

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Desain Grafis

Menurut Landa (2011), desain grafis merupakan sebuah bentuk desain komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan informasi atau pesan kepada masyarakat luas, desain merupakan sebuah gagasan atau ide yang disusun dengan menggunakan elemen-elemen visual.

2.1.1 Elemen Desain

Menurut Landa (2014) dalam membuat desain membutuhkan beberapa komposisi yang memiliki kesatuan. Ada beberapa prinsip dalam desain, yaitu.

- 1) Garis



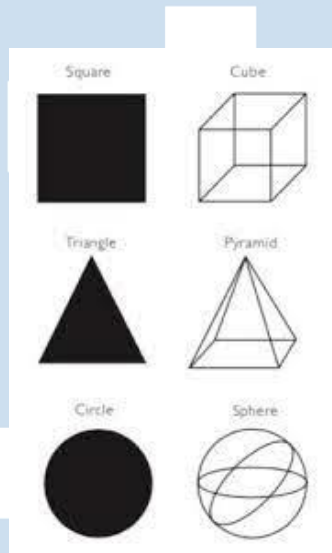
Gambar 2.1 bentuk garis

Sumber Landa (2014)

Garis adalah dasar pada desain grafis, dianggap sebagai jalur dari titik yang bergerak, sehingga dapat membuat bentuk sebuah objek yang utuh, garis juga dapat mengarahkan pandangan audiens pada suatu tempat, selain itu garis juga

memberikan kesan yang beda-beda kepada masing-masing audiens seperti tebal, halus, kasar maupun tipis (hlm. 19).

2) Bentuk



Gambar 2.2 Bentuk datar dan volumetric

Sumber Landa (2014)

Secara umum, garis yang digabungkan atau disusun bisa disebut sebagai bentuk. Bentuk juga merupakan pergabungan dari unsur garis yang dapat membentuk sebuah bidang dua dimension hingga dapat dilihat rata maupun datar, selain bentuk dua dimensi, bentuk juga dapat diukur melalui Panjang garis dan tinggi sehingga membentuk sebuah bidang secara utuh (hlm. 20).

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

3) Tekstur



Gambar 2.3 Tekstur
Sumber Landa (2014)

Tekstur adalah sebuah representasi akan sebuah permukaan, sebuah benda atau nilai raba. Terdapat dua tekstur yaitu visual dan nyata. Tekstur visual merupakan sebuah ilusi dari tekstur yang nyata yang dibuat dengan cara melukis, fotografi, gambar dan lain-lain, sementara tekstur nyata adalah tekstur yang dapat dirasakan secara langsung dengan cara sentuhan (hlm. 28).

4) Warna



Gambar 2.4 Warna
Sumber Landa (2014)

Warna merupakan elemen yang kuat pada desain. Warna merupakan hasil dari cahaya yang dipantulkan ke suatu objek, Ketika sebuah cahaya mengenai suatu objek, Sebagian cahaya akan terserap dan sisa cahaya yang tersisa akan terpantulkan. Maka dari situlah manusia akan melihat sebuah warna. Sebagai contoh, sebuah strawberry akan menyerap semua cahaya kecuali cahaya berwarna merah, oleh sebab itu cahaya tersebut akan dipantulkan dan ditangkap oleh mata manusia sehingga dikenal dengan warna merah. Dari contoh tersebut, warna yang dipantulkan disebut warna substraktif. Seperti warna yang dilihat pada layar (digital) merupakan hasil dari layar itu sendiri (tidak dipantulkan). Warna tersebut dapat disebut sebagai warna aditif.

2.1.2 Prinsip Desain

Menurut Landa (2014), terdapat beberapa prinsip desain seperti : Format, keseimbangan, hirarki visual, irama, kesatuan dan hukum persepsi visual. Saling berhubungannya bagian-bagian tersebut dan tidak dapat dipisahkan (hlm. 29).

2.1.2.1 Format

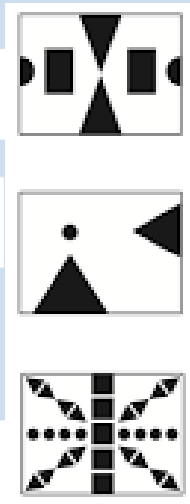
Format adalah sebuah tempat untuk menerapkan suatu karya visual atau desain bagi seorang desainer. Desainer grafis bekerja pada berbagai macam format. Contoh dari format antara lain billboard, poster, cover majalah, dan lain-lain (hlm. 29).



Gambar 2.5 Format
Sumber Landa (2014)

2.1.2.2 Keseimbangan

Keseimbangan merupakan suatu bobot visual yang terletak pada komponen yang berada disemua elemen yang telah di komposisikan dengan sedemikian rupa (hlm. 30).



Gambar 2.6 Keseimbangan
Sumber Landa (2014)

2.1.2.3 Hierarki Visual

Hirarki merupakan sebuah prinsip yang mengatur kepada sebuah informasi. Hirarki visual digunakan oleh desainer untuk membuat pemvaca melihat bacaan tersebut pada oertama kali (hlm. 33).



Gambar 2.7 Hierarki Visual
Sumber landa (2014)

2.1.2.4 Irama

Irama merupakan pengulangan unsur-unsur pada desain. Irama juga dihasilkan dari pengulangan pada unsur yang berbeda-beda dari segi posisi, bentuk, ukuran hingga menjadi sebuah pola yang memiliki irama sehingga membuat pandangan dari *audiens* bergerak pada setiap polanya (hlm. 35).

2.1.2.5 Kesatuan

Kesatuan adalah sebuah prinsip yang menggabungkan berbagai elemen desain dengan memperhatikan kesatuan agar hasil karya yang sudah dibuat memiliki tema yang kuat (hlm. 36).

2.1.2.6 Hukum Persepsi Visual

Hukum Persepsi Visual merupakan hukum yang mengatur pembentukan persepsi terhadap suatu karya, berikut adalah jenis jenis hukum yang mempengaruhi persepsi pandangan seseorang terhadap sebuah karya :

1) Similarity

Merupakan elemen visual dengan karakteristik yang serupa seperti, bentuk, warna, tekstur.

2) Proximity

Merupakan elemen yang saling berdekatan dan membentuk sebuah kesatuan dan berkeselimbangan.

3) Continuity

Merupakan hubungan antara suatu elemen visual dengan elemen visual yang lainnya yang membentuk sebuah pergerakan.

4) Closure

Merupakan kecenderungan untuk membuat sebuah hubungan antara satu elemen visual dengan yang lainnya hingga menjadi sebuah bentuk, unit dan pola.

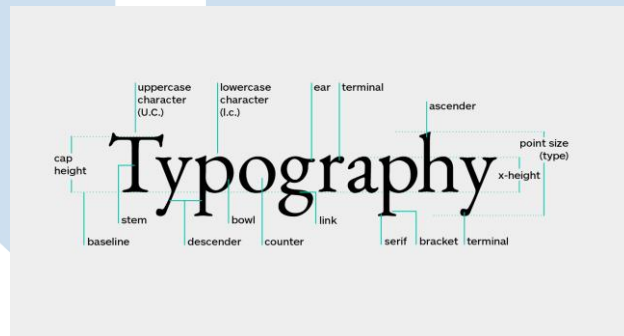
5) *Common fate*

Merupakan elemen visual yang dilihat sebagai sebuah kesatuan jika elemen tersebut memiliki pergerakan yang sama.

6) *Continuing line*

Adalah elemen visual yang berbentuk garis putus-putus namun tetap terlihat sebagai garis yang utuh.

2.1.3 *Tipografi*



Gambar 2.8 Typography
Sumber Prokhorov (2019)

Menurut Landa (2014), prinsip desain merupakan gabungan dari pengetahuan desainer tentang konsep, tipografi, gambar visual, dan elemen desain yang diimplementasikan untuk menjadi sebuah karya. Prinsip desain akan diimplementasikan secara tidak langsung dalam membuat sebuah karya. *Typo* merupakan bentuk dari kumpulan huruf yang membentuk sebuah tulisan. *Typo* dapat dibuat dengan berbagai cara seperti tulis tangan, fotografi, dan lain-lain. Selain itu, *typo* memiliki tingkat keterbacaan yang jelas dengan memperhitungkan jarak, kedalaman kolom, kontras, ukuran.

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

2.1.3.1 Klasifikasi Tipografi

Meskipun telah memiliki berbagai jenis tipografi baru pada saat ini, Landa (2014) mengatakan bahwa ada terdapat 8 *typeface* menurut gaya dan juga sejarah, yaitu:

1. *Old Style Or Humanist*

Tipe ini mulai hadir pada abad ke-15. Jenis ini digambarkan dengan bentuk pena yang memiliki ujung yang lebar serta diberi tanda dengan serif (hlm. 47).

2. *Traditional*

Tipe ini hadir pada abad ke-18 dari transisi zaman dulu menuju ke zaman modern sehingga memunculkan kedua karakter tersebut (hlm. 47).

3. *Modern*

Tipografi serif ini berasal dari abad ke-18 akhir dan juga awal abad ke-19. Tipografi ini memiliki bentuk yang lebih geometris dan juga memiliki goresan tebal dan tipis yang sejajar (hlm. 47).

4. *Sans Serif*

Merupakan jenis tipografi yang muncul pada awal abad ke-19. Pada tipografi ini ditandai dengan tidak memiliki serif serta adanya tebal dan tipis (hlm. 47).

5. *Slab Serif*

Tipografi muncul pada awal abad ke-19. Jenis ini memiliki garis-garis yang tebal serta menyerupai lempengan. Tipografi ini biasanya digunakan pada mesin ketik di Amerika (hlm.47).

6. *Black Letter*

Jenis ini muncul pada abad ke-13 sampai abad ke-15. Memiliki karakteristik garis yang berat dan tebal dengan adanya lengkungan (hlm. 47).

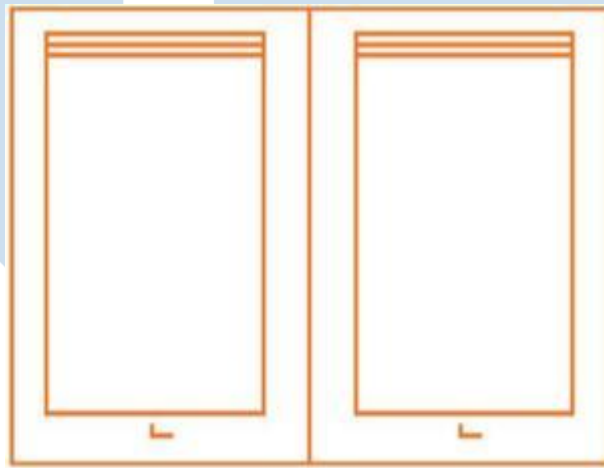
7. *Display*

Karena memiliki ukuran huruf yang lebih besar maka tipografi ini diletakkan di judul atau pada halaman utama (hlm. 47).

8. *Script*

Merupakan jenis yang paling serupa dengan tulisan yang dibuat oleh tangan. Memiliki karakteristik yang miring serta pergabungan pada hurufnya (hlm. 47).

2.1.4 *Grid*



Gambar 2.9 Grid
Sumber Landa (2014)

Menurut Landa (2014) *grid* adalah garis bantu untuk membuat struktur komposisi yang terdiri dari sebuah garis vertikal serta horizontal yang membagi karya menjadi dua bagian yaitu kolom dan margin. *Grid* juga menjadi dasar dari struktur sebuah buku, brosur, majalah, dan lain-lain, semua elemen yang meliputi ilustrasi juga diatur dengan *grid* (hlm. 174).

Tondreau (2019) menjelaskan jenis grid dapat dibagi menjadi 5 macam, antara lain:

1. *Single-column grid*

Single-column grid biasa disebut dengan *manuscript grid* yang terdiri dari satu kolom yang dikelilingi oleh margin yang membentuk simetris dan asimetris

2. *Two-column grid*

Two-column grid merupakan dua kolom yang mempunyai lebar yang sama ataupun berbeda

3. *Multicolumn grid*

Multicolumn grid terdiri dari kombinasi antara baris dengan kolom dengan jumlah yang tidak ada batasnya.

4. *Modular grid*

Modular grid merupakan gabungan modul dengan penempatannya yang secara horizontal dan vertikal.

5. *Hierarchial grid*

Hierarchial grid merupakan *grid* yang terdiri dari gabungan modul dengan ukuran yang berba-beda tetapi tetap memiliki proporsional dan kesatuan.

2.1.5 Fotografi

Menurut Langford, Fox & Smith (2010) fotografi merupakan cahaya yang Digambar dan kombinasi dari observasi dalam visual yang menjadi ilusi berbentuk 2 dimensi dari dunia 3 dimensi (hlm. 15).

2.1.5.1 Komposisi Foto

Menurut Langford, Fox & Smith (2010) terdapat komposisi yang musti diperhatikan dalam komposisi fotografi, yaitu (hlm. 176).

1. Proportions / Proporsi

Terdapat dua pilihan untuk mengambil sebuah foto, yaitu vertical dan horizontal. Pilihan ini ditentukan dari bentuk proporsi pada

subjek dan objek yang akan diambil tapi harus diperhatikan juga media dan format foto yang akan digunakan. Foto dengan bentuk horizontal lebih nyaman untuk dilihat serta lebih mudah untuk digunakan di beberapa media seperti televisi > goto horizontal dapat membantu memberikan kesan yang lebih luas atau panorama, foto yang menggunakan gaya vertikal lebih memberi daya Tarik serta penekanan pada objek utamanya (hlm 176-179).

2. Balance / Keseimbangan

Dalam Teknik pengambilan foto dapat lebih menarik jika terdapat keseimbangan yang baik pada area, pola serta warna pada foto. Keseimbangan diatur dan mengatur objek untuk keseimbangan foto ini. Untuk memberikan keseimbangan dapat dilakukan dengan memanipulasi digital dengan menghilangkan objek, seperti menyalin dan ditaruh di foto asli (hlm. 179-180).

3. Line / Garis

Dalam menggunakan garis pada foto dapat meningkatkan daya Tarik pada sebuah objek pada foto. Garis ini juga membantuk memisahkan dan menggabungkan objek pada sebuah foto (hlm. 180-181).

4. Emphasis / Penekanan

Pada fotografi juga terdapat penekanan dalam sebuah foto. Biasanya fotografi dapat merekam berbagai hal, maka penekanan terhadap sebuah objek utama pada satu foto harus ditunjukkan (hlm 182-183).

5. *Framing movement*

Mengatur foto yang bergerak dapat membuat komposisi pada foto agar proporsi dan nyaman untuk dilihat, framing juga berguna agar objek tidak keluar dari bingkai. Zooming dan Panning sering ditambahkan dalam foto agar dapat terlihat lebih menonjol

2.1.6 Fotografi Desain

Menurut Harsanto (2020), Fotografi desain merupakan sesuatu kegiatan yang tidak hanya memotret tetapi bisa juga mengambil gambar. Fotografi desain merupakan pengertian atas Teknik dan desain fotografi yang bersatu dengan penciptaan gambar foto pada rangkaian komunikasi

2.1.6.1 Komposisi Fotografi

Dalam fotografi ada salah satu hal yang tidak boleh dilupakan yaitu komposisi, komposisi pada sebuah foto dapat terlihat baik jika dibuat dengan sederhana karena dapat memudahkan pada saat penyusunan komposisi serta gambar atau objek akan terlihat lebih unggul.

2.1.6.2 Sudut Pengambilan Gambar

Menurut Harsanto (2020), sudut pengambilan gambar terdapat 5 cara yaitu :

1. *Bird Eye View*

Merupakan sudut pengambilan gambar seperti pengelihatian burung, pemotretan ini dengan posisi kamera yang menghadap kebawah, sudut pengambilan foto ini biasanya berdiri lebih tinggi dari objek yang ini di foto.

2. *Eye Level Viewing*

Merupakan Teknik pengambilan foto yang sejajar dengan mata, sudut ini merupakan Teknik yang paling sering digunakan.

3. *Frog Eye View*

Merupakan Teknik pengambilan gambar seperti posisi seekor katak yang berada dibawah, pemotretan ini biasanya berada diposisi bawah dengan mengarah ke atas.

4. *High Handled Position*

Merupakan Teknik pengambilan gambar dengan mengangkat tangan lebih tinggi, biasanya sudut ini dilakukan oleh wartawan.

5. *Waist Level Viewing*

Merupakan Teknik pengambilan gambar yang berada diposisi setara dengan pinggang manusia.

2.1.7 **Videografi**

Menurut Stockman (2014), videografi adalah perangkat untuk merekam sebuah momentum berupa suara dan bentuk yang dapat disimpan dan dinikmati dihari-hari selanjutnya, untuk menjadi pengingat maupun untuk menjadi sebuah kenangan.

2.1.7.2 **Macam-macam Framing**

Menurut Stockman (2014), *framing* pada videografi terbagi menjadi beberapa jenis, yaitu :

1. *Close Up*

Digunakan untuk medeskripsikan srbuah benda atau objek yang sebuah bagian dari sebuah objek yang besar.

2. *Medium Close Up*

Teknik ini merupakan cara untuk mengambil gambar yang memberikan kesan objek lebih terfokus

3. *Medium Shot*

Teknik ini digunakan untuk memperlihatkan objek secara jelas. Memiliki keseimbangan diantara dominasi objek dengan *background* sehingga lebih netral.

4. *Long Shot*

Teknik yang digunakan untuk mengambil gambar secara jauh sehingga dapat terlihat secara keseluruhan antar objek dan latar belakangnya.

5. *Knee Shot*

Teknik ini memiliki Batasan pada *framing* dari 3 / 4 objek. Pada ukuran ini dapat menguntungkan pada saat pengambilan objek yang bergerak.

2.2 Promosi

2.2.1 Pengertian Promosi

Menurut Rangkuti (2009) promosi merupakan cara untuk berkomunikasi, komunikasi yang dimaksud antara penyedia jasa, penjual, dan sebagainya kepada target audiens dengan cara yang berbagai macam, dan bertujuan untuk memberitahu atau memperkenalkan sebuah produk atau meningkatkan sebuah penjualan. Promosi tidak hanya berlaku pada produk melainkan pada jasa juga. kegiatan promosi akan menjadi lebih efektif jika menggunakan perencanaan serta pemasaran yang baik (hlm. 49).

2.2.1.1 Strategi Promosi

Menurut Sugiyama dan Andree (2011), informasi ini hanya disampaikan melalui satu arah yaitu konsumen menerima beberapa informasi dari organisasi atau perusahaan bukan produsen mencari sendiri informasi tersebut. Model AISAS ini ketika calon konsumen tertarik dengan suatu objek yang akan dipromosikan, serta calon konsumen akan mencari informasi lebih dalam lagi terhadap objek promosi. Setelah adanya penelusuran dari kemungkinannya konsumen akan menyebarkan informasi kepada lingkungan yang ada disekitarnya dengan cara langsung maupun tidak langsung. Berikut ini adalah tahap-tahap AISAS: (hlm. 77-79)

2.2.2 Tujuan Promosi

Landa (2011) desain promosi yang efektif adalah desain yang dapat memperkenalkan atau menambah penjualan dan pengetahuan terhadap sebuah produk (hlm. 56) .

2.2.3 Jenis-jenis Promosi

Menurut Kotler dan Armstrong (2008), bahwa perancangan promosi dibagi menjadi 6 bagian yaitu:

1) Pemasaran Langsung

Pemasaran langsung bertujuan mengingatkan, mengirimkan penawaran terhadap konsumen. Pada pemasaran secara langsung, penyusunan kampanye yang efektif harus mengetahui target market, pelanggan dan tujuannya.

2) Pemasaran Katalog

Pemasaran katalog adalah pemasaran yang mengirimkan produk yang lengkap, katalog pelanggan khusus dan bisnis, biasanya berbentuk media cetak.

3) Pemasaran Telepon

Pemasaran ini biasanya dilakukan dengan melakukan telepon melalui pusat panggilan bertujuan untuk menarik minat pelanggan, menyediakan apa yang pelanggan butuhkan melalui telepon.

4) Pemasaran Televisi Respon Langsung

Pemasaran televisi respon langsung adalah cara pemasaran yang dilakukan melalui televisi.

5) Teknologi Digital Baru

Teknologi digital baru adalah cara pemasaran yang dapat menjangkau terhadap semua pelanggan di semua tempat secara setiap waktu.

6) Pemasaran Online

Pemasaran secara online adalah upaya sebuah perusahaan untuk menjual atau memasarkan sebuah produk atau jasa melalui internet.

2.2.4 Media Promosi

1) TTL (*Thorough The Line*)



Gambar 2.10 TTL (*through The Line*)
Sumber Arviana (2021)

Media ini merupakan media pendukung yang berupa kesatuan dari media BTL dan ATL. Bertujuan untuk mencari dari segmentasi yang diinginkan contoh dari media ini adalah sosial media.

2.2.5 Promotional Mix

1) Iklan

Iklan merupakan sebuah bentuk kegiatan promosi yang dilakukan secara massal, dapat mempromosikan barang, ide, dan jasa.

2) Penjualan Secara Personal

Penjualan secara personal adalah bentuk promosi dengan melakukan interaksi secara langsung terhadap satu individu atau lebih calon pelanggan yang potensial untuk melakukan bentuk pemahaman agar mereka membelinya.

3) Promosi Penjualan

Promosi penjual merupakan promosi singkat yang bertujuan untuk mengundang konsumen agar membeli jasa atau produk yang ditawarkan.

4) Hubungan Masyarakat

Hubungan masyarakat merupakan upaya promosi dengan melakukan komunikasi secara menyeluruh.

5) Pemasaran Langsung

Pemasaran Lansung dilakukan melalui media non personal secara langsung seperti telepon dan email.

2.3 Kopi

Kopi merupakan tumbuhan yang memiliki buah yang biasa digunakan menjadi minuman dengan cara di sangrai dan ditumbuk bijinya, setelah halus dicampurkan dengan minuman (KBBI, n.d.).

2.3.1 Jenis- Jenis Kopi

Menurut Rajharjo (2017) terdapat empat macam jenis kopi yang diketahui, yaitu :

1. Arabika

Arabika merupakan biji kopi yang berada diatas 1.000m dari permukaan laut dengan cita rasa yang tinggi namun mudah terkena karat daun sehingga untuk menghindarinya maka arabika biasanya di budidayakan di dataran tinggi.

2. Kopi Liberika

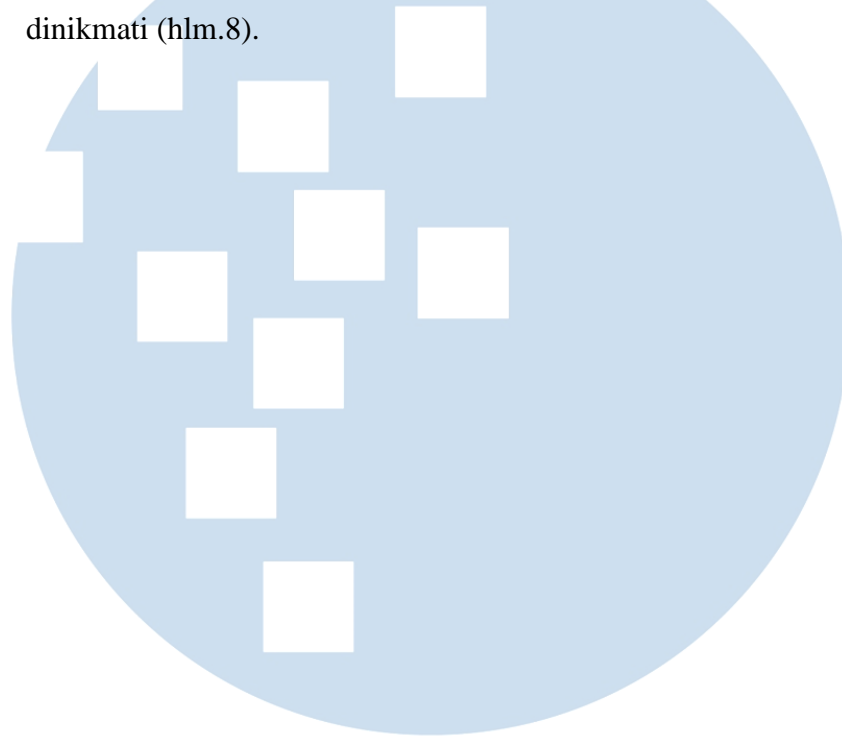
Merupakan jenis kopi yang masih kurang diketahui dan dikenal masyarakat dikarenakan memiliki ukuran dan bentuk biji yang banyak

3. Kopi Robusta

Berbeda dengan arabika, kopi robusta lebih mudah hidup di dataran yang lebih rendah, namun dalam segi rasa sedikit kurang karena tingkat kafein yang lebih tinggi dibanding biji-biji kopi yang lain.

4. Kopi Ekselsa

Merupakan jenis biji kopi yang biasanya tumbuh di daerah yang panas dan kering, dari segi rasa kopi ekselsa memiliki cita rasa yang kurang dapat dinikmati (hlm.8).



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA