

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Desain Komunikasi Visual

Desain merupakan sebuah media yang berfungsi untuk menyampaikan sebuah pesan maupun informasi terhadap audiens dan untuk memecahkan beragam masalah yang ada di lingkungan sekitar. (Landa, 2014)

2.1.1 Elemen Desain

Untuk merancang sebuah karya desain, ada beberapa bagian yang harus diperhatikan dan digunakan agar tercipta sebuah visual yang diharapkan sesuai dengan tujuan pesan yang dimaksud. Beberapa elemen desain tersebut menurut Landa (2013), terdapat 4 elemen dalam desain yang harus diperhatikan yaitu :

a. Garis

Titik merupakan sebuah satuan terkecil yang biasanya berbentuk lingkaran. Sedangkan dalam digital berbasis layar, titik merupakan *pixel* yang akan membuat bentuk menjadi lebih jelas. Garis dapat berbentuk lurus, melengkung, maupun bersudut. Garis ini dapat membantu *audience* untuk melihat sebuah bentuk tertentu.

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

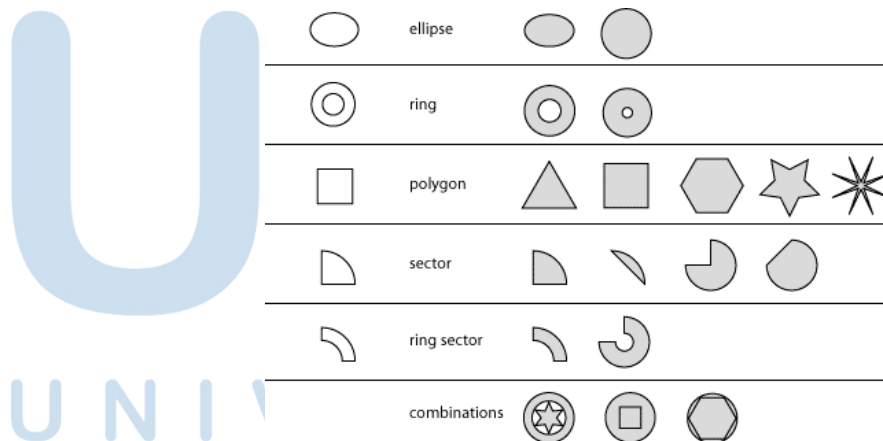


Gambar 2.1 Elemen Garis

Sumber : <http://kreasipresentasi.com/unsur-unsur-desain-grafis>, (2019)

b. Bentuk

Bentuk merupakan sebuah kumpulan garis yang akan menutup dan menghasilkan sebuah elemen bentuk tertentu. Bentuk itu sendiri memiliki 2 prinsip yaitu *figure* atau *ground* dimana membedakan antara ruang positif dan negatif yang mengatur sebuah susunan bentuk.



Gambar 2.2 Elemen Bentuk

Sumber : <https://kelasdesain.com/unsur-unsur-desain-grafis-2/>, (2017)

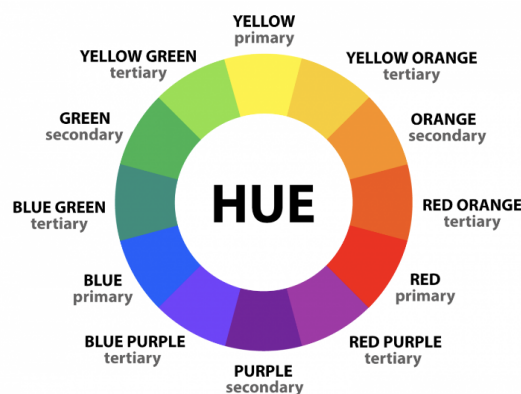
c. Warna

Warna merupakan sebuah elemen desain yang paling menonjol dikarenakan paling terlihat dan menarik perhatian kepada audiens. Warna dapat dilihat karena adanya pantulan dari cahaya disekitar yang diserap lalu sisanya dipantulkan sehingga dapat terlihat oleh mata *audience*.

Terdapat 3 kategori dalam elemen warna ini, yaitu *hue*, *value* dan *saturation*.

a. Hue

Hue merupakan pantulan warna asalnya dari cahaya yang ada contohnya merah atau hijau, maupun biru atau jingga. Warna ini dapat ditunjukkan dari color wheel *Red*, *Green* dan *Blue* yang disebut sebagai warna primer. Ada warna warna lain yang dihasilkan dari tiga unsur RGB tersebut yaitu sekunder yang mencampurkan dua warna primer contohnya merah dan biru menghasilkan warna ungu, dan tersier yang mencampurkan warna primer dan sekunder contohnya kuning dan biru menghasilkan warna hijau.



Gambar 2.3 Hue Color Wheel

Sumber : <https://www.color-meanings.com/shade-tint-tone-difference/>, (2013)

b. Value

Value merupakan terang gelap suatu warna *hue* yang menggunakan tambahan warna putih atau hitam untuk mengatur warna tersebut. Pencampuran warna *hue* akan mempengaruhi visual dari warna tersebut. Dengan adanya perbedaan terang gelap, menimbulkan kontras pada sebuah karya yang membedakan antara *foreground* dan *background*.



Gambar 2.4 Value Color

Sumber : <https://www.virtualartacademy.com/three-components-of-color/>, (2023)

c. Saturation

Saturation adalah tingkat kecerahan sebuah warna dengan warna dengan *chroma* tertinggi menjadi paling keruh karena tidak ada warna netralnya. Warna yang keruh akan lebih terlihat dibanding yang tidak.

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

SATURATION



Gambar 2.5 Saturation Color

Sumber : <https://www.virtualartacademy.com/three-components-of-color/>, (2023)

d. **Teksture**

Teksture merupakan representasi dari kualitas permukaan. Dalam bidang seni, terdapat dua jenis *teksture* yaitu yang dapat dirasakan secara fisik dan yang merupakan ilusi dari *teksture* nyata buatan tangan namun dipindahkan dari foto tekstur fisik itu sendiri.

2.1.2 Prinsip Desain

Beberapa prinsip desain menurut Tomita (2015) dalam jurnalnya yang terdapat 5 prinsip desain yang dapat digunakan sebagai panduan yaitu :

a. **Balance**

Konsep pembagian elemen visual dengan 4 jenis yaitu simetris, asimetris, radial dan *crystallographic*

b. **Unity**

Menyatunya sebuah visual dalam desain dengan varian elemen objek yang berbeda.

c. **Proximity**

Penempatan sebuah objek visual dan ruang guna mengambil informasi yang ada dalam desain tersebut.

d. **Contrast**

Beda antar elemen desain agar memudahkan untuk mencari elemen tersebut melalui runtutan *legibility* yang jelas.

e. **Alignment**

Garis bayang atau khayal terbentuk dari elemen visual teruntun dan terdapat 3 jenis yaitu *horizontal*, *vertical* dan *diagonal*.

2.1.3 Grid

Menurut Landa (2017), *layout* merupakan tata letak yang mengatur materi berbeda yang membentuk sebuah desain. Visual tersebut dirancang untuk menyajikan informasi secara logis dan memunculkan elemen penting. Dalam *layout* ada sebuah system grid untuk membantu audience mendapat informasi secara menyenangkan melalui visual.

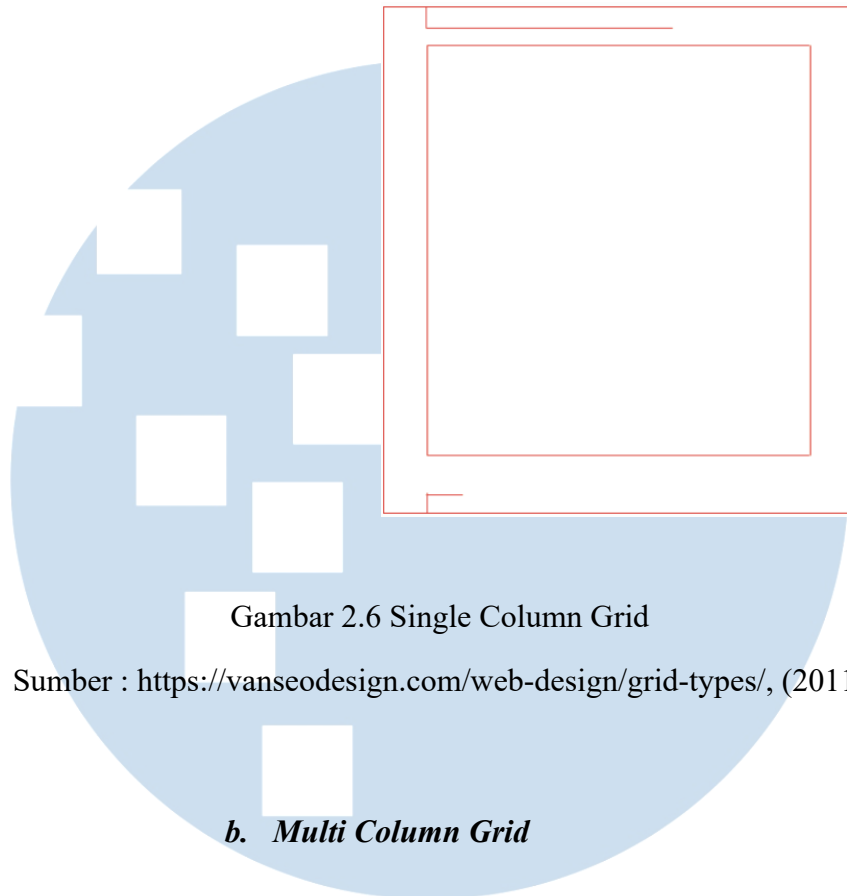
2.1.3.1 Jenis Grid

Menurut Landa (2010), ada 3 jenis *grid* yaitu :

a. **Single Column Grid**

Grid 1 kolom berciri memiliki runag kosong dalam 4 sisi kolom sebagai margin dan *grid* ini yang biasa disebut naskah *grid* dan merupakan *grid* paling dasar.



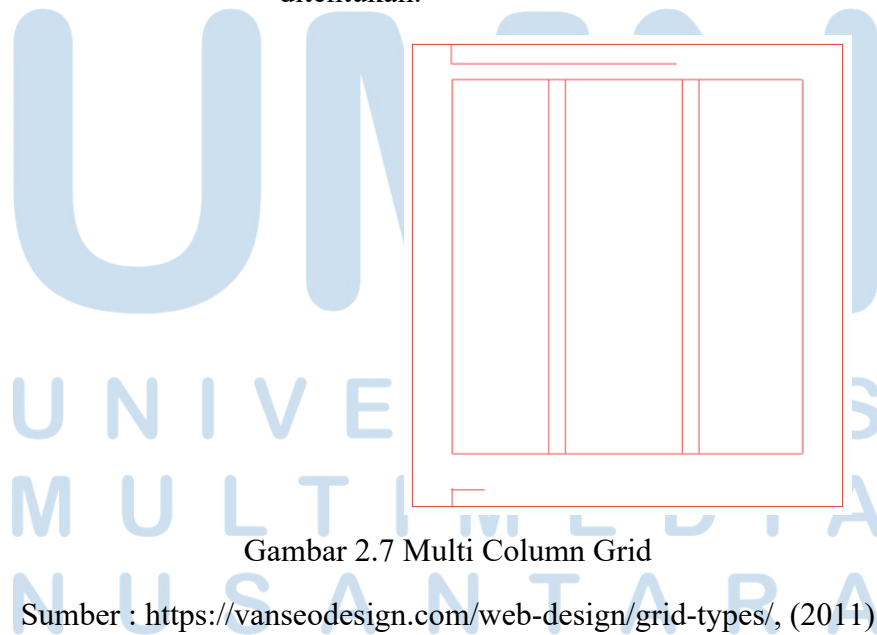


Gambar 2.6 Single Column Grid

Sumber : <https://vanseodesign.com/web-design/grid-types/>, (2011)

b. Multi Column Grid

Grid ini berguna untuk menjaga keteraturan visual dalam desain agar tetap pada kolom yang sudah ditentukan.

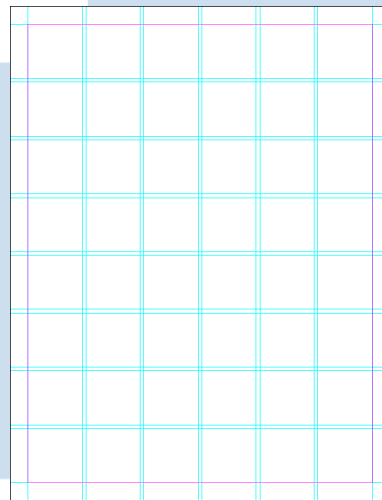


Gambar 2.7 Multi Column Grid

Sumber : <https://vanseodesign.com/web-design/grid-types/>, (2011)

c. **Modular Grid**

Grid ini dibentuk dari potongan kolom dan garis alur sebagai bagian yang mengatur kebutuhan elemen *visual* dan dapat di letakkan dibagian *grid* mana saja.



Gambar 2.8 Modular Grid

Sumber : <https://libdiz.com/en/books/looking-good-in-print/advertisements/modular-grids-parker>, (2023)

2.1.4 **Ilustrasi**

Ilustrasi merupakan salah satu bagian dalam dunia seni yang menjadi sebuah medium untuk gambar yang menjelaskan suatu situasi maupun informasi sampai promosi. Dengan adanya ilustrasi, audiens mudah berimajinasi untuk membayangkan suatu situasi maupun gambar. Biasanya ilustrasi digunakan untuk koran, majalah sampai buku (Male, 2007). Peran ilustrasi adalah :

1) *Documentation, Reference and Instruction*

Ilustrasi dapat menjelaskan gambaran yang jelas dan rinci tentang objek atau subjek yang dimaksud.

2) *Commentary*

Ilustrasi dapat memiliki tema maupun market tersendiri, seperti ilustrasi *editorial* menurut Male (2007) yang memiliki tema pemikiran kontroversial juga pendapat dari masyarakat.

3) *Storytelling*

Ilustrasi biasa juga digunakan untuk narasi fiksi yang bersifat imajinatif untuk menarik perhatian audiens seperti buku novel bergambar dan buku cerita anak.

4) *Persuasion*

Dalam kampanye dan iklan, ilustrasi berperan penting untuk menyampaikan informasi, dengan membuat ilustrasi yang *catchy* suatu iklan maupun kampanye dapat membuat masyarakat mengingatnya secara terus-menerus dengan *image* tertentu.

5) *Identify*

Ilustrasi juga menggambarkan sebuah identitas pada merk. Biasanya digunakan untuk perusahaan untuk menjadi *image* utama agar mudah diingat yang biasa digunakan di logo.

2.1.5 Tipografi

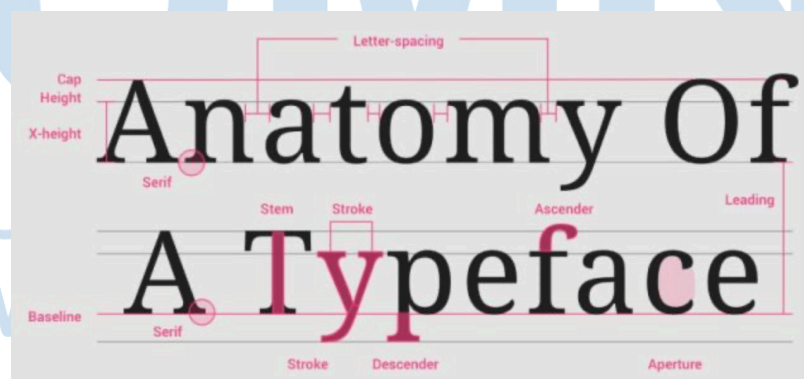
Menurut Landa (2014), tipografi adalah sebuah desain huruf ataupun karakter yang digabungkan menjadi sebuah *visual* konsisten yang meliputi angka, huruf, tanda baca, hingga aksen. Karakter dari tipografi dapat diubah menyesuaikan kebutuhan dalam desain.

2.1.5.1 Anatomi Tipografi

Dalam tipografi ada beberapa anatomi huruf yang bertujuan untuk memudahkan audiens memahami maknanya. Anatomi ini terdiri dari :

- 1) *Arm* : garis *horizontal* atau vertikal hasil perpanjangan dari tangkai

- 2) *Ascender* : huruf kecil yang berada diatas x
- 3) *Axis* : kemiringan *stroke* yang berasal dari elemen bulatan
- 4) *Bar* : garis *horizontal* yang menyatukan dua belah sisi bentuk huruf
- 5) *Bowl* : garis yang memiliki lekuk
- 6) *Cap height* : tinggi sebuah huruf kapital
- 7) *Character* : bentuk huruf tersendiri yang termasuk angka, tanda baca
- 8) *Counter* : ruang yang diliputi goresan huruf
- 9) *Descender* : huruf yang memiliki posisi dibawah *baseline*
- 10) *Hairline* : garis tipis pada huruf romawi
- 11) *Italics* : huruf yang memiliki kemiringan ke kanan
- 12) *Oblique* : mirip *italic* tetapi tidak memiliki kemiringan seperti *italic*
- 13) *Serif* : garis kecil yang dimiliki karakter huruf dibagian atas atau bawah
- 14) *Shoulder* : garis melengkung dari huruf kecil
- 15) *Spine* : garis melengkung pada huruf s
- 16) *Stroke* : garis sebagai karakteristik utama dalam huruf
- 17) *Vertex* : bagian kaki atau bawah huruf yang lancip



Gambar 2.9 Anatomi dalam Tipografi

Sumber : <https://www.kajianpustaka.com/2021/03/tipografi.html>, (2021)

2.1.5.2 Klasifikasi Huruf

- 1) *Old Style* : diciptakan di negara Roman, memiliki sudut serif mengurung. Biasanya menggunakan pena dengan ujungnya yang tebal
- 2) *Transitional* : tipografi serif dari abad-18, memiliki ciri transisi dari *old style* ke *modern*.
- 3) *Modern* : tipografi serif dari akhir abad-18 dan 19 awal, beberntuk lebih simetris
- 4) *Slab serif* : memiliki serif tebal dan pipih
- 5) *Sans serif* : tanpa serif, ada guratan tebal dan tipis
- 6) *Black letter* : dari abad-13 sampai 15, biasa disebut *gothic* karena memiliki *stroke* yang tebal dengan huruf padat memiliki lekukan
- 7) *Script* : menyerupai tulisan tangan, memiliki ciri miring dan seperti huruf sambung
- 8) *Display* : digunakan dalam ukuran besar biasanya untuk judul dan banyak dekorasinya

2.2 Kampanye

Menurut Rogers dan Storey, pengertian kampanye adalah rangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu.

2.2.1 Jenis Kampanye

Jenis kampanye yang akan digunakan dalam perancangan tugas akhir berikut adalah *ideologically or cause oriented campaigns*. Kampanye ini biasa disebut juga dengan kampanye sosial yang bertujuan untuk menangani

sebuah masalah sosial melalui sebuah perubahan sikap dan perilaku. Ada kampanye kesehatan, lingkungan, pendidikan, ekonomi, dan kemanusiaan.

Menurut Ostergaard dalam Venus (2004), ada sebuah langkah dalam menerapkan kampanye yaitu dimulai dari proses identifikasi kasus yang ada. Langkah yang dapat dilakukan adalah mengidentifikasi sebuah masalah yang ada lalu dicari sebab dan akibatnya dari fakta-fakta yang ada. Tahap selanjutnya adalah mengelola kampanye mulai dari perancangan, pelaksanaan, dan terakhir evaluasi.

2.2.2 Strategi Kampanye

Menurut Pearson (2017), ada beberapa langkah yang baik untuk membuat sebuah kampanye yaitu 80% perencanaan dan 20% eksekusi. Dan untuk menghasilkan sebuah kampanye, pengeluaran terbaik diatur dengan rasio 20% produksi aset dan 80% promosi pada media.

Strategi tersebut merupakan :

1. *Input*

Dimulai dari meneliti masalah lalu menetapkan kasus yang ada dengan mencari cakupan kelayakkan kampanye, penelitian, mendistribusikan proyek, berkomunikasi dan mengembangkan arah kampanye untuk penggunaannya seperti *internal* atau dibagikan ke khalayak umum.

2. *Strategy*

Mulai mengidentifikasi komunikasi kepada tujuan dan sasarannya dengan cara mencari orang yang berkepentingan maupun *sponsor*, melakukan penelitian terhadap wawasan yang ada, mengonfirmasi tujuan dan tolak ukur dari kasus terhadap sasaran, mengembangkan *platform* kampanye, menguji coba kampanye.

3. *Planning*

Menetapkan media dan cara penyampaian strategi yang baik sangatlah dibutuhkan, dimulai dengan mengembangkan media, menentukan

relevansi dan dampaknya untuk media tersebut, dan uji coba kampanye berdasarkan media.

4. *Planning*

Membuat aset kampanye dan menjalankan kampanye dengan menentukan tingkat pra-kampanye, produksi konten, memantau perkembangan kampanye, dan meluncurkan kampanye.

5. *Measure*

Menilai keberhasilan kampanye dan wawasan dari masukkan untuk selanjutnya dengan cara melacak secara harian hingga mingguan untuk mengoptimalkan jalannya kampanye, melaporkan perkembangan kampanye, mengevaluasi kampanye yang sudah berlangsung hingga mengembangkan studi kasus yang dihasilkan dari kampanye tersebut.

2.3 Pelecehan Seksual

Pada tanggal 9 Mei 2022, Presiden Republik Indonesia yaitu Joko Widodo mengesahkan UU No.12 Tahun 2022 tentang Tindak Pidana Kekerasan Seksual. Alasan hadirnya undang-undang ini di Indonesia ini dikarenakan peraturan yang berkaitan kekerasan seksual belum optimal.

2.3.1 Pelecehan Seksual

Definisi tindak pidana seksual dalam UU No. 12 tahun 2022 adalah segala perbuatan yang memenuhi unsur tindak pidana sebagaimana diatur dan perbuatan kekerasan seksual lainnya.

2.3.2 Jenis Tindak Pidana Seksual

Jenis tindak pidana kekerasan seksual dalam bab II pasal 4 ayat (1) UU No. 12 Tahun 2022 adalah pelecehan nonfisik, fisik, kontrasepsi, sterilisasi, perkawinan, penyiksaan seksual, eksploitasi seksual, perbudakan seksual dan kekerasan seksual berbasis elektronik. Selain itu dalam BAB II

pasal 4 ayat (2) tindak pidana seksual jenisnya adalah perkosaan, perbuatan cabul, persetubuhan/perbuatan cabul dengan eksploitasi seksual terhadap anak, pemaksaan pelacuran, tindak pidana perdagangan orang dalam eksploitasi seksual, kekerasan seksual lingkup rumah tangga, tindak pidana pencucian uang dalam kekerasan seksual, tindak pidana lain yang dinyatakan secara tegas sebagai tindak pidana kekerasan seksual sebagaimana diatur dalam ketentuan perundang-undangan. Jenis-jenis tindak pidana kekerasan seksual diatur untuk mencegah segala bentuk kekerasan seksual, untuk menangani dan melindungi memulihkan korban, melaksanakan hukum dan rebah pelaku, mewujudkan lingkungan yang aman, dan menjamin kekerasan seksual seksual itu tidak terjadi lagi.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA