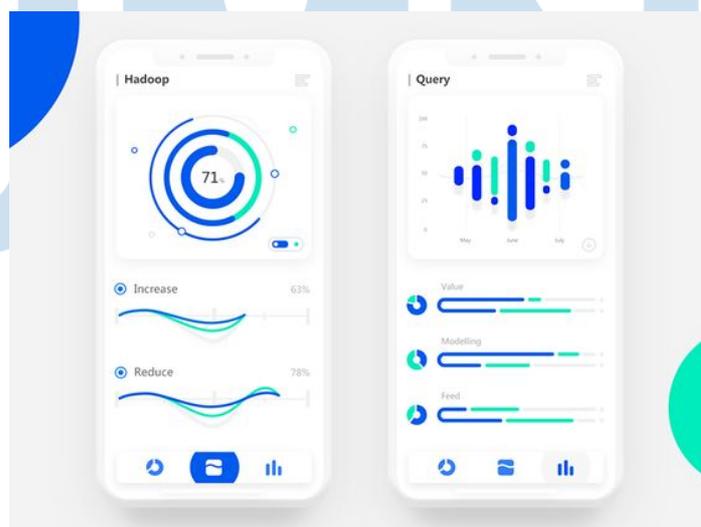
Gambar 2.6 Contoh Penerapan Elemen Ruang

Sumber: <https://dribbble.com/shots/16342195-Paypay-Mobile-App>

- 1) Adapun macam-macam perspektif menurut Lauer dan Pentak (2016, hlm 206-214), yaitu:
- 2) *Aerial perspective*: menggunakan fungsi gelap terang pada warna untuk memberikan kesan kedalaman.
- 3) *Plan and elevation perspective*: plan merupakan perspektif dari sisi atas, sedangkan elevation merupakan perspektif dari sisi samping. Perspektif ini banyak digunakan oleh para arsitek.
- 4) *Linear perspective*: merupakan perspektif sudut dan menggunakan bantuan titik hilang dan garis yang memusat pada titik tersebut. Perspektif linear dibagi menjadi tiga jenis, yaitu *one-point perspective*, *two-Point perspective*, dan *multipoint perspective*.

2.1.1.5 Ilusi Gerak/*Illusion of Motion*

Menurut Lauer dan Pentak (2018, hlm. 230), gerak merupakan salah satu elemen penting dalam desain. Ilusi gerak dapat berupa seperti melihat objek statis yang tampak seperti bergerak, maupun kebalikannya. Visual statis yang menggunakan penerapan elemen gerak memungkinkan audiens yang melihatnya dapat merasakan gerakan tersebut.



Gambar 2.7 Contoh Penerapan Elemen Gerak
 Sumber: <https://dribbble.com/shots/3999086-Data-display-page>

Terdapat tiga cara yang bisa dilakukan seorang desainer dalam menerapkan elemen gerak, yaitu sebagai berikut:

- 1) *Figure repeated and figure cropped*: objek/figur yang divisualisaikan secara berulang atau hanya sebagian.
- 2) *Blurred outlines and fast shapes*: efek kabur dapat memberikan kesan visual yang sedang bergerak atau menandakan kecepatan.
- 3) *Multiple image*: rentetan visual yang disusun berurutan.

2.1.1.6 Gelap dan Terang/*Value*

Gelap dan terang atau disebut juga dengan *value* dapat memengaruhi persepsi visual dalam menentukan *figure and ground*. *Value* berhubungan erat dengan pengaplikasian warna. Penerapan elemen *value* juga memengaruhi *focal point* audiens (hlm. 244-248).



Gambar 2.8 Contoh. Penerapan Elemen *Value*

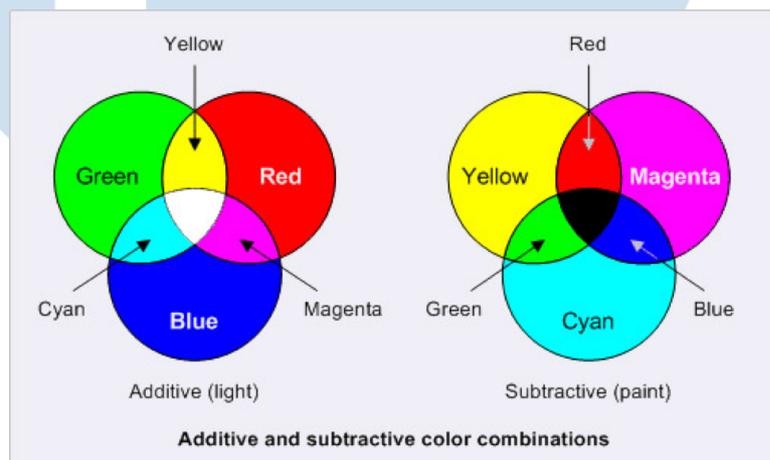
Sumber: <https://dribbble.com/shots/9657147-BitCo-Cryptowallet-Redesign-App>

Titik fokus atau *focal point* dapat dipengaruhi melalui penggunaan gelap terang dan tingkat kontras yang kuat. Kehadiran *value* akan membuat *emphasis* atau penekanan pada objek sehingga arah mata audiens akan tertuju pada penekanan yang dihasilkan. *Value* juga dapat disebut dengan memberikan teknik bayangan di dalam karya (hlm .282).

2.1.1.7 Warna/Color

Warna menurut Lauer dan Pentak (2016, hlm. 256) menjadi salah satu komponen pada elemen desain yang sangat penting. Semua area pada dunia seni dan desain menggunakan elemen warna pada perancangan karyanya. Warna merupakan spektrum gelombang yang terlihat oleh mata akibat pantulan cahaya pada suatu objek.

Terdapat dua istilah pada pencampuran warna, yaitu warna aditif dan warna subtraktif. Warna aditif merupakan warna yang dihasilkan oleh pantulan atau refleksi cahaya yang membentuk suatu spektrum. Berikutnya, warna subtraktif adalah warna yang berasal dari pigmen objek tersebut.

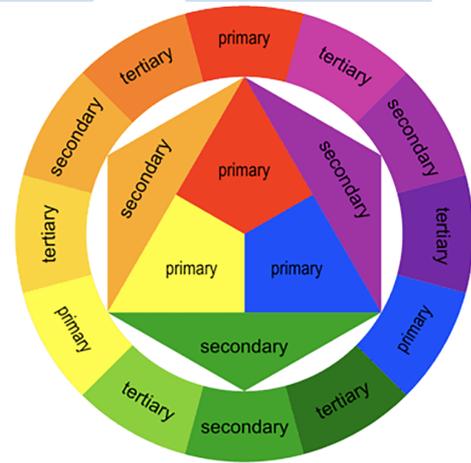


Gambar 2.9 Warna RGB dan CMYK

Sumber: https://intranet.mcad.edu/sites/default/files/picture2_1.png

Warna aditif dikenal juga dengan warna RGB (*Red, Green, Blue*) dan biasanya digunakan untuk keperluan warna digital. Warna aditif bila dicampurkan menjadi satu maka akan menghasilkan warna putih. Warna subtraktif dikenal dengan warna CMYK (*Cyan, Magenta, Yellow, Key/Black*) dan digunakan untuk kebutuhan cetak. Berbeda dengan warna aditif, warna subtraktif akan menghasilkan warna hitam bila dicampur menjadi satu (Dabner, Stewart, dan Zempol, 2014, hlm. 90).

Pencampuran warna juga berdasar pada *color wheel*/roda warna yang terdiri dari warna primer, sekunder, dan tersier. Berikut gambar dari teori roda warna.



Gambar 2.10 Roda Warna

Sumber: <https://usabilitygeek.com/colour-theory-introduction/>

Warna primer terdiri dari warna merah, kuning, dan biru. Warna-warna tersebut dikategorikan sebagai warna primer atau warna murni karena tidak dapat dihasilkan melalui pencampuran warna (Landa, 2014, hlm. 20) Warna sekunder merupakan warna yang dihasilkan dari hasil pencampuran dua warna primer, yaitu jingga (hasil pencampuran warna merah dan kuning), hijau (hasil pencampuran warna merah dan kuning), dan ungu (hasil pencampuran warna merah dan biru). Warna tersier merupakan warna yang dihasilkan dari campuran warna primer dan warna sekunder.

1) Properti Warna

Dalam buku Lauer dan Pentak (2016, hlm. 260), properti warna diklasifikasikan dalam tiga kategori, yaitu *hue*, *value*, dan *saturation*. *Hue* merupakan nama-nama dari warna itu sendiri, seperti merah, biru, ungu, dan sebagainya. *Hue* juga memiliki ikatan dengan spektrum warna yang dipancarkan. Terdapat berbagai macam warna yang dihasilkan dari satu kategori *hue*. Warna juga berhubungan dengan temperature, contohnya warna

yang memiliki *hue* merah akan memberikan kesan hangat dibandingkan dengan warna dengan *hue* biru yang memberikan kesan dingin (Dabner, Stewart, dan Zempol, 2014, hlm. 88).



Gambar 2.11 *Hue, Saturation, dan Value*

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

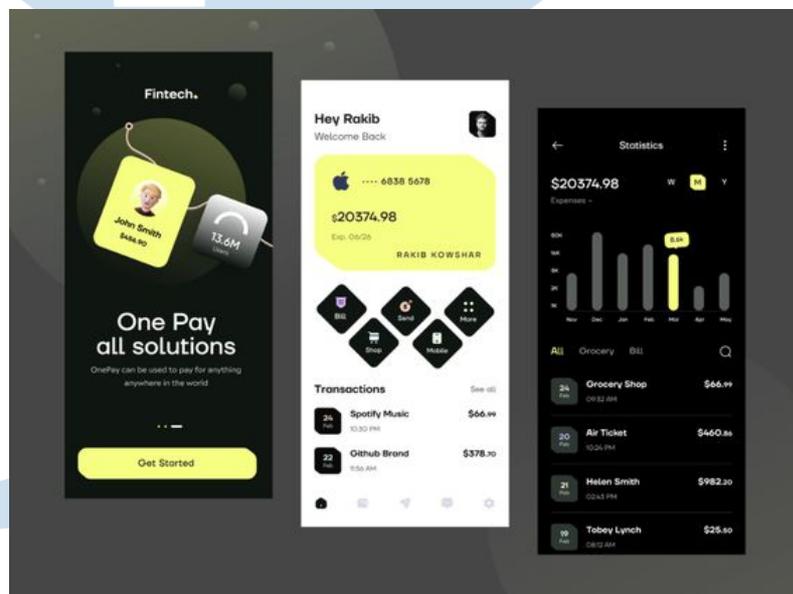
Tingkat gelap terangnya *hue* disebut dengan *value* (Lauer dan Pentak, 2016, hlm 262), seperti warna ungu terang atau kuning gelap. Warna yang diberikan campuran putih akan menghasilkan warna yang lebih cerah dan disebut dengan *tint*. Warna yang diberikan campuran warna hitam akan menghasilkan warna yang lebih gelap dan disebut dengan *shade*. Namun, warna yang sama dapat memberikan kesan *value* yang berbeda bergantung pada warna-warna lain yang ada di sekeliling warna tersebut.

Properti warna yang ketiga merupakan intensitas/komplementer warna atau bisa disebut juga dengan *saturation/chroma* karena berhubungan dengan tingkat kecerahan suatu warna. Warna yang dicampur dengan hitam atau putih dapat memengaruhi intensitas dari warna tersebut. Warna netral atau intensitas warna rendah disebut juga dengan *tone*. Penurunan intensitas warna dapat dilakukan dengan dua macam cara, yaitu dengan menambahkan warna abu atau menambahkan warna komplementer, yaitu warna yang bertolak belakang dengan warna tersebut pada *color wheel*.

Sebagai contoh, warna biru dan warna jingga merupakan warna komplementer dan jika kedua warna dicampur akan menghasilkan warna biru yang kusam (Lauer dan Pentak, 2016, hlm 264-265).

2) Fungsi Warna

Menurut Lauer dan Pentak (2016) setiap warna memiliki fungsi dan memberikan kesan psikologis yang berbeda-beda. Sebagai contoh, warna dapat memberikan kesan hangat dan dingin. Warna hangat seperti merah, jingga, dan kuning masuk ke dalam kategori *warm colors*, sedangkan warna biru dan hijau dikategorikan sebagai *cool colors* karena memberikan kesan dingin/sejuk (hlm. 270). Teori warna hangat dan dingin juga digunakan untuk memberikan kesan kedalaman dan ruang pada karya desain (hlm. 271).



Gambar 2.12 Fungsi Warna

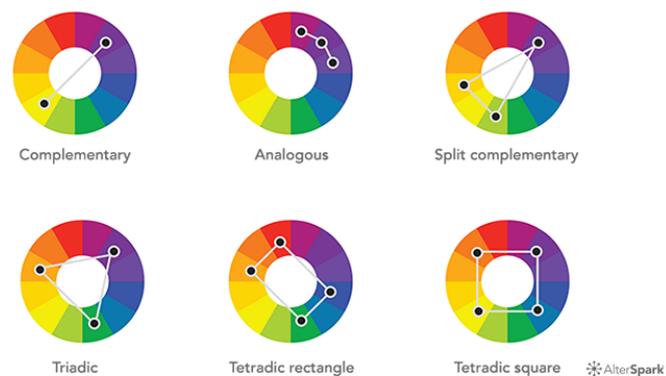
Sumber: <https://dribbble.com/shots/18242955-Wallet-App-UI-UX>

Selain itu, warna juga digunakan untuk memberikan penekanan dan titik fokus dalam sebuah karya desain. Sebagai contoh, warna kuning menjadi *figure* karena memiliki *hue* yang dominan dibandingkan dengan warna hitam dan abu di sekitarnya yang

menjadi *ground*. Hasilnya adalah titik fokus dan arah perhatian langsung bertumpu pada objek yang berwarna kuning tersebut (hlm. 273). Warna juga kerap digunakan untuk memberi keseimbangan pada komposisi desain yang asimetris dengan memberikan bobot daya tarik yang sama (hlm.274).

3) Kombinasi Warna

Lauer dan Pentak (2016, hlm. 278-284) mengatakan bahwa kombinasi atau skema warna memiliki tujuan untuk membangun keharmonisan dalam penggabungan setiap warna. Kombinasi warna tersebut antara lain adalah sebagai berikut.



Gambar 2.13 Contoh Skema Warna

Sumber: <https://www.behavioraldesign.academy/color-psychology/color-schemes>

- Monochromatic*: kombinasi warna yang tercipta dari penggunaan satu warna *hue* yang sama.
- Analogous*: kombinasi warna dari beberapa *hue* yang posisinya berdekatan atau bersebelahan di roda warna.
- Tonality*: menggunakan satu warna *hue* yang dominan.
- Triadic*: menggunakan tiga *hue* yang memiliki jarak yang sama atau dapat membentuk segitiga sama sisi.
- Complementary*: menggunakan *hue* yang saling bertolak belakang pada roda warna.

- f) *Color discord*: kombinasi warna yang sumbang/tidak harmonis. Digunakan sebagai pendekatan yang unik dan tidak biasa.
- g) *Vibrating color*: kombinasi warna yang dapat memberikan kesan getar karena memiliki intensitas warna yang tinggi.
- h) *Local*: warna yang diidentifikasi dengan objek aslinya, contohnya rumput adalah hijau dan pisang adalah kuning.
- i) *Arbitrary*: kombinasi warna-warna yang subjektif tergantung dari si pembuat karya.
- j) *Optical*: ilusi warna yang tercipta dari penggabungan atau dua warna atau *hue* yang berdekatan.

4) Psikologi Warna

Eiseman (2017, hlm. 46) dalam bukunya mengatakan bahwa warna memiliki hubungan dan ikatan yang mampu memengaruhi perasaan maupun reaksi manusia. Warna dapat memberikan pengertian kepada isi pesan dalam seni maupun desain yang dirancang karena memiliki makna psikologisnya sendiri, yakni:

<p>Red</p> <p>Excitement Strength Love Energy</p>	<p>Orange</p> <p>Confidence Success Bravery Sociability</p>	<p>Yellow</p> <p>Creativity Happiness Warmth Cheer</p>	<p>Green</p> <p>Nature Healing Freshness Quality</p>	<p>Blue</p> <p>Trust Peace Loyalty Competence</p>
<p>Pink</p> <p>Compassion Sincerity Sophistication Sweet</p>	<p>Purple</p> <p>Royalty Luxury Spirituality Ambition</p>	<p>Brown</p> <p>Dependable Rugged Trustworthy Simple</p>	<p>Black</p> <p>Formality Dramatic Sophistication Security</p>	<p>White</p> <p>Clean Simplicity Innocence Honest</p>

Gambar 2.14 Psikologi Warna

Sumber: <https://londonimageinstitute.com/how-to-empower-yourself-with-color-psychology/>

a) Merah

Warna merah mampu memicu dan meningkatkan adrenalin, gairah, semangat, nafsu makan, dan aksi. Karakteristik dari

warna merah dapat memberikan kesan hangat, romantis, dan juga amarah. Warna merah juga erat disimbolkan sebagai warna kehidupan dan simbol keberanian (hlm 49-50).

b) Biru

Warna biru disimbolkan seperti warna langit maupun warna laut dan mampu memberikan kesan bersih, tenang, tulus dan terpercaya dan mampu diandalkan. Warna biru termasuk dalam klasifikasi warna dingin/*cool color* (hlm. 52-54).

c) Hijau

Menurut Eiseman (2017), warna hijau identik dengan warna alam dan memberikan kesan natural, organik, melambangkan pertumbuhan, pembaharuan, hingga kesegaran. Warna hijau juga dianggap sebagai warna yang paling nyaman karena tidak menyakiti mata (hlm. 58-60).

d) Kuning

Warna kuning erat dengan symbol matahari sehingga sering digunakan untuk memberikan kesan yang cerah, semangat, kebahagiaan, dan penuh harapan. Warna kuning juga mampu menjadi menstimulasi pikiran logis manusia (hlm. 64-66).

e) Oranye

Oranye atau jingga merupakan warna campuran dari merah dan kuning. Warna oranye memberikan kesan semangat, optimis, ceria, dan meningkatkan spontanitas (hlm. 67-69).

f) Ungu

Warna ungu memiliki arti psikologis yang kemewahan dan kebijaksanaan. Ungu juga merupakan warna yang mampu merangsang kreativitas maupun imajinasi (hlm 70-73).

g) Putih

Warna putih melambangkan kesucian dan kebersihan karena memberikan kesan yang higienis dan steril. Warna putih juga dekat dengan makna keluguan dan kemurnian (hlm. 74-76).

h) Abu

Kombinasi dari warna hitam dan putih akan menghasilkan warna abu. Warna abu memiliki arti yang netral, keseriusan, dan kebijaksanaan (hlm. 80-82).

i) Coklat

Warna coklat memberikan kesan yang ramah, jujur, dan ramah lingkungan. Warna coklat juga sering digunakan karena erat dengan simbol organik (hlm. 86-88).

j) Hitam

Terdapat dikotomi dan paradoks dalam warna hitam. Warna hitam sering dikaitkan dengan kesedihan, kegelapan, dan kejahatan. Namun, warna hitam juga memiliki arti seperti keanggunan, kecanggihan, kekuatan, memiliki tujuan, dan kepercayaan diri (hlm. 61-62).

2.1.2 Prinsip Desain

Seperti yang sudah dikatakan pada bagian sebelumnya, elemen dan prinsip desain merupakan aspek penting yang harus diperhatikan seorang desainer ketika membuat karya perancangan. Penerapan elemen dan prinsip desain yang baik akan memengaruhi komposisi dari keseluruhan hasil karya. Prinsip desain juga memberikan pengaruh pada keharmonisan dan keserasian hasil karya perancangan.

Masih dalam sumber yang sama, Lauer dan Pentak (2016) dalam bukunya menyatakan bahwa ada lima prinsip dalam desain. Lima prinsip tersebut adalah kesatuan, penekanan dan titik fokus, skala dan proporsi, keseimbangan, dan ritme. Berikut penjabaran dari masing-masing prinsip menurut Lauer dan Pentak (2016).

2.1.2.1 Kesatuan

Prinsip kesatuan atau *unity* merupakan prinsip yang menciptakan keselarasan dari setiap elemen desain. Fungsi prinsip kesatuan adalah agar komposisi desain terlihat harmonis dan saling

berkolerasi satu dengan yang lain. Hal penting yang harus diperhatikan ketika menerapkan prinsip kesatuan adalah keseluruhan dari visual harus mendominasi. Artinya, keseluruhan visual harus dapat terlihat oleh audiens sebelum akhirnya melihat kepada bagian kecil dari masing-masing elemen.

Guna mencapai prinsip kesatuan, diperlukan persepsi visual yang memfokuskan mata serta otak agar dapat berfungsi bersama. Ada berbagai macam teori dan penelitian terkait persepsi visual tersebut. Salah satu teori persepsi visual yang banyak digunakan pada dunia desain komunikasi visual adalah teori psikologi visual dari gestalt, yaitu:

- 1) *Proximity*: elemen-elemen visual yang diletakkan secara berdekatan cenderung memberikan kesan kesatuan (hlm. 34).
- 2) *Similarity*: elemen-elemen visual yang tampak serupa cenderung memberikan kesan kesatuan.
- 3) *Continuation*: penempatan elemen visual yang memberikan kesan kelanjutan sehingga timbul kesinambungan antar elemen desain (hlm. 38).
- 4) *Closure*: kecenderungan melihat suatu elemen dalam bentuk utuh dapat menciptakan korelasi kesatuan.
- 5) *Common fate*: elemen-elemen visual yang bergerak dalam arah yang sama akan memberikan kesan kesatuan.
- 6) *Continuing line*: kecenderungan melihat garis atau elemen visual yang terputus tetap sebagai suatu kesatuan.

2.1.2.2 Penekanan dan Titik Fokus

Penekanan dan titik fokus disebut juga dengan *emphasis* dan *focal point*. Fungsi dan tujuan dari prinsip penekanan dan titik fokus adalah sebagai daya tarik dari karya seni dan desain tersebut.

Penekanan dan titik fokus mendorong atensi audiens untuk melihat karya dan mengerti pesan karya tersebut.

Sebuah karya desain dapat memiliki lebih dari satu titik fokus. Penerapannya berupa penekanan sekunder yang memiliki atensi yang lebih rendah dibandingkan dengan titik fokus utama. Biasanya penerapan ini digunakan sebagai komponen dan aksentuasi pendukung terhadap karya tersebut (hlm. 56).

Menurut Lauer dan Pentak (2016), ada beberapa cara untuk menerapkan prinsip penekanan dan titik fokus. Pertama, penekanan dapat diterapkan dengan penggunaan kontras atau membuat objek satu lebih intens daripada sekitarnya sehingga focal point tertuju pada objek tersebut. Kedua, penekanan dapat diciptakan dengan teknik isolasi yang menggunakan fungsi *figure* dan *ground*. Ketiga, penempatan objek di tengah atau satu elemen yang lebih dominan maupun keseluruhan karya desain dapat menciptakan titik fokus.

2.1.2.3 Skala dan Proporsi

Lauer dan Pentak (2016, hlm. 70) menjelaskan bahwa seni dan desain, prinsip skala dan proporsi berhubungan erat dengan ukuran. Skala digunakan sebagai alat ukur dan perbandingan. Proporsi mengacu pada ukuran relatif atau ukuran standar dari objek tersebut. Penggunaan prinsip ini bertujuan untuk menciptakan korelasi ukuran dari masing-masing objek.

Elemen visual yang dibuat dengan menggunakan skala atau proporsi yang kontras dapat menentukan daya tarik maupun arah fokus audiens (hlm. 77). Dialog visual juga dapat tercipta dengan adanya penekanan pada skala dan proporsi dalam desain (hlm. 78). Penerapan proporsi dapat berbeda mengikuti dengan audiens yang dituju. Sebagai contoh, proporsi yang ditujukan kepada anak-anak cenderung mengalami distorsi seperti menggunakan ukuran kepala

yang lebih besar dibandingkan ukuran tubuh (hlm. 81). Salah satu rasio untuk membantu menentukan proporsi yang ideal adalah dengan menerapkan *golden ratio* (hlm. 82).

2.1.2.4 Keseimbangan

Keseimbangan atau *balance* mengacu pada kestabilan dari suatu karya desain. Keseimbangan juga berbicara dengan distribusi titik berat setiap elemen visual yang terlibat dalam desain. Komposisi dalam desain harus memiliki titik berat yang sama untuk menciptakan keseimbangan (hlm. 88-90).

Keseimbangan dibagi menjadi dua jenis, yaitu *symmetrical balance* dan *asymmetrical balance*. Pada tipe *symmetrical balance* atau keseimbangan simetris tercapai jika visual setiap sisi yang dibagi oleh sumbu vertikal memiliki berat yang sama (hlm. 92). *Asymmetrical balance* atau keseimbangan asimetris disebut juga sebagai *informal balance*. Berbeda dengan keseimbangan simetris, pada keseimbangan asimetris penekanan elemen visual lebih variatif sehingga tidak harus mengalami repetisi (hlm. 96-97).

2.1.2.5 Ritme

Prinsip ritme dapat diartikan sebagai repetisi atau pengulangan elemen visual yang diaplikasikan secara konsisten (hlm. 114). Kehadiran prinsip ritme pada desain dapat menambah sensasi dan daya tarik tertentu pengalaman visual. Layaknya ritme pada musik, penerapan ritme dalam karya desain juga memudahkan audiens melihat pola dan arah mata dari audiens ketika membaca atau menelaah desain tersebut.

Visual yang tercipta oleh ritme dapat berupa pengulangan repetitif oleh elemen desain juga bertujuan untuk memberikan kesan yang dinamis dan dramatis. *Alternating rhythm* adalah istilah untuk bentuk ritme dalam pola yang teratur. Bentuk ritme yang tersusun oleh

elemen visual dalam bentuk pola yang berubah-ubah disebut dengan *progressive rhythm*.

2.1.3 Tipografi

Saltz (dalam Haley dkk., 2012) mengatakan bahwa tipografi merupakan salah satu elemen desain yang paling penting. Dalam sumber yang sama, dikatakan bahwa tipografi sudah hadir sejak dulu dan semakin berkembang seiring perkembangan zaman. Penting untuk desainer memahami dan menerapkan prinsip-prinsip tipografi yang baik dalam perancangan karya desainnya.

Tipografi dalam buku yang berjudul *Typography Essentials: 100 Design Principles for Working with Type*, yang ditulis oleh Saltz (2019) dijabarkan ke dalam empat kategori. Kategori tersebut antara lain tipografi dalam huruf, kata, paragraph, dan halaman (Saltz, 2019).

2.1.3.1 Huruf

Prinsip dalam tipografi yang pertama adalah huruf. Menurut Saltz (2019, hlm. 8) setiap huruf merupakan bentuk dari huruf itu sendiri. Bentuk yang tercipta dapat dikembangkan menjadi ilustrasi, simbol, ikon, hingga sebagai *emphasis*.

Penggunaan huruf dapat dikreasikan secara mandiri, contohnya sebagai siluet, garis *outline*, atau sebagai tekstur dan pola. Huruf juga dapat digunakan dan dikreasikan secara sebagian, seperti bagian huruf tersebut dapat diiris atau dibalik secara vertikal dan horizontal sehingga menghasilkan bentuk baru. Ruang negatif pada huruf juga dapat dimanfaatkan untuk memberikan kesan kedalaman dan ruang (hlm. 10). Komunikasi dan pesan visual dapat diciptakan melalui pemberian detail seperti aksent khusus pada huruf (hlm. 12).

1) Fungsi Huruf

Huruf dan tipografi yang berbeda akan menciptakan kesan emosional yang berbeda juga (hlm. 14). Sebagai contoh, huruf

miring atau *italic* cocok untuk menyampaikan emosi pesan visual pada sebuah puisi. Huruf juga memiliki fungsi sebagai konotasi sejarah, seperti penggunaan huruf yang geometris akan memberikan kesan yang lebih modern (hlm 16).

Tipografi huruf yang memiliki kepribadian atau karakter yang kuat dapat secara efektif mengekspresikan pesan yang ingin disampaikan. *Personality* dari tipografi huruf ini dapat dicapai dengan melakukan modifikasi atau melalui pemilihan *font* yang sesuai dengan isi pesan. Namun, walaupun berfungsi sebagai bentuk yang ekspresif, keterbacaan harus menjadi perhatian khusus dalam menggunakan tipografi. Salah satu faktor legibilitas pada penerapan tipografi adalah dengan memperhatikan kontras pada *foreground* (hlm. 28).

2) Penekanan Huruf

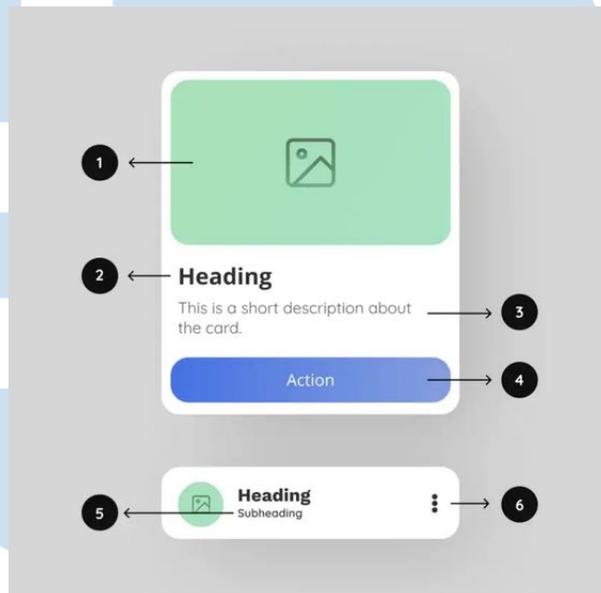
Terdapat banyak cara untuk menciptakan *emphasis* atau penekanan pada huruf. Menurut Saltz (2019, hlm. 30) cara pertama adalah melalui berat *font*, seperti menggunakan *font family* yang sama namun dengan variasi berat *font* yang berbeda maka akan menciptakan perbedaan hierarki. Namun, penekanan dengan berat juga dapat diaplikasikan dengan menggunakan *font family* yang sama.

Selain menggunakan berat *font*, penekanan dan *emphasis* juga bisa diterapkan melalui variasi ukuran. Besar kecilnya variasi ukuran huruf akan menciptakan penekanan yang memengaruhi atensi si pembaca (hlm. 34).

2.1.3.2 Kata

Huruf-huruf yang tergabung menjadi satu akan membentuk kata. Kata yang satu juga akan terhubung dengan kata-kata lainnya. Saltz (2019) mengatakan ada beberapa cara dalam membentuk hierarki kata. Cara pertama adalah dengan menentukan posisi dan secara umum area yang berada di atas merupakan area “prioritas”

sehingga akan lebih menonjol dibandingkan posisi bawah. Begitu pun pada area sebelah kanan akan lebih utama dibandingkan dengan area kiri. Kedua, dengan menggunakan variasi ukuran. Contohnya seperti ukuran teks *heading* akan lebih besar dibandingkan dengan teks *subheading* maupun isi.



Gambar 2.15 Hierarki Kata

Sumber: <https://uxplanet.org/ultimate-guide-for-designing-ui-cards-59488a91b44f>

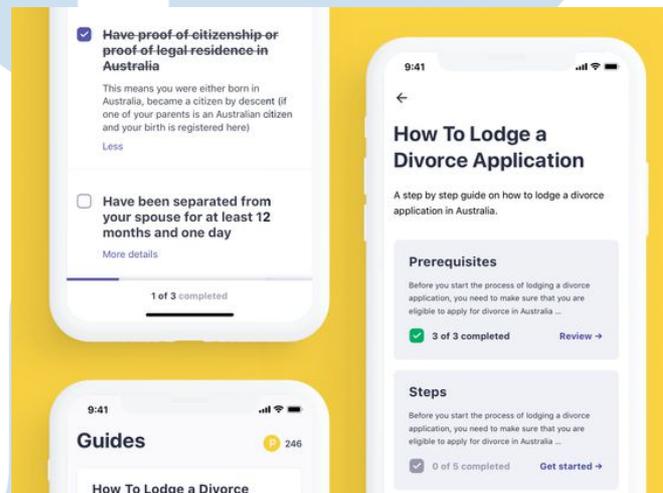
Berikutnya, hierarki dapat diciptakan melalui penggunaan *font weight* atau warna *font* yang berbeda. Adanya kontras pada *figure* dan *ground* juga membantu menampilkan susunan hierarki. Lalu, cara berikutnya adalah dengan menggunakan orientasi dan *special effects*. Kedua teknik tersebut dapat digunakan sebagai opsi penerapan tipografi dengan cara yang unik (hlm. 72-74).

Saltz (2019, hlm. 76) menegaskan kepada desainer untuk memerhatikan *kerning* atau jarak antar huruf ketika menggunakan tipografi karena dapat memengaruhi keseluruhan tampilan desain. Penggunaan *typeface* juga dibatasi dengan hanya memakai sebanyak maksimal tiga jenis *typeface* yang berbeda. Anjuran ini dibuat untuk memudahkan *typeface* tersebut terbaca. Kombinasinya dapat berupa *font* dengan jenis *typeface serif*, *sans serif*, dan *display*. Namun, dalam

beberapa kasus penggunaan dengan banyak variasi *typeface* dapat dilakukan menyesuaikan dengan kebutuhan desain.

2.1.3.3 Paragraf

Paragraf biasanya ditandai dengan huruf kapital di awal kalimat disertai dengan indentasi atau tulisan yang menjorok ke dalam. Terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan untuk meningkatkan keterbacaan paragraf seperti *hyphenation* dan *justification*, yaitu tanda hubung pada kata yang terpangkas ketika diratakan. Lalu selain *Kerning*, pemberian *leading* juga merupakan hal krusial lainnya. Pada umumnya, jarak pada *leading* adalah sebanyak dua poin. Namun, harus kembali disesuaikan dengan bentuk *typeface* yang sedang digunakan. Pemberian jarak *leading* yang baik akan memudahkan mata pembaca melihat setiap paragraf.



Gambar 2.16 Contoh Paragraf

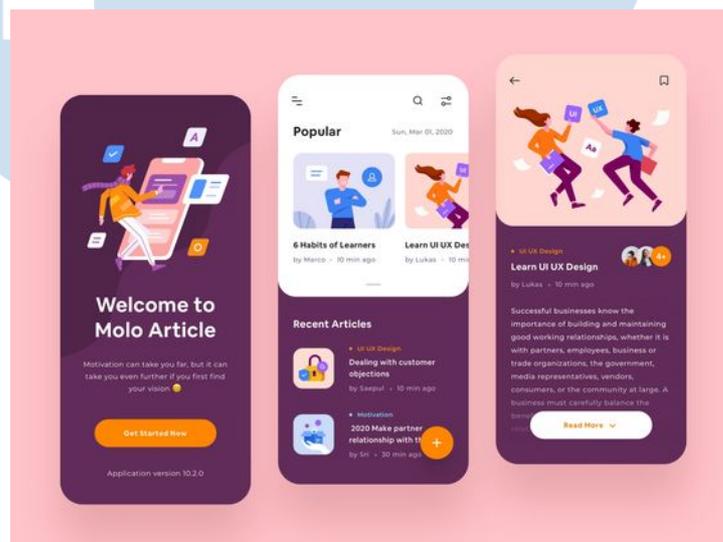
Sumber: <https://dribbble.com/shots/5450065-Guides-on-how-to-Lodge-a-Divorce-Application>

Salah satu kebiasaan sederhana yang harus dihindari ketika membuat paragraf adalah *orphans* dan *widow*. *Orphans* dan *widow* adalah istilah untuk menggambarkan keadaan paragraf yang memiliki satu kata tertinggal di akhir paragraf. *Rivers* atau celah kosong pada paragraf juga harus dihindari karena merusak keterbacaan dan kenyamanan pembaca.

Semua elemen tipografi memiliki peran penting dan saling berhubungan dengan satu sama lain dalam satu kesatuan (hlm. 156). Hierarki dan keterbacaan harus bisa dilihat dan dipahami oleh para pembaca. Tugas dari desainer adalah membuat semua elemen tersebut seimbang dan dapat sesuai dengan konteks informasi.

2.1.3.4 Halaman

Saltz (2019) dengan tegas berkata bahwa poin terpenting adalah kemampuan keterbacaan teks harus optimal. Namun, ada kalanya keterbacaan tidak menjadi poin utama para desainer, seperti pada tipografi yang memiliki peran sebagai gambar maka cara berkomunikasinya akan berbeda.



Gambar 2.17 Contoh Halaman

Sumber: <https://dribbble.com/shots/10943143-Article-App-UI-Design>

Saltz (2019, hlm. 170) berpendapat bahwa terdapat perbedaan antara *text typeface* dan *display typeface*. Hal yang membedakan kedua tipe *typeface* tersebut sederhana, yaitu tingkat urgensi keterbacaannya. *Display typeface* secara general akan memiliki tingkat urgensi keterbacaan yang lebih rendah hanya bersifat sebagai pelengkap. Peran tipografi dalam desain halaman harus selaras dengan kisi dan tata letak. Keseluruhan desain tipografi yang

memuaskan bergantung pada keharmonisan dari masing-masing elemen yang terlibat (hlm. 204).

2.1.4 Grid dan Layout

Poulin (2018) mengemukakan bahwa *grid* dan *layout* menjadi salah satu hal yang paling krusial dalam perancangan suatu karya desain. *Layout* merupakan istilah penyusunan tata letak yang melibatkan segala elemen visual agar menjadi satu komposisi yang utuh. Fungsinya adalah untuk membantu menyampaikan isi pesan dan konsep desain tersebut (hlm. 7).

Masih menurut teori yang sama (Poulin, 2018, hlm. 7), *grid* menjadi alat dasar untuk membantu penyusunan tata letak sehingga desain tetap teratur dan terstruktur. Setiap elemen visual maupun penyusunan kisi dan tata letak mampu menjadi alat komunikasi dan ekspresi. Berikut penjelasan mendalam terkait kisi dan tata letak menurut Poulin.

2.1.4.1 Grid Anatomy

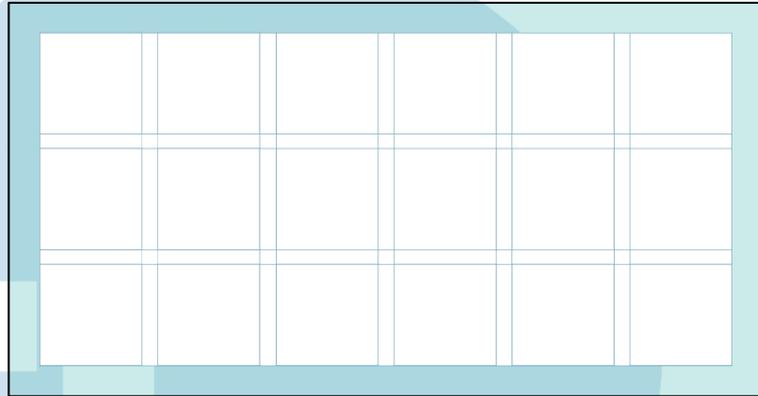
Tampilan elemen visual dan komposisi tata letak perlu disusun secara terstruktur dan terorganisi melalui system anatomi *grid*. Anatomi *grid* tercipta dari gabungan beberapa elemen yang memiliki fungsinya masing-masing. Penggunaan serta penerapan elemen anatomi *grid* dapat digunakan secara bersama maupun tidak karena menyesuaikan dengan kebutuhan pada konten visual yang akan dirancang (hlm. 70).

Seorang desainer perlu untuk memahami dan mengerti system anatomi *grid* dengan baik. Anatomi *grid* yang digunakan secara maksimal mampu memberikan bermacam-macam alternatif komposisi. Poulin (2018) menjabarkan elemen-elemen anatomi dalam *grid* sebagai berikut.

1) Margins

Margin merupakan area negatif yang terletak diantara batasan ujung konten dengan tepi halaman (hlm. 72). Penggunaan *margin*

antara lain agar fokus dan perhatian isi baik visual maupun narasi dari konten dapat terlihat dengan jelas dan diterima dengan baik.

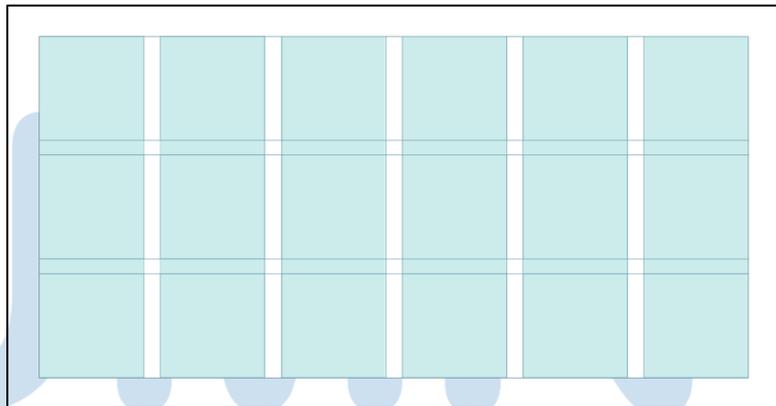


Gambar 2.18 *Margins*

Sumber: <https://visme.co/blog/layout-design/>

2) *Columns*

Columns atau kolom diartikan sebagai area pembatas berbentuk garis vertikal yang membagi area konten. Jumlah dan ukuran kolom dapat bervariasi menyesuaikan dengan kebutuhan dari konten desain (hlm. 75).



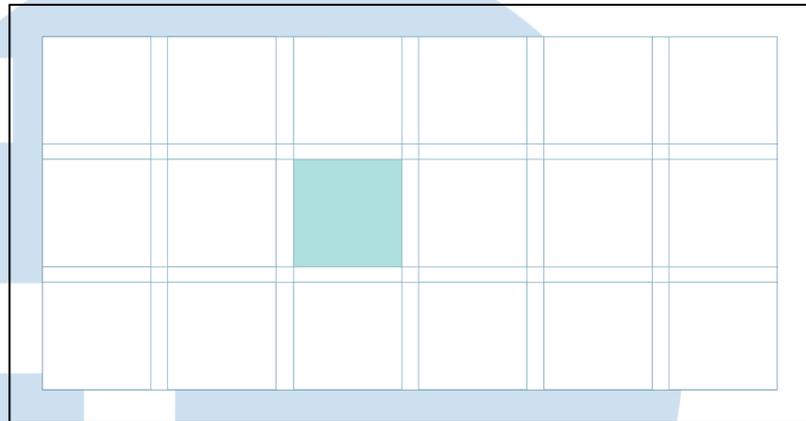
Gambar 2.19 *Columns*

Sumber: <https://visme.co/blog/layout-design/>

3) *Modules*

Modules merupakan area atau bidang yang diciptakan dari pembagian kolom. Jumlah modul pada tatanan *layout* harus diperhatikan dengan hati-hati karena penggunaan modul yang

terlalu banyak dapat menimbulkan perasaan bingung para pembaca yang melihat desain tersebut (hlm. 77).

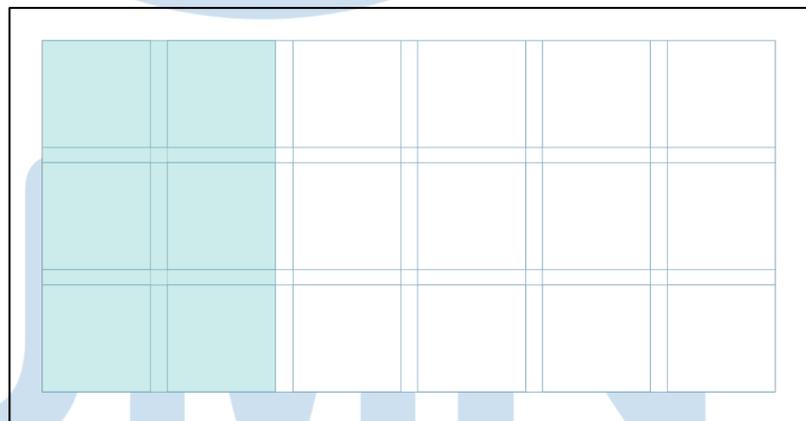


Gambar 2.20 *Modules*

Sumber: <https://visme.co/blog/layout-design/>

4) *Spatial Zones*

Zona spasial merupakan bidang atau kelompok yang tercipta dari penggabungan beberapa modul. Contohnya dapat berupa kelompok gambar maupun tulisan (hlm. 77).

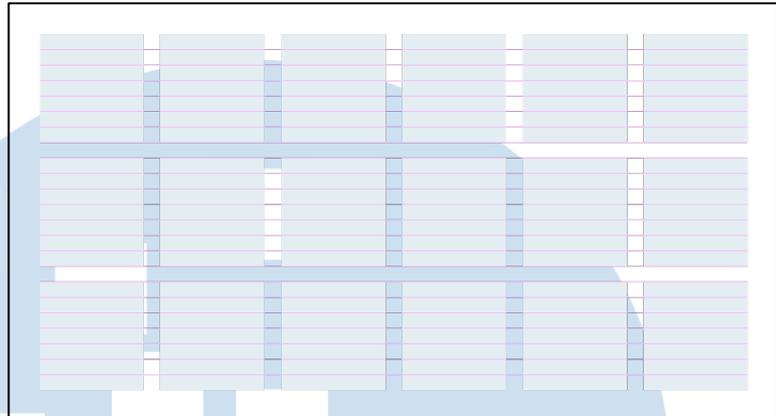


Gambar 2.21 *Spatial Zones*

Sumber: <https://visme.co/blog/layout-design/>

5) *Flowlines*

Pengaturan isi konten visual dan naratif ke dalam suatu area ditentukan oleh garis horizontal. Tujuannya adalah untuk mengarahkan arah mata pembaca pada isi konten (hlm. 78).

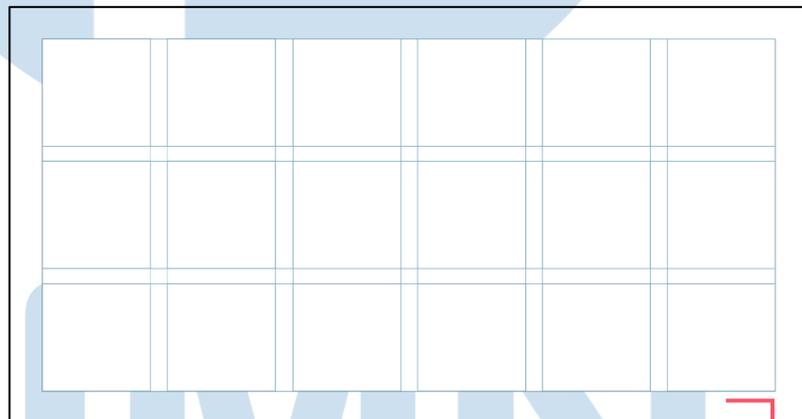


Gambar 2.22 *Flowlines*

Sumber: <https://visme.co/blog/layout-design/>

6) **Markers**

Area navigasi informasi pada halaman yang diperlukan secara konsisten dan berulang. Contoh dapat berupa nomor halaman, *footer*, maupun *header* (hlm. 80).



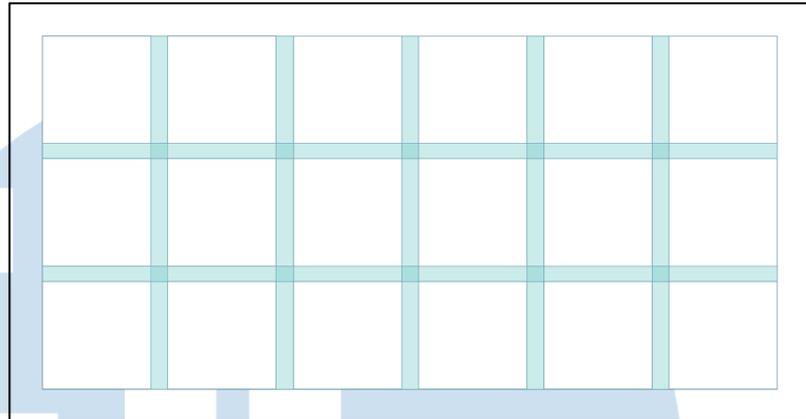
Gambar 2.23 *Markers*

Sumber: <https://visme.co/blog/layout-design/>

7) **Gutters dan Alleys**

Gutters merupakan area negatif untuk memisahkan antar kolom.

Baik ukuran maupun proporsi dari *gutters* mampu menciptakan kesan visual yang dramatis dan memberikan pengaruh terhadap keterbacaan isi konten desain (hlm. 80).



Gambar 2.24 *Gutters*

Sumber: <https://visme.co/blog/layout-design/>

Alleys adalah area tepi yang menjadi pembatas antara 2 halaman yang bertemu dalam sistem jilid (hlm. 80).

8) *Fields*

Fields merupakan salah satu elemen dalam anatomi grid yang berfungsi untuk mengorganisir kombinasi kolom agar tetap harmonis dan dinamis (hlm. 81).

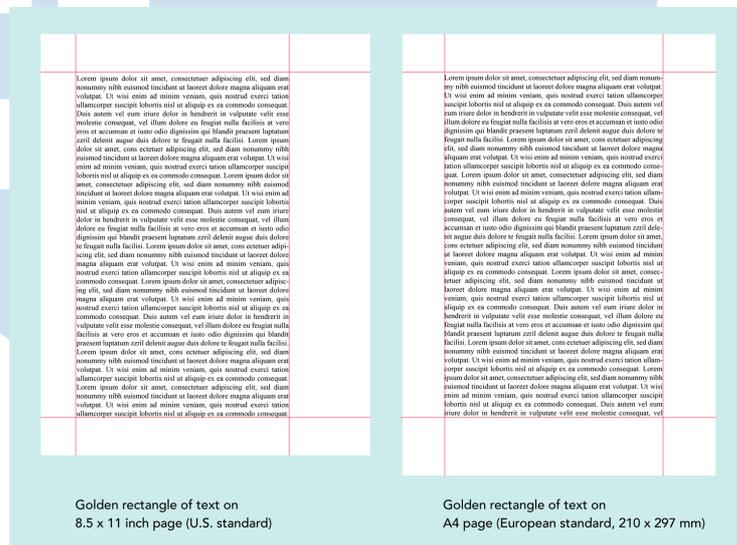
2.1.4.2 *Grid Systems*

Sistem *grid* menurut Poulin (2018, hlm 114) memiliki fungsi sebagai alat untuk mengatur komposisi dalam tatanan *layout*. Melalui penerapan sistem *grid*, komposisi visual yang tercipta dapat bermacam-macam. Sistem *grid* memudahkan desainer membuat komposisi *layout* baik dari yang statis, simetris, hingga asimetris.

Pertimbangan dan analisis yang matang sebelum menentukan struktur pada sistem *grid* sangat diperlukan. Hal tersebut menjadi penting karena dengan pemilihan sistem *grid* yang tepat, tingkat fleksibilitas dalam mengatur komposisi konten visual dan narasi akan semakin besar. Sistem *grid* yang baik dan sistematis akan membantu penyajian informasi visual yang kompleks menjadi mudah untuk dipahami para pembaca (hlm 115).

1) *Manuscript Grid*

Manuscript grid atau block grid dikenal sebagai salah satu sistem grid yang paling simpel dan sudah hadir sejak awal abad ke-14 dan 15. Manuscript grid banyak digunakan untuk penyusunan teks panjang seperti pada buku novel maupun esai. Sistem manuscript grid menerapkan area utama berbentuk persegi panjang sebagai area penempatan isi konten dan terkadang dilengkapi dengan area judul, header, footer, nomor halaman, dan lain sebagainya (hlm. 120).



Gambar 2.25 *Manuscript Grid*
Sumber: <https://visme.co/blog/layout-design/>

2) *Symmetrical Grid*

Symmetrical grid merupakan penerapan system grid secara simetris antar halaman dalam satu spread. Penerapan sistem grid yang simetris memungkinkan kedua halaman saling bercermin satu sama lain sehingga memiliki keseimbangan. Sistem grid simetris dibagi menjadi beberapa macam, yaitu:

a) *Single-Column Grid*

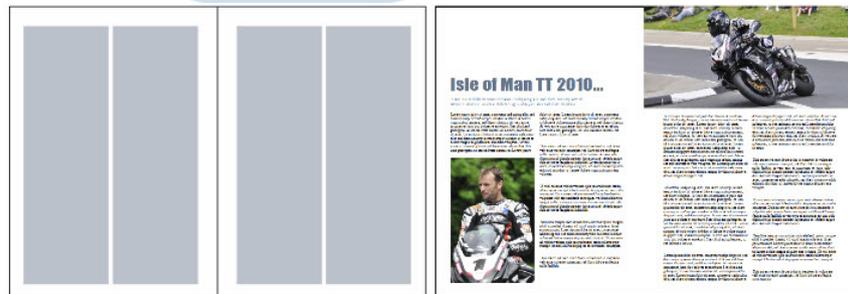
Memiliki sisi dalam dan luar margin yang seimbang, biasanya ditujukan untuk penulisan isi konten yang memiliki teks/narasi panjang (hlm. 127).



Gambar 2.26 *Single-Column Grid*
 Sumber: <https://visme.co/blog/layout-design/>

b) Double-Column

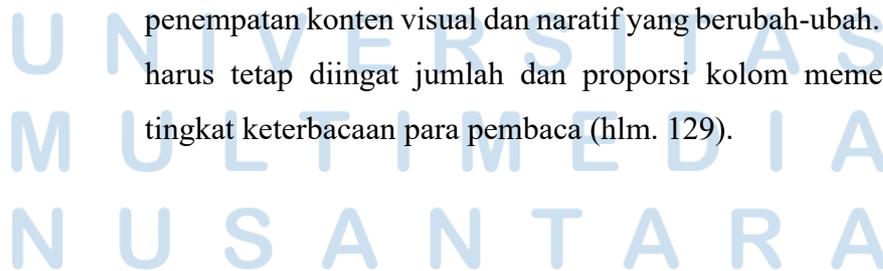
Double-column grid memudahkan penempatan isi konten yang lebih luas maupun yang membutuhkan pembagian dua kolom yang terpisah. Kolom dapat memiliki ukuran yang sama maupun berbeda menyesuaikan dengan kebutuhan konten (hlm. 129).

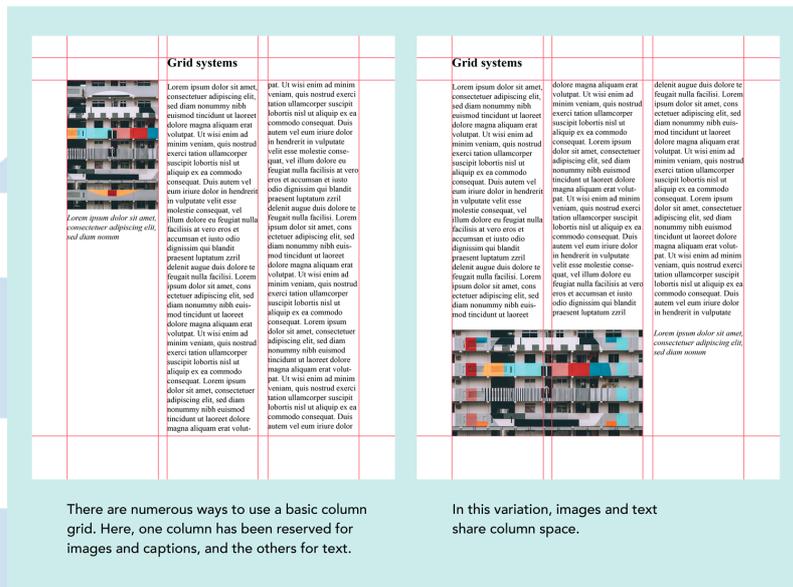


Gambar 2.27 *Double-Column Grid*
 Sumber: <https://patriciasdesignsite.wordpress.com/2015/01/20/basic-layout-grids/>

c) Multiple-Column Grid

Sistem *grid* ini sangat fleksibel dan ideal jika membutuhkan penempatan konten visual dan naratif yang berubah-ubah. Namun harus tetap diingat jumlah dan proporsi kolom memengaruhi tingkat keterbacaan para pembaca (hlm. 129).

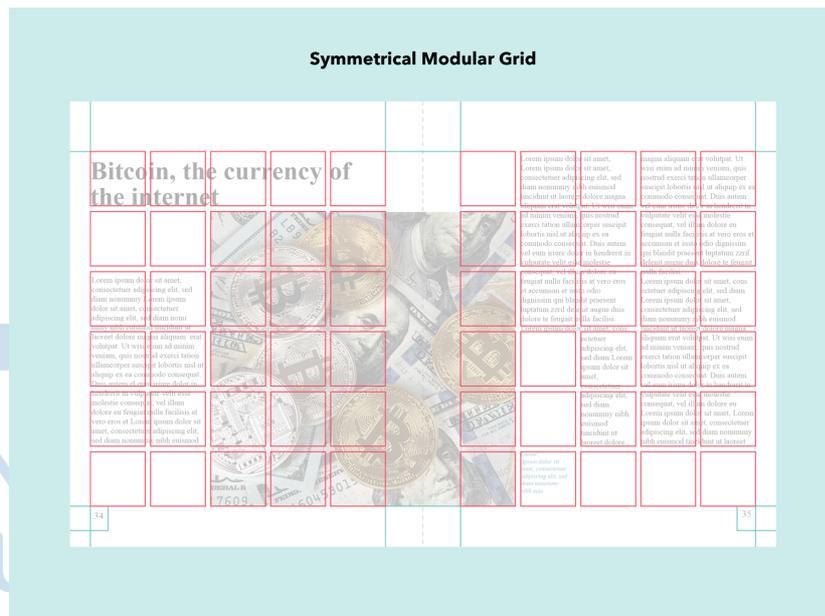




Gambar 2.28 Multi-Column Grid
 Sumber: <https://visme.co/blog/layout-design/>

3) Modular Grid

Sistem *modular grid* menggunakan kombinasi dari kolom vertikal dan kolom horizontal. *Modular grid* cocok jika memiliki komponen visual yang banyak dan membutuhkan fleksibilitas dan komposisi yang variatif (hlm. 132).



Gambar 2.29 Modular Grid
 Sumber: <https://visme.co/blog/layout-design/>

4) *Asymmetrical Grid*

Pada sistem *grid* asimetris, komposisi *layout* pada kedua halaman tidak seimbang sehingga salah satu halaman akan tampak lebih berat, biasanya terjadi pada halaman kiri. Sistem *grid* asimetris dapat diterapkan melalui keterangan tambahan, *footer*, ilustrasi, dan sebagainya (hlm. 140).

5) *Baseline Grid*

Baseline grid menurut Poulin (2018) terdiri dari kumpulan garis horizontal dan memiliki jarak yang sama. Tipe sistem *grid* ini biasanya digunakan untuk menempatkan isi teks yang berkelanjutan serta elemen visual lain (hlm. 141).



Gambar 2.30 *Baseline Grid*

Sumber: <https://visme.co/blog/layout-design/>

6) *Hierarchical Grid*

Sistem *grid* hierarki didasari oleh penempatan area konten visual dan narasi dengan ukuran yang bervariasi agar komposisi dan tampak keseluruhan tidak monoton (hlm. 146).

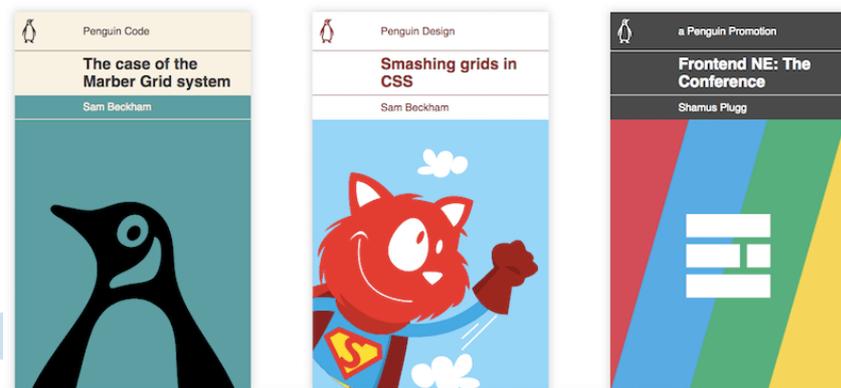


Gambar 2.31 Hierarchical Grid

Sumber: <https://visme.co/blog/layout-design/>

7) Marber Grid

Sistem *marber grid* merupakan sistem grid yang tercipta dengan penempatan gambar visual sebanyak dua pertiga atau lebih daripada elemen desain lainnya. Fungsinya adalah untuk menjadikan gambar visual sebagai daya tarik utama para pembaca (hlm. 150).



Gambar 2.32 Marber Grid

Sumber: <https://www.smashingmagazine.com/2017/10/css-grid-challenge-2017-winners/>

8) Compound Grid

Compound grid merupakan sistem grid melalui kombinasi dua atau lebih *multi-column grid* ke dalam satu struktur sistematis.

2.1.5 Ilustrasi

Dalam salah satu bukunya yang berjudul *Illustration: A Theoretical & Contextual Perspective*, Male (2017, hlm. 10) mendefinisikan ilustrasi sebagai suatu penyampaian suatu konteks melalui komunikasi visual kepada audiens. Male (2019, hlm. 2) menegaskan bahwa penting untuk sebuah ilustrasi memiliki konteks. Konteks dibutuhkan agar tujuan perancangan ilustrasi dapat sesuai dengan batasan masalah dan tepat sasaran sesuai audiens yang ditujukan.

Jika dilihat dari bahasa visual, Male (2017, hlm. 107) membagi ilustrasi menjadi dua jenis, yaitu ilustrasi literal dan ilustrasi konseptual. Ilustrasi literal berfungsi untuk menafsirkan suatu kejadian nyata atau realita meskipun terkadang menggunakan narasi yang bersifat fiksi atau fantasi. Ilustrasi konseptual diartikan sebagai jenis ilustrasi yang menggunakan metafora atau berdasarkan suatu gagasan ide. Berbeda dengan ilustrasi literal yang menggunakan pendekatan gambar yang kredibel, ilustrasi konseptual menggunakan pendekatan yang berbeda dengan bentuk aslinya.

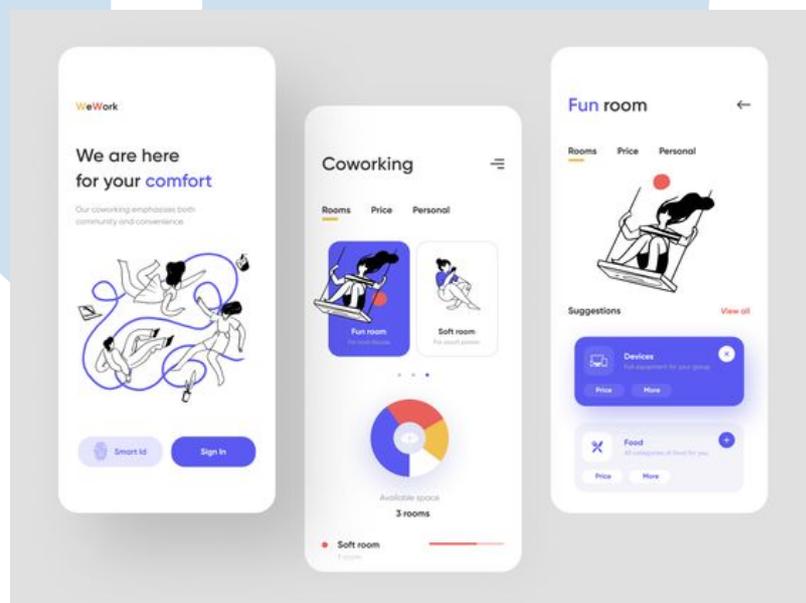
2.1.5.1 Fungsi Ilustrasi

Houston (2016, hlm. 19) mendefinisikan ilustrasi sebagai alat komunikasi berbentuk gambar dengan tujuan untuk mengemukakan isi dari suatu konsep. Penggunaan ilustrasi memungkinkan pembaca untuk memahami isi suatu narasi tanpa melihat teks tersebut. Menurut Houston (2016), ilustrasi memiliki tiga fungsi, yaitu menyampaikan isi pesan dan konsep suatu informasi, sebagai bentuk ringkasan informasi yang disampaikan untuk menjadi daya tarik bagi audiens.

Male (2017, hlm 108) juga mengatakan dalam bukunya bahwa ilustrasi literal dan konseptual memiliki fungsi dan peranan yang berbeda-beda. Keduanya memiliki keunggulan masing-masing dan dapat disesuaikan sesuai konteks dan kebutuhan. Fungsi ilustrasi tersebut adalah sebagai informasi, komentar, fiksi naratif (*storytelling*), persuasi, dan identitas.

1) Informasi

Sebagai alat informasi, peran dari ilustrasi dapat berupa dokumentasi, referensi, penjelasan, maupun instruksi (hlm. 184). Informasi yang ingin disampaikan juga dapat mengacu pada berbagai subjek dan tema. Adanya ilustrasi akan sangat memudahkan pembaca/audiens dalam mencerna isi konteks dan informasi yang disampaikan (hlm. 192). Perlu adanya pertimbangan yang matang antara subjek dan target audiens dalam menyampaikan informasi berbentuk ilustrasi (hlm. 195).



Gambar 2.33 Ilustrasi sebagai Informasi
Sumber: https://dribbble.com/shots/13158159-WeWork-co-working-app?utm_sour

Contohnya adalah jika target audiens merupakan anak-anak, maka perlu mengadopsi gaya serta pendekatan visual yang berbeda. Peran ilustrasi sebagai informasi banyak dijumpai pada materi pembelajaran anak, sejarah dan budaya, ilmu pengetahuan alam, keperluan medis, dan hal berbaur teknik.

2) Komentar

Fungsi ilustrasi sebagai komentar merupakan esensi dari ilustrasi editorial (hlm. 241). Ilustrasi ini banyak digunakan sebagai

penyampaian pendapat, suara, maupun opini. Ilustrasi sebagai komentar berhubungan erat dengan jurnalisme dan banyak dijumpai pada halaman di surat kabar dan majalah. Terkadang isu atau subjek yang diangkat pada ilustrasi ini merupakan topik politik dan isu sosial (hlm. 257).



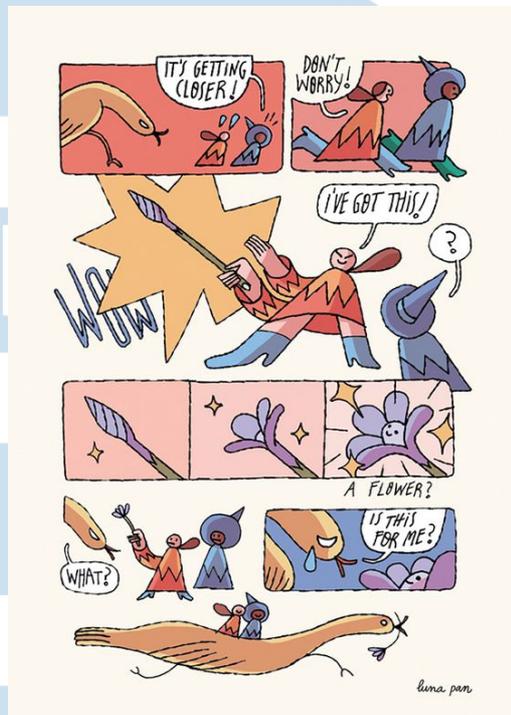
Gambar 2.34 Ilustrasi sebagai Komentar
 Sumber: <https://www.behance.net/gallery/19796427/Illustration-for-KOMPAS-KLASS-Newspaper>

Namun, dapat juga seputar *lifestyle* atau pola hidup (hlm. 276-277). Contohnya seperti kesehatan, hobi, makanan, hubungan, dan sebagainya.

3) Fiksi Naratif (*Storytelling*)

Peran ilustrasi sebagai *storytelling* berfungsi untuk merepresentasikan visual dari suatu narasi fiksi. Korelasi dan kesinambungan antara teks narasi dengan dialog visual menjadi aspek penting dalam perancangan ilustrasi *storytelling*. Teks narasi

dan gambar visual harus seimbang karena berpengaruh pada alur cerita yang disampaikan (hlm. 307).



Gambar 2.35 Ilustrasi sebagai *Storytelling*

Sumber: <https://www.behance.net/gallery/75346631/Dream-collection-zine>

Contoh dari penggunaan ilustrasi *storytelling* banyak diterapkan pada buku cerita anak, novel, dan dongeng (hlm. 278). Male (2017, hlm 299) menegaskan bahwa hubungan antara narasi, gambar, karakter, skenario, dan plot cerita harus menjadi satu kesatuan. Contoh penerapan ilustrasi berbentuk *storytelling* juga ada pada komik strip, yaitu narasi yang diceritakan melalui *sequence* atau serangkaian visual yang berurutan (hlm. 308).

4) Persuasi

Peran ilustrasi sebagai bentuk persuasi sangat ideal untuk kebutuhan periklanan yang komersil. Namun, fungsi ilustrasi sebagai persuasi tidak hanya digunakan dalam iklan produk. Ilustrasi sebagai persuasi juga digunakan untuk mempromosikan atau meningkatkan kesadaran target audies seperti dalam kegiatan kampanye (hlm 326).



Gambar 2.36 Ilustrasi sebagai Persuasi
 Sumber: <https://dxminds.com/how-much-does-it-cost-to-develop-an-app-like-gojek/>

Male (2017, hlm. 332) berpendapat bahwa penggunaan ilustrasi memiliki dampak yang sangat kuat dalam hal persuasi. Ilustrasi harus memiliki makna yang positif dan harus selaras dengan keseluruhan pesan persuasi. Ilustrasi juga berfungsi sebagai elemen komplementer yang mendukung promosi maupun isi pesan kampanye tersebut.

5) Identitas

Male (2017, hlm. 341), dalam bukunya juga mengatakan bahwa ilustrasi memiliki peran penting dalam pembentukan identitas suatu merek. Biasanya ilustrasi diterapkan pada penempatan media dari merek tersebut. Tujuan penggunaan ilustrasi sebagai identitas adalah untuk memperkenalkan ciri khas merek tersebut agar mudah untuk diingat dan dikenali konsumen/audiensya.



Gambar 2.37 Ilustrasi sebagai Identitas
 Sumber: https://lelogama.go-jek.com/post_featured_image/promo_bukalapak_banner1.jpg

Banyak merek yang mengadopsi penggunaan ilustrasi sebagai identitas dalam bentuk desain packaging (hlm. 346). Selain itu,

ilustrasi juga banyak digunakan sebagai elemen pendukung dalam penerapan point of sale (hlm. 347). Male (2017, hlm. 353) juga mengatakan bahwa fungsi ilustrasi sebagai identitas juga berlaku pada desain sampul buku dan musik.

2.2 Media Informasi

Media atau medium merupakan alat/sarana yang menjadi perantara dalam menyampaikan suatu pesan antar individu (Braesel dan Karg, 2021, hlm.14). Pesan dapat berupa informasi, fakta, pengalaman, opini, perasaan, pikiran, hiburan, dan impresi mengenai suatu topik. Pesan yang disampaikan dalam sebuah media dapat dikemas dengan bentuk teks, gambar, suara, maupun video.

Coates dan Ellison (2014) dalam bukunya yang berjudul *An Introduction to Information Design* menjelaskan bahwa media informasi merupakan alat untuk mengomunikasikan suatu pesan melalui media berbentuk visual. Media informasi terdiri dari berbagai jenis dan memiliki fungsi yang berbeda-beda. Berikut penjelasan baik fungsi maupun jenis-jenis media dalam media informasi menurut Coates dan Ellison (2014).

2.2.1 Fungsi Media Informasi

Coates dan Ellison (2014, hlm. 37) berpendapat bahwa desain selaku media informasi memiliki peran yang besar dalam kehidupan nyata. Melalui sumber yang sama dikatakan juga bahwa media informasi membantu seseorang dalam memahami suatu pesan yang rumit menjadi mudah untuk dipahami. Turow dalam bukunya yang berjudul *Media Today: Mass Communication in a Converging World* (2017, hlm. 66) membagi fungsi media informasi secara umum menjadi empat peran, yaitu *enjoyment*, *companionship*, *surveillance*, dan *interpretation*.

Konten dalam sebuah media informasi dapat memberikan kepuasan atau berfungsi sebagai pemberi hiburan (*enjoyment*) bagi penerimanya. Media juga sering dikaitkan sebagai mata uang sosial karena kerap menjadi bahan diskusi dalam percakapan sehari-hari. Media informasi juga dapat

berfungsi menjadi teman (*companionship*) yang membantu menemani rasa kesepian atau kejenuhan. Turow (2017) mengatakan bahwa konten dalam media informasi dapat membangun relasi atau ikatan antara pembaca dengan figur dalam media yang dikonsumsi atau dapat dikatakan juga dengan istilah interaksi parasosial (hlm. 68).

Selain itu, fungsi media informasi yang dilakukan oleh setiap orang tanpa disadari adalah media juga memiliki fungsi sebagai sarana pengawasan (*surveillance*) untuk mengamati kejadian di sekitar yang sedang terjadi sehari-hari. Contohnya ketika menonton seseorang menonton televisi, mendengarkan radio, atau membuka aplikasi tertentu untuk mendapatkan informasi dan berita terkini. Berikutnya, media juga memiliki peran untuk menafsirkan atau menginterpretasikan suatu hal tertentu.

2.2.2 Jenis Media Informasi

Media informasi memiliki berbagai macam jenis bergantung pada klasifikasi kategorinya. Coates dan Ellison (2014, hlm. 42) membagi jenis informasi ke dalam tiga kategori, yaitu media informasi berbasis cetak, interaktif, dan lingkungan. Pesan informasi dalam media berbasis cetak dapat berupa teks narasi, gambar maupun rangkaian gambar, foto, maupun ilustrasi. Contoh media yang merupakan media informasi berbasis cetak adalah koran, majalah, hingga buku pelajaran.

Kategori kedua merupakan media interaktif yang meliputi media berbasis digital. Informasi yang disampaikan dalam media interaktif harus memiliki navigasi yang baik agar visual antarmuka dan pengalaman pengguna dapat terbangun dengan baik. Kategori ketiga adalah *environmental design* atau desain lingkungan yang meliputi *signage*, *wayfinding*, pameran, maupun instalasi berskala besar.

Pernyataan serupa juga dikatakan oleh Braesel dan Karg (2021, hlm. 14) media dapat diklasifikasikan dengan berbagai jenis kategori. Media dapat diklasifikasikan dalam empat jenis, yaitu cetak, visual, suara, dan digital.

Buku, surat kabar, dan majalah merupakan contoh media cetak. Media visual contohnya adalah film, televisi, foto, dan gambar. Radio dan musik adalah contoh media berbentuk suara, sedangkan media digital dapat berbentuk internet, sosial media, email, dan *video games*. Berikut penjelasan jenis media menurut Braesel dan Karg (2021, hlm. 20).

1) **Koran dan Majalah**

Media koran dan majalah umumnya berbentuk media cetak. Namun sekarang, kedua media tersebut banyak dijumpai dalam bentuk digital. Penyampaian informasi yang tertera pada koran dan majalah biasanya disertai dengan judul besar, narasi/teks, gambar, karikatur, maupun foto. Secara harfiah, koran dan majalah dicetak secara teratur dan memiliki jadwal edarnya masing-masing.

2) **Buku**

Sama seperti koran dan majalah yang umumnya berbentuk media cetak, sekarang buku diterbitkan dalam bentuk digital sebagai *e-book* dan dapat diakses oleh tablet maupun komputer. Selain isi narasi dan ilustrasi yang ada di dalam buku, sampul pada buku juga dapat mengkomunikasikan isi pesan dari si pembuat buku kepada para pembacanya. Dilihat dari isinya, buku dapat dikategorikan menjadi buku fiksi, nonfiksi, buku panduan, serta buku teks.

3) **Radio**

Radio merupakan media informasi yang disiarkan secara elektronik dan sekarang ini banyak dijumpai di internet. Pesan informasi pada radio menyesuaikan dengan topik pada konten yang sedang disiarkan, biasanya berisi informasi terkini, hiburan, hingga musik.

4) **Film**

Film juga termasuk dalam media elektronik yang ditayangkan kepada publik di bioskop dan layanan streaming dalam bentuk DVD atau Bluray. Namun, film juga kerap didistribusikan juga di internet. Pesan dalam film disampaikan melalui alur cerita, *genre*, karakter, elemen visual dan suara, hingga proses editing pada film tersebut.

5) **Televisi**

Sama seperti radio dan film, televisi juga masuk pada kategori media elektronik yang kini dapat diakses secara *online* melalui internet. Konten informasi yang disampaikan di televisi berdasar pada jenis program, pembawa acara, visual teks dan gambar, hingga audio.

6) **Video Games**

Video games merupakan media elektronik yang bisa dimainkan menggunakan konsol permainan, komputer, dan *smartphone*. Jenis video games, pengaturan, alur cerita, program interaktif, penggunaan bahasa, visual, suara hingga keseluruhan elemen dalam game mampu menyampaikan pesan informasi.

7) **Internet**

Internet sebagai media informasi elektronik dapat diakses oleh semua pengguna melalui perangkat keras seperti ponsel dan komputer. Konten yang diunggah akan menjadi hak milik dari orang yang mengunggah konten tersebut. Pesan dalam media internet dapat berupa visual gambar, video, audio, teks, gaya desain, hingga implementasi interaktif.

8) **Media Sosial**

Media sosial merupakan *platform* digital di internet dan termasuk ke dalam kategori media elektronik. Konten media sosial dapat memuat teks, gambar, video, dan suara yang dapat diakses oleh semua penggunanya. Media sosial memudahkan penggunanya dalam mendistribusikan konten informasi karena dapat menjangkau area secara luas dan terjangkau. Kehadiran media sosial juga dapat menjadi jembatan penghubung antar penggunanya untuk saling berdiskusi.

2.2.3 **Aplikasi**

Griffey (2020, hlm. 153) mengatakan bahwa aplikasi merupakan bentuk dari media interaktif yang berguna baik untuk memberikan informasi maupun hiburan. Schllater dan Levinson (2013) mendefinisikan aplikasi sebagai perangkat lunak digital yang dirancang untuk digunakan dengan tujuan membantu pengguna dalam mengerjakan sesuatu. Kegunaan dari

sebuah aplikasi sangat bervariasi, dinamis, dan interaktif. Menurut Deacon (2020) Dalam perancangan aplikasi, terdapat dua komponen dasar yang harus diperhatikan, yaitu *user interface* (UI) dan *user experience* (UX).

User interface (UI) atau tampilan antarmuka merupakan sebuah representasi visual yang menjadi bentuk interaksi antara perangkat aplikasi dengan penggunanya karena komunikasi yang terjalin antara sebuah aplikasi dengan audiens hanya terjadi di tampilan layar (Schllater dan Levinson, 2013). Oleh karena itu, bahasa visual harus dipertimbangkan dengan baik sebagai bentuk komunikasi kepada audiens. Menurut Deacon (2020), ada empat elemen dalam *user interface*, yaitu kegunaan, visualisasi, fungsionalitas, dan aksesibilitas. Dikatakan juga bahwa *usability* atau kegunaan menjadi tolak ukur dalam merancang aplikasi yang mudah digunakan untuk penggunanya. Adapun elemen dalam *usability* menurut Deacon (2020) adalah sebagai berikut.

- 1) *Learnability*: aplikasi dengan *interface* yang baik harus mudah digunakan dan dipelajari oleh penggunanya.
- 2) *Efficiency*: efisiensi diukur dengan berapa waktu yang dibutuhkan oleh pengguna untuk menyelesaikan suatu tugas setelah tahap pengenalan di awal.
- 3) *Memorability*: tolak ukur untuk membuat pengguna ingat tampilan *interface* dan fitur setelah menggunakan aplikasi untuk pertama kali
- 4) *Errors*: aplikasi yang baik harus mampu menangani kesalahan atau masalah yang terkadang dihadapi oleh penggunanya.
- 5) *Satisfaction*: alur navigasi pada aplikasi harus dapat dijalankan dengan baik oleh pengguna sehingga pengguna dapat memenuhi kebutuhannya dan merasakan kepuasan.

User experience (UX) merupakan proses untuk memandu pengalaman pengguna ketika menjalankan aplikasi. Tujuan utama perancangan *user experience* adalah untuk memastikan kebutuhan pengguna terpenuhi.

Pengalaman yang terbentuk ketika pengguna menjalankan aplikasi juga akan memengaruhi loyalitas pengguna terhadap aplikasi.

Menurut Schllater dan Levinson (2013), dalam mendesain suatu aplikasi dengan tampilan yang kompleks, perlu adanya arahan dan tatanan untuk membantu audiens dalam memahami konteks apa yang sedang dilihat. Dikatakan bahwa ada tiga inti dalam *meta-principles* untuk membuat aplikasi dengan *visual usability* yang baik, yaitu dengan memiliki konsistensi, hierarki, dan kepribadian.

1) **Konsistensi**

Guna mempermudah pengguna dalam menjalankan aplikasi, perlu adanya konsistensi dengan menetapkan aturan baik letak posisi maupun penerapan pada masing-masing elemen di tampilan antarmuka. Aspek konsistensi harus ada pada penerapan *layout*, tipografi, warna, *imagery*, dan kontrol keterjangkauan.

2) **Hierarki**

Hierarki visual merupakan salah satu aspek penting untuk menampilkan persepsi dan interpretasi kepentingan elemen tampilan antarmuka. Hierarki visual dapat diciptakan melalui penempatan posisi, ukuran, warna, tipe kontrol, dan penerapan navigasi.

3) **Kepribadian**

Pengguna akan menilai aplikasi dari penampilan, perilaku, hingga kepuasan yang didapatkan. Aplikasi yang baik harus menampilkan impresi yang baik juga kepada para khalayak penggunanya.

2.2 **Perencanaan Keuangan**

Perencanaan keuangan terdiri dari dua satuan kata, yaitu perencanaan dan keuangan. Dikutip oleh FinGram Indonesia (2022, hlm. 15), perencanaan keuangan menurut *Financial Planning Standard Board* (FPSB) Indonesia adalah sebuah strategi dalam mencapai tujuan hidup melalui pengelolaan keuangan yang

direncanakan dengan terstruktur. Menurut OJK, salah satu upaya dalam mencapai masa depan yang lebih baik adalah melalui perencanaan keuangan.

Berdasarkan buku yang ditulis oleh Ramdiati (2022, hlm 6-7), perencanaan keuangan merupakan sebuah rencana, proses, metode, maupun langkah-langkah yang dilakukan dengan terstruktur guna memperoleh tujuan tertentu di masa depan. Dalam sumber yang sama, perencanaan keuangan dapat dilakukan sedini mungkin tanpa harus menunggu momen tertentu. Perencanaan keuangan dapat dilakukan secara mandiri maupun dengan bantuan pihak lain seperti jasa perencana keuangan maupun konsultan ahli.

2.2.1 Tujuan dalam Perencanaan Keuangan

Setiap individu memiliki tujuannya masing-masing dan mungkin akan berbeda satu dengan yang lain (FinGram, 2022, hlm. 15). Namun, biasanya tujuan tersebut dapat berubah mengikuti proses dan tahap kehidupan yang sedang dijalani. Tujuan atau kebutuhan yang dimaksud dapat bersifat jangka pendek dan jangka panjang.



Gambar 2.38 Metode SMART

Sumber: <https://www.hashmicro.com/id/blog/metode-smart/>

Walaupun tujuan keuangan setiap individu satu dengan individu lain dapat berbeda-beda, terdapat satu persamaan. Persamaan tersebut adalah cara untuk mencapai tujuan keuangan tersebut, yaitu melalui perencanaan finansial yang baik. Melalui perencanaan yang baik, pendapatan dan

pengeluaran akan mampu dikelola dan dialokasikan dengan baik juga. Keputusan finansial seseorang juga dipengaruhi oleh keputusan dalam merencanakannya. Menurut Cagan (2018, hlm 19), seseorang dapat menentukan tujuan perencanaan finansialnya dengan menerapkan metode SMART (*Specific, Measureable, Achievable, Relevant, dan Time Oriented*).

1) Specific

Tujuan yang ingin dicapai harus ditentukan secara detail dan spesifik. Penambahan detail spesifik pada setiap tujuan akan memungkinkan seseorang memahami posisi dan waktu dalam mencapai tujuannya (Cagan, 2018, hlm 20). Apabila memiliki tujuan yang lebih dari satu, maka dapat diurutkan berdasarkan skala prioritas dimulai dari yang terpenting (FinGram, 2022, hlm 18).

2) Measureable

Langkah berikutnya adalah dengan menentukan target tujuan secara terukur. Menetapkan ukuran pada tujuan keuangan cenderung memotivasi dan memudahkan seseorang melakukan evaluasi terhadap prosesnya (Cagan, 2018, hlm. 20-21).

3) Achievable

Menurut Cagan (2018, hlm. 21) menentukan tujuan keuangan harus realistis dan memungkinkan untuk dicapai. Realistis yang dimaksud adalah sesuai dengan kebutuhan, kemampuan, serta kapasitas masing-masing individu dalam mencapai tujuannya.

4) Relevant

Diperlukan pertimbangan yang matang dalam menetapkan suatu tujuan. Cagan (2018, hlm. 21) mengatakan bahwa tujuan yang baik harus dapat dikontrol dan sesuai dengan nilai-nilai maupun tujuan lainnya.

5) Time Oriented

Salah satu yang menjadi aspek terpenting dalam menentukan tujuan keuangan adalah dengan memasang *timeline*. Seseorang akan cenderung lebih disiplin mengikuti periode waktu yang sudah ditetapkan (hlm. 22).

2.2.2 Proses Perencanaan Keuangan

Layaknya sebuah rencana, perencanaan keuangan juga membutuhkan proses berupa langkah-langkah atau tahapan sebelum akhirnya mencapai tujuan. FinGram (2022, hlm. 18-19) membagi proses dan tahapan dalam perencanaan finansial menjadi enam langkah. Berikut ilustrasi proses perencanaan finansial tersebut.



Gambar 2.39 Proses Perencanaan Finansial

Sumber: <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Category/131>

Langkah pertama yang dapat dilakukan ketika memulai perencanaan keuangan adalah dengan melihat kondisi keuangan saat ini. FinGram (2022) menganalogikan proses perencanaan keuangan seperti menggunakan *Global Positioning System* (GPS). Perlu untuk mengetahui kondisi atau letak lokasi awal dan lokasi tujuan agar dapat menentukan navigasi yang tepat. Dalam proses ini, seseorang harus mengetahui dengan optimal dan melakukan analisis mengenai kondisi pendapatan maupun pengeluarannya.

Berikutnya jika sudah mengetahui kondisi keuangan, seseorang dapat menentukan lokasi akhir atau tujuan yang ingin dicapai. Penentuan tujuan tersebut dapat dibantu dengan metode SMART (*Specific, Measureable, Achievable, Relevant, dan Time Oriented*) seperti yang sudah dijabarkan pada

poin sebelumnya. Tujuan tersebut dapat dimulai dari ukuran kebutuhan atau prioritas terbesar.

Selanjutnya adalah menentukan strategi untuk mencapai tujuan tersebut dengan mengetahui kemampuan menanggung risiko. Rencana pun dapat diimplementasikan jika sudah menentukan strategi. Komitmen dan konsistensi menjadi kata kunci pada implementasi rencana keuangan. Pada saat rencana sudah dijalankan, seseorang juga harus melakukan ulasan atau tinjauan yang dilakukan secara berkala untuk mengetahui apakah rencana berjalan dengan baik atau tidak. Jika ditemukannya suatu masalah, maka seseorang tersebut perlu untuk menganalisis tahapan rencana sebelumnya.

Langkah terakhir dalam proses perencanaan keuangan adalah pada saat tujuan tersebut sudah tercapai. Ketika sudah mencapai tujuan keuangan, seseorang dapat membuat tujuan baru lainnya. Tujuan yang baru dapat dilakukan dengan mengulangi proses perencanaan keuangan dari tahap awal.

2.2.3 Area Perencanaan Keuangan

Ruang lingkup perencanaan keuangan dapat dibagi menjadi enam area. Dalam buku yang sama, FinGram (2022) menggunakan piramida keuangan sebagai panduan melihat area-area dalam perencanaan keuangan. Berikut gambar piramida keuangan terkait.



Gambar 2.40 Piramida Keuangan

Sumber: <https://barisan.co/dengan-piramida-keuangan-untuk-menyiapkan-dana-darurat/>

Menurut FinGram (2022), hal mendasar yang sangat penting adalah dengan melakukan pengelolaan utang. Jika utang sudah dikelola dengan baik, maka area berikutnya adalah dengan melakukan keamanan keuangan. Keamanan keuangan terdiri dari dua area, yaitu arus kas dan manajemen risiko. Arus kas harus dalam keadaan seimbang/stabil dengan pengeluaran yang tidak melebihi besar pendapatan. Manajemen risiko dapat dimulai dengan melakukan pembelian keamanan berupa asuransi yang disesuaikan dengan kebutuhan tiap individu.

Jika keuangan sudah dalam area yang aman, maka area berikutnya adalah mencapai kenyamanan. Sama seperti keamanan keuangan, kenyamanan keuangan juga terdiri dari dua area, yaitu investasi dan persiapan masa tua. Investasi dapat dilakukan dengan memilih instrumen investasi yang sesuai dengan preferensi setiap individu. Persiapan masa tua dapat dimulai dengan mempersiapkan dana pensiun. Area terakhir adalah distribusi kekayaan yang meliputi harta waris dan hibah.

2.2.4 Perencanaan Keuangan Keluarga

Menurut modul yang dipublikasikan oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (2012), perencanaan keuangan merupakan awalan yang harus diterapkan oleh para keluarga untuk mengelola keuangan rumah tangga. Perencanaan yang dilakukan dengan tujuan untuk menguraikan sumber pendapatan keluarga hingga membuat rincian pengeluaran adalah agar tidak terjadinya keuangan keluarga yang dibawah pemasukan. Komponen dalam perencanaan keuangan dapat dibagi sebagai berikut

1) Komponen pendapatan

Komponen pendapatan digunakan untuk mengetahui sumber daya yang dimiliki masing-masing keluarga. Sumber pendapatan dapat dihitung dari total pendapatan yang didapat, mulai dari pendapatan pokok suami dan istri hingga pendapatan pasif lainnya di luar pendapatan tetap.

2) Pengeluaran keluarga

Pengeluaran keluarga idealnya harus memenuhi kebutuhan pokok keluarga dan harus disesuaikan dengan pendapatan maupun kemampuan dari masing-masing keluarga.

3) Pelaksanaan pengeluaran

Pelaksanaan atau kegiatan pengeluaran adalah pengeluaran yang harus diperhatikan oleh keluarga sesuai dengan rencana anggaran dalam periode tertentu yang telah disusun.

4) Pencatatan keuangan

Pencatatan keuangan memiliki fungsi untuk membantu keluarga dalam membuat rincian data yang mencakup pengeluaran, pemasukan, maupun aktivitas keuangan keluarga lainnya.

5) Laporan keuangan

Hasil pencatatan dapat dirangkum menjadi sebuah laporan keuangan yang dapat membantu memonitor perkembangan dan kondisi keuangan keluarga dari waktu ke waktu.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA