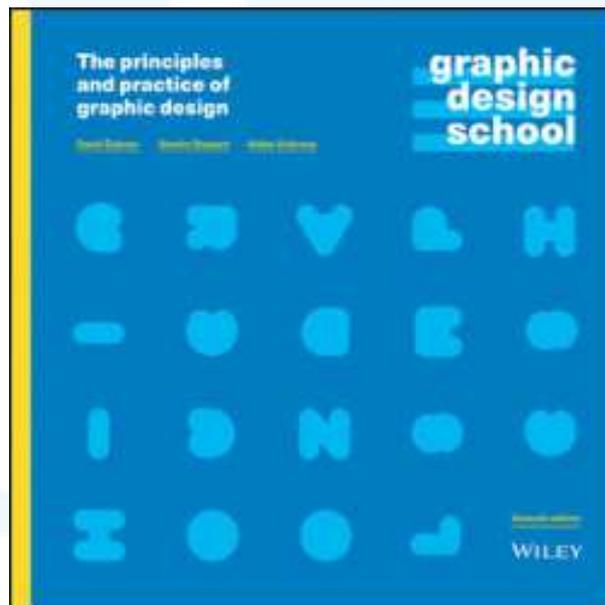


BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Desain Grafis

Menurut Abbie, David, dan Sandra (2020) pada buku “*Graphic Design School 7th edition*”, Desain grafik merupakan menggabungkan seni dan teknologi dalam menciptakan komunikasi visual yang efektif dan menarik. Desain grafis juga memiliki berbagai elemen desain, diantaranya seperti tipografi, ilustrasi, warna, dan bentuk, dalam menyampaikan pesan, informasi, hingga data yang spesifik dan mempengaruhi perilaku pengguna . Desain grafik bukan hanya tentang membuat sesuatu yang terlihat bagus, tetapi juga tentang memecahkan masalah komunikasi dengan cara yang kreatif dan efektif.



Gambar 2.1 Buku “Graphic Design School” edisi ke-7

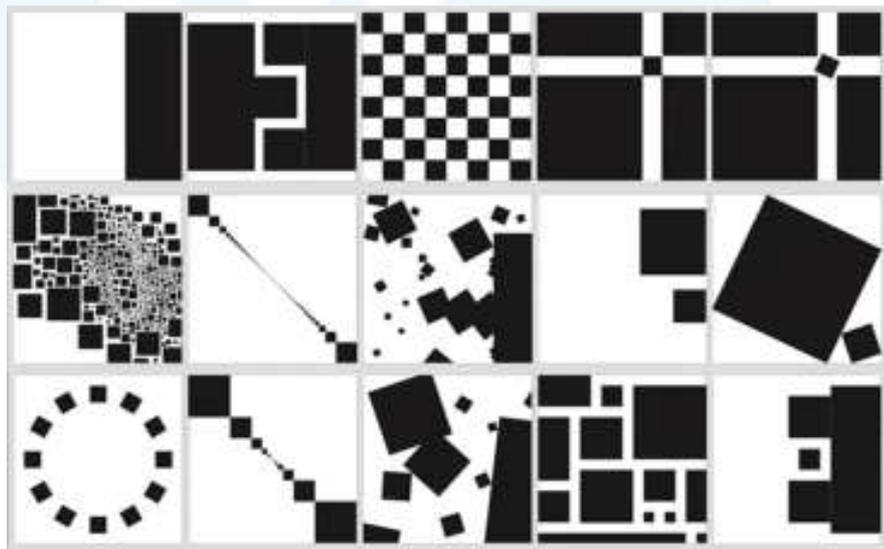
Sumber: Graphic Design School: The Principles and Practice of Graphic Design, 7th Edition | Wiley, (2020)

2.1.1 Elemen Desain

Dipaparkan lewat buku “Graphic Design School” edisi ke-7 (2020), dalam pembuatan desain berupa visual, ada beberapa aspek yang diperhatikan seperti komposisi, tipografi, dan warna (2020, Hal. 4-5).

2.1.1.1 Komposisi (*Composition*)

Komposisi mengacu struktur visual dan elemen dalam sebuah desain. Prosesnya melibatkan penggabungan bagian-bagian atau elemen-elemen yang berbeda untuk membentuk sebuah kesatuan. Komposisi melibatkan kemampuan untuk melihat keseluruhan sebagai lebih besar dari bagian-bagiannya, dan sama pentingnya dengan elemen-elemen individu yang membentuk sebuah desain.



Gambar 2.2 Contoh *Composition*

Sumber: Project Two: Form & Composition. Sketching Thumbnails | by Kevin Lee | Communication Design Fundamentals (F16) | Medium, (2016)

Desainer mengorganisir gambar dan teks - masing-masing dengan bentuk, ukuran, warna, dan tekstur mereka sendiri - dalam berbagai media dan format yang berbeda, baik itu desain dua dan tiga dimensi dalam hitam-putih, desain berwarna penuh, hingga gambar bergerak dalam media web dan waktu (2020, Hal. 10).

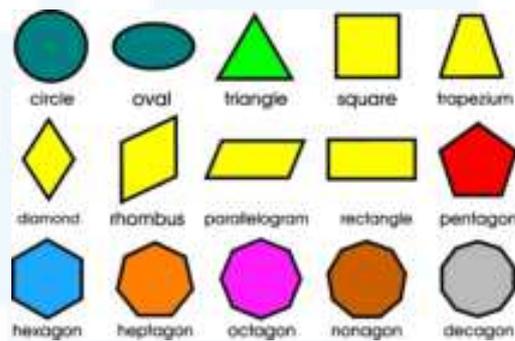
1. Form and Space

Pada metode *Form and Space* dalam desain grafis, *Form* (bentuk) dalam desain grafis adalah objek atau bentuk yang

terlihat oleh mata, bisa berupa bentuk *solid*, garis, atau tekstur pada visual yang dibuat.

A. *Shape*

Bentuk atau *Shape* dapat menciptakan identitas visual yang menarik dan memberikan kesan pada setiap bentuk yang dibuat.

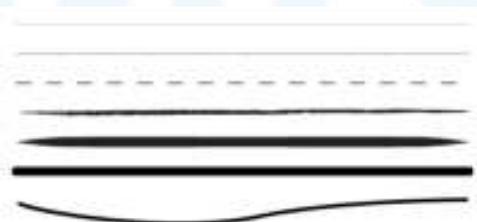


Gambar 2.3 Contoh bentuk *Shape*

Sumber: 2D Shape Games | 4P Class Blog (wordpress.com), (2012)

B. *Line*

Garis atau *Line* merupakan elemen desain yang memiliki bentuk, pola, ketebalan, hingga tekstur yang beragam.

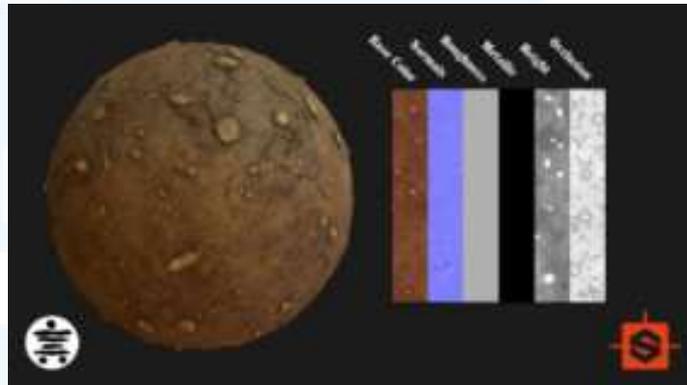


Gambar 2.4 Contoh bentuk *Line*

Sumber: 10 Basic Elements of Design - Creative Market Blog, (2021)

C. *Texture*

Berikutnya ada *texture* merupakan salah satu komponen visual yang penting visual. Kesannya *Texture* memberikan perspektif dimensi ketiga dan menciptakan permukaan yang terlihat bisa disentuh.



Gambar 2.5 Contoh bentuk *Texture*
Sumber: Stylized Dirt PBR Texture by Inukshuk
(renderhub.com), (2020)

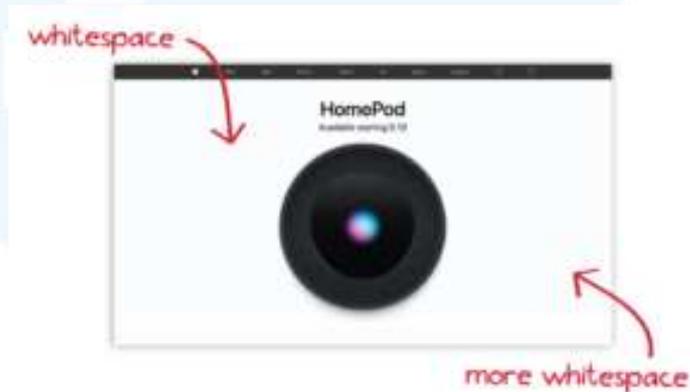
Sedangkan *Space* (ruang) adalah area kosong atau ruang kosong di sekitar atau dalam objek yang membantu untuk menentukan batas gambar positif.



Gambar 2.6 Contoh *Space*
Sumber: Visual element of Graphic Design: Space | Dafi Deff Motion
Graphics, (2018)

Pengendalian hubungan antara Form dan Space sangat penting dalam membuat desain yang efektif. Untuk menguasai konsep ini, penting untuk mempelajari studi komposisi dasar terlebih dahulu sebelum beralih ke desain yang lebih kompleks.

White space (ruang putih) dapat menciptakan ketegangan atau kontras, atau bisa menambahkan ruang kosong yang diperlukan untuk merenungkan gambar yang kompleks, aktif secara visual, dan bertekstur.



Gambar 2.7 Contoh *White Space*
Sumber: 3 Graphic Design Tips for Non-Designers
(contentmarketinginstitute.com), (2018)

Penulis dapat dengan mudah melihat efek dari ruang putih terhadap keseluruhan tampilan sebuah komposisi dengan mengubah rasio antara elemen positif dan negatif.

2. Dots and Lines

Dots and Lines adalah teknik desain yang menggunakan titik dan garis sebagai elemen utama. Titik (Dots) dapat berdiri sendiri sebagai tanda pada ruang kosong atau sebagai awal dari sebuah garis. Saat beberapa titik digabungkan bersama, mereka dapat membentuk ritme atau

pola yang memberikan kesan teratur atau variasi, dan dapat mengekspresikan perasaan tegang atau santai.



Gambar 2.8 Contoh karya berbentuk *Dots*
Sumber: Dots Poster by Anthony Gribben on Dribbble, (2020)

Sementara itu, garis adalah jalur yang menghubungkan dua titik. Garis memiliki variasi bentuk seperti lurus, lengkung, tebal, tipis, horizontal, diagonal, bergelombang, padat, gerak tangan, atau rusak.

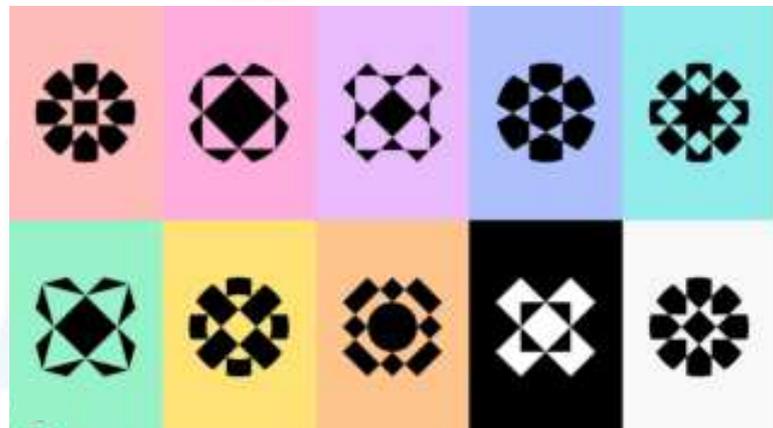


Gambar 2.9 Contoh karya berbentuk *Lines*
Sumber: Line Art | Animal edition - Graphic Design on Behance, (2018)

Garis-garis yang konvergen dapat menggambarkan titik yang hilang di kejauhan dan memberikan ilusi tiga dimensi dalam ruang dua dimensi. Garis horizontal menggambarkan dataran terbuka, sedangkan garis vertikal dapat memberikan kesan kekuatan dan kekuasaan.

3. Symmetry and Asymmetry

Simetri (*Symmetry*) dalam desain merujuk pada hubungan spasial antara elemen-elemen, khususnya ketika elemen-elemen dalam layout dipusatkan, dengan jarak yang sama ke kiri dan kanan atau atas dan bawah, menciptakan citra cermin di kedua sisi. Simetri membawa asosiasi keindahan, ketertiban, tradisi, kesempurnaan, dan keseimbangan.



Gambar 2.10 Contoh *Symmetry*

Sumber: The National Gallery of Canada's rebrand marks a step towards decolonisation (itsnicethat.com), (2021)

Di sisi lain, desain asimetris (*Asymmetry*) menggunakan seluruh format dengan elemen-elemen yang tidak dipusatkan, menciptakan komposisi yang dinamis dengan

permainan skala, kontras, ruang, dan ketegangan antara elemen.



Gambar 2.11 Contoh *Asymmetry*
Sumber: Asymmetrical Design Trends For 2020 I Moodboard
Collection - TrendBook Trend Forecasting (trenddesignbook.com),
(2020)

Simetri cenderung menuju keseimbangan dan kurang gerakan, sedangkan asimetri menambahkan gerakan dan ketegangan spasial ke dalam desain. Walaupun desain asimetris terlihat kurang kaku, penting untuk memahami cara kerja asimetri agar dapat menghasilkan efek yang diinginkan dengan mengendalikan penempatan elemen secara cermat, bukan menempatkan elemen secara acak dalam desain.

4. Design Layout

"Layout" merujuk pada organisasi bahan-bahan yang berbeda yang membentuk konten sebuah desain. Komunikasi visual yang dirancang dengan baik menyajikan informasi secara logis dan teratur, serta membuat elemen penting menjadi titik atau fokus utama. Prinsip dasar

komposisi yang baik sangat penting dalam proses ini, dan pendekatan yang berpikir sebelumnya terhadap penyampaian materi merupakan pertimbangan utama bagi desainer.



Gambar 2.12 Contoh *Layout* pada website

Sumber: Responsive CSS Grid: The Ultimate Layout Freedom. A 5 minute tutorial for UX/UI Designer & Developer | Muzli - Design Inspiration, (2019)

Penggunaan sistem *grid* dan elemen desain yang konsisten membantu pembaca menyerap informasi dengan cara yang menyenangkan secara visual, dan meningkatkan komunikasi dari konten. Komposisi yang baik dalam desain layout bergantung pada grid, dan ada banyak konfigurasi untuk dipilih.

Pada pemakaian komponen *Grid* dimana berbagai elemen dapat ditempatkan dalam struktur yang disiapkan sebagai dasar seluruh desain. Grid memungkinkan tata letak kolom, margin, dan area untuk teks dan gambar. Grid yang dirancang dengan baik memungkinkan fleksibilitas penempatan pada halaman individual sementara memberikan konsistensi visual pada serangkaian halaman.



Gambar 2.13 Contoh susunan *Grid*
Sumber: Improve your websites with a Grid Design Layout -
Undsgn™, (2018)

Organisasi informasi pada halaman sangat penting untuk transfer informasi, terutama ketika menangani banyak teks. Ada banyak cara untuk membagi halaman dan pilihan harus dipertimbangkan berdasarkan jenis pekerjaan desain, format visual, dan jumlah informasi yang akan disajikan pada setiap halaman.

Grid merupakan rangkaian unit-unit yang memiliki ukuran yang sama dan terpisah dengan margin atas dan bawah yang sama. Unit-unit tersebut dapat digabungkan dalam jumlah berapapun untuk gambar yang lebih besar atau kolom teks.



Gambar 2.14 Contoh *Grid*
 Sumber: Glorify - Grid Layout - Types of Responsive Grid Layout Designs, (2020)

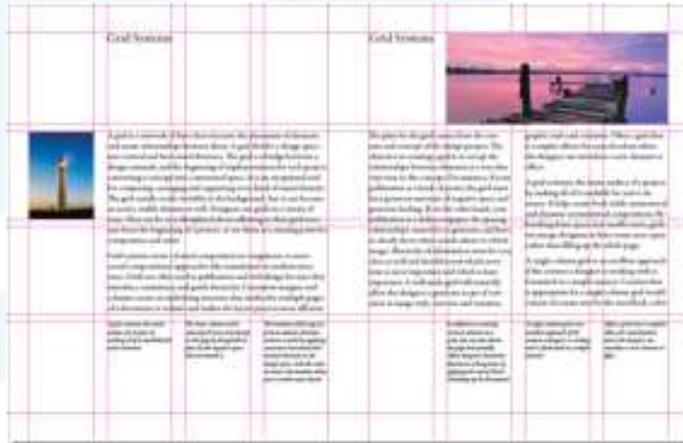
Sistem tiga kolom cocok untuk jumlah teks yang sedang. Desainer dapat menggunakan kolom apa pun dalam sistem apapun untuk menambahkan white space dan dapat membagi halaman secara asimetris dengan teks dan gambar dalam sistem tiga kolom ini.



Gambar 2.15 Contoh *Three Column* pada *Grid*
 Sumber: Basic Layout Grids | PATRICIA GOMEZ (wordpress.com), (2015)

Sistem empat kolom mulai menambah fleksibilitas untuk variasi penempatan. Pembagian simetris akan menambahkan ketertiban, jika diinginkan, dan mengontrol sistem secara keseluruhan. Margin yang lebih besar di

bagian bawah halaman sangat penting dalam desain buku dan publikasi karena membuat teks lebih mudah diakses/dibaca.



Gambar 2.16 Contoh *Four Column* pada *Grid*
 Sumber: 3.4 Organizational Principles – Graphic Design and Print
 Production Fundamentals (opentextbc.ca), (2019)

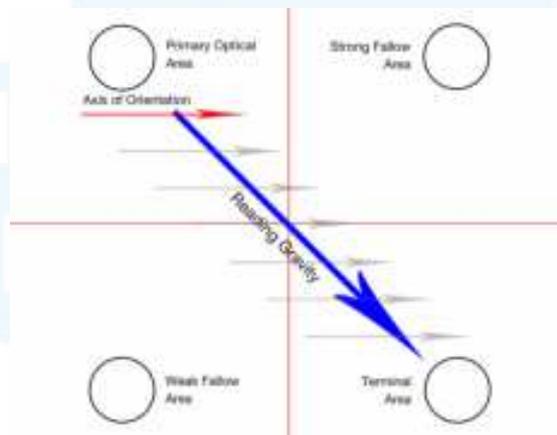
Berikutnya *Master Grid* merupakan sistem dari Margin, kolom, dan elemen tipografi yang tidak berubah seperti nomor halaman dan running head dapat ditempatkan pada master grid, yang menyediakan template desain. Grid-grid telah dicetak di atas modul ini untuk menunjukkan bagaimana mereka mengatur struktur desain.



Gambar 2.17 Contoh *Master Grid*
 Sumber: 3.4 What are Grid Systems? | IxDF (interaction-design.org),
 (2022)

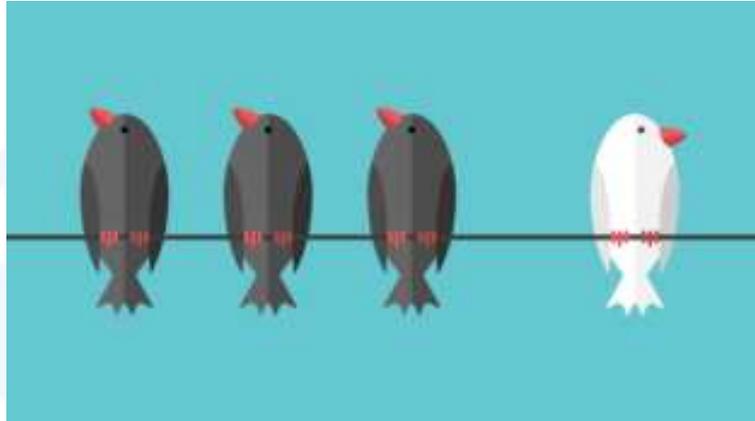
5. Pace and Contrast

Laju (*Pace*) dan kontras (*Contrast*) merupakan metode penting untuk menarik dan mempertahankan minat audiens dalam desain grafis. Dimana kategori tersebut memiliki variasi, menetapkan ritme, dan suasana hati. Hal ini terutama terlihat dalam majalah dan buku dengan banyak gambar, di mana sangat penting untuk dapat mengarahkan mata ke berbagai informasi dalam urutan tertentu.



Gambar 2.18 Contoh *Pace and Contrast*
Sumber: PACE AND CONTRAST – CAT NOSES AND SUBMARINES (wordpress.com), (2015)

Memvariasikan tampilan sebuah desain grafis merupakan hal yang penting untuk menarik dan mempertahankan minat pembaca. Hal ini terlihat jelas pada majalah dan buku yang mengandalkan banyak gambar, di mana pengarahannya harus tepat sehingga mata pembaca akan berpindah dari satu informasi ke informasi lain secara menarik.



Gambar 2.19 Contoh karya *Pace and Contrast*
Sumber: Keep Out of Trouble with These Basic Design Principles -
Web Design Ledger, (2019)

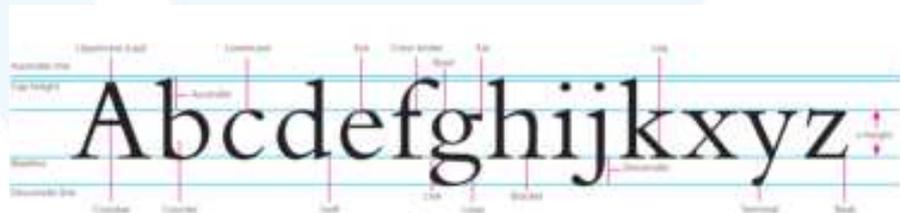
2.1.1.2 Tipografi (*Typography*)

Tipografi adalah proses pengaturan huruf, kata, dan teks untuk hampir semua konteks yang bisa dibayangkan, dan merupakan salah satu alat terpenting dikuasai oleh penulis untuk menyampaikan pesan berupa visual yang efektif. Pada buku *Graphic Design School*, penulis dapat belajar nuansa tipografi untuk menggunakannya secara kreatif, dengan imajinasi dan rasa eksplorasi, sambil tetap menghormati aturan dan tradisi yang ada.

Tipografi merupakan manifestasi visual bahasa dalam desain, memanfaatkan semua kualitas ekspresif dan praktisnya, dan mempunyai tempat unik di mana seni, ilmu, dan komunikasi saling terhubung. Tipografi juga melibatkan desain dan pemilihan jenis huruf untuk keterbacaan dan komunikasi informasi, dan dalam beberapa kasus, eksperimen estetika menjadi sekunder dibandingkan dengan pertimbangan pragmatis. Oleh karena itu, penting untuk melakukan eksperimen dan penilaian secara manual sebelum bekerja secara digital untuk memahami subtleties tipografi.

1. *Anatomical Letterforms*

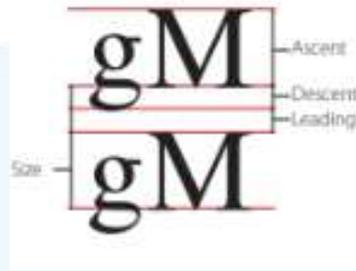
Ada lebih dari 25 istilah anatomi yang berlaku untuk huruf dalam tipografi. Meskipun tidak perlu menguasai semuanya untuk tipografi umum, beberapa di antaranya penting untuk membuat keputusan visual yang mendukung pemilihan jenis huruf untuk situasi yang berbeda. Misalnya, jika ingin menggunakan jenis huruf Bodoni pada desain tertentu, sebaiknya bisa menjelaskan bahwa karakteristiknya mencakup penekanan vertikal dan tingkat kontras yang tinggi antara garis tebal dan tipis. Hal ini membantu menyampaikan pesan yang sesuai dengan pembaca.



Gambar 2.20 Anatomi Huruf

Sumber: Graphic Design School: The Principles and Practice of Graphic Design, 7th Edition | Wiley, (2020)

Informasi tentang perbedaan x-height antara jenis huruf sangat membantu dalam memilih jenis huruf yang lebih mudah dibaca pada ukuran yang lebih kecil. X-height adalah ukuran huruf kecil "x" dalam suatu jenis huruf, dan rasio antara x-height dan ascender/descender huruf kecil, seperti "g" dan "h," menentukan penampilan keseluruhan font.



Gambar 2.21 Pengertian *Measuring* dalam *Ascent & Descent*
Sumber: Graphic Design School: The Principles and Practice of
Graphic Design, 7th Edition | Wiley, (2020)

Dengan penulis memahami desainer, perlu dipertimbangkan ruang sekitar elemen desain, jenis huruf, atau gambar. Jenis huruf dengan x-height yang besar mungkin memerlukan ruang antar baris yang lebih banyak (leading), sehingga tidak terlihat terlalu berat pada halaman. Meskipun pemahaman umum tentang terminologi jenis huruf sudah cukup untuk kebanyakan desainer, jika tertarik merancang jenis huruf, perlu mempelajari pengetahuan yang lebih mendalam tentang anatomi jenis huruf dan sejarah dan perkembangan jenis huruf.

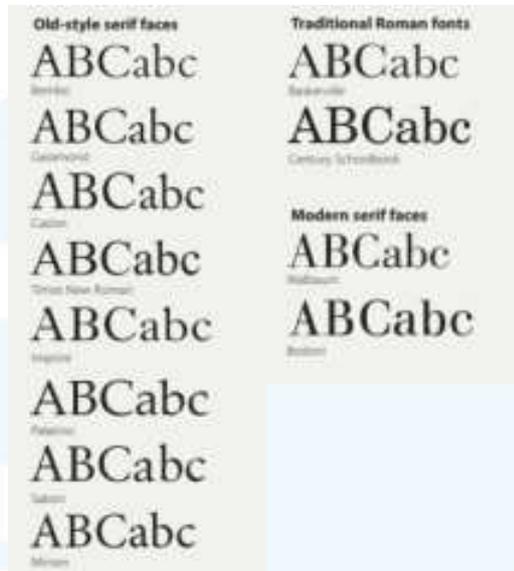
2. *Understanding and Selecting Typefaces*

Sejak diperkenalkannya jenis huruf digital, jumlah jenis huruf yang tersedia telah meningkat secara eksponensial, dan hampir tidak mungkin untuk mengetahui semuanya atau merujuk pada semua atributnya. Namun, selalu menguntungkan untuk mengetahui latar belakang sejarah jenis huruf, karena hal ini dapat membantu dalam mengaitkan karakteristiknya dengan konten teks yang ada. Memilih dan memahami jenis huruf merupakan suatu hal yang rumit, namun dapat menjadi lebih mudah dengan latihan.



Gambar 2.22 Contoh font *Serif* dan *San-serif*
 Sumber: Graphic Design School: The Principles and Practice of
 Graphic Design, 7th Edition | Wiley, (2020)

Sebagai contoh, jenis huruf *san-serif* seperti *Univers* mengacu pada modernitas dengan cara yang tidak dimiliki oleh huruf serif seperti Garamond. Bodoni, yang dirancang pada akhir abad ke-18, memiliki karakteristik formal tertentu yang pada eranya dianggap modern, termasuk penggunaan tekanan vertikal yang sempurna dan kontras tajam antara garis tebal dan tipis, berbeda dengan jenis huruf "old-style" yang didasarkan pada bentuk yang digambar dengan pena. Dalam konteks modern, huruf ini dikaitkan dengan klasikisme dan sejarah.



Gambar 2.23 Kelompok font
 Sumber: Graphic Design School: The Principles and Practice of
 Graphic Design, 7th Edition | Wiley, (2020)

Secara umum, jenis huruf kontemporer seperti *Futura* dan *Univers* cenderung cocok dalam konteks modern, sedangkan jenis huruf tradisional seperti *Garamond* mungkin lebih sesuai untuk karya sastra *Classic*. Tentu saja, semua konvensi ini dapat dimainkan dan dilanggar sesuai dengan preferensi desainer, namun hanya jika memahami makna sesungguhnya.

Terdapat tiga kelompok jenis huruf yang sering digunakan untuk karya cetak, yaitu *Old-style serif faces*, *Traditional Roman Fonts*, dan *Modern Serif Faces*.

- *Old-style serif*

Contoh *font* seperti *Bembo*, *Garamond*, dan *Caslon* dianggap klasik dan sering dipilih karena sudah terbukti bagus sejak abad ke-15. *Serif* ini dianggap

humanis karena bentuknya menyerupai tulisan tangan pada manuskrip.

- *Traditional Roman Fonts*

Font yang memiliki gaya yang berbeda dengan serif lama, dengan serangkaian font yang lebih modern yang dipengaruhi oleh geometri dan kecenderungan pensil modern. Beberapa contohnya adalah Baskerville dan Century Schoolbook.

- *Modern Serif Faces*

memiliki penekanan vertikal, perbedaan kontras yang tajam antara garis tebal dan tipis, serta seringkali memiliki lebar yang lebih sempit. Beberapa contohnya adalah *Bodoni* dan *Walbaum*.

Ketiga kelompok huruf ini dapat digunakan untuk berbagai jenis karya cetak, seperti buku, brosur, dan majalah.

3. *Selecting Fonts*

Dalam memilih jenis huruf (*font*), terdapat dua faktor utama yang harus dipertimbangkan yaitu topik materi dan tujuan desain. *Design Clarity* sangat penting dalam menyebarkan informasi, dan jenis huruf *san-serif* seperti *Interstate*, dengan struktur tunggal yang sederhana, dirancang untuk memaksimalkan keterbacaan pada tanda-tanda jalan raya. Jenis huruf *san-serif* juga cocok untuk notasi kecil pada diagram, keterangan, dan peta. Jenis huruf Futura adalah salah satu jenis huruf yang paling banyak digunakan untuk tampilan layar dan web, dan sudah terpasang di kebanyakan komputer.

- 1) Pilihan jenis huruf dapat dipengaruhi oleh subjek materi, dan pengetahuan mengenai asal-usul jenis huruf dapat membantu dalam keputusan akhir; misalnya, *Caslon* dan *Baskerville* adalah jenis huruf klasik Inggris, *Garamond* berasal dari Prancis, *Goudy* dari Amerika, *Bodoni* dari Italia, dan lain-lainnya.
- 2) Mempublikasikan desain lebih berani dan bebas, karena pembaca majalah cenderung membaca secara acak daripada membaca dari awal hingga akhir. Dengan segmen kecil tulisan, jenis huruf yang tidak biasa kadang-kadang dapat memberikan kesegaran pada keseluruhan desain. Namun perlu diperhatikan untuk tidak mencampurkan banyak jenis huruf dalam satu desain.
- 3) Jenis huruf tampilan menawarkan jauh lebih banyak variasi daripada jenis huruf untuk teks karena tujuannya adalah untuk ekspresi daripada keterbacaan, sehingga penulis dapat melakukan eksperimen yang lebih bebas dalam desain headline penulis sebagai desainer.
- 4) Jenis huruf *san-serif* dan *slab-serif* dianggap lebih berwibawa dan lebih tebal daripada jenis huruf yang dirancang untuk dibaca dalam waktu yang lama. Jika desainer akan mencetak tulisan dengan warna putih pada latar belakang hitam atau mencetak dengan ukuran kecil, jenis huruf *san-serif* adalah pilihan yang baik. Untuk kesan elegan, jenis huruf serif memiliki keuntungan tradisi.
- 5) Tidak semua jenis huruf cocok untuk web. Ketika merancang hasil yang berjalan di berbagai media

online dan offline, penting untuk meneliti kompatibilitas sebelum penulis memulai perancangan desain.

4. *Spacing*

Pemahaman tentang cara menangani spasi (*Space*) dalam tipografi sangat penting. *Spacing* yang tepat mempengaruhi keterbacaan, dan spasi juga merupakan bagian komposisi yang presisi, baik simetris maupun asimetris.

Dalam kebanyakan kasus, desain yang dibuat akan dihasilkan akan terdiri dari campuran gambar dan teks dalam bentuk judul (*Display type*) atau badan teks (*Text*). Judul biasanya berukuran antara 14pt dan ke atas, sedangkan teks utama (juga disebut sebagai *body text* atau *body copy*) biasanya berada di antara 8 sampai 14 pt. Disarankan untuk menghindari pengaturan default 12 pt, karena industri akan melihat bahwa desainer tidak membuat keputusan perancangan desain untuk mengubahnya.

Pada saat desainer merancang desain, pilihan penting akan perlu dibuat mengenai jenis huruf, ukuran, dan ukuran (*width of line*). Desainer juga perlu memutuskan tentang ruang (*letter, word, dan line*) dan, nantinya, penyesuaian akan perlu dicermati lebih lanjut, bahkan jika alatnya adalah komputer yang tidak dapat menggantikan pekerjaan desainer soal penempatan font yang tepat.

- ***Letterspacing***

Spasi pada tipografi penting untuk diperhatikan, terutama bila menggunakan komputer yang memberikan pengaturan default, termasuk spasi antara huruf dan spasi antar baris. Desainer harus

memutuskan penyesuaian spasi agar penyampaian pesan dapat disampaikan dan keselarasan teks dengan visual tetap terjaga. Hal ini juga berpengaruh pada "tone" teks secara keseluruhan. Terdapat banyak program dan website yang dapat membantu memahami hal ini.



Gambar 2.24 Contoh penyesuaian spasi antar huruf
Sumber: Graphic Design School: The Principles and Practice of Graphic Design, 7th Edition | Wiley, (2020)

- **Design Objectives**

Tujuan utama dalam desain tipe huruf baik untuk tampilan maupun teks untuk mencapai keseimbangan visual antara karakter-karakter yang digunakan. Konsistensi dalam tipe huruf penting, karena pembaca menafsirkan bentuk kata daripada huruf-huruf individu. Jika terdapat ketidakseimbangan dalam penempatan huruf, mata pembaca dapat teralihkan oleh spasi daripada melihat kata-kata tersebut. Keseimbangan huruf menjadi semakin penting seiring dengan meningkatnya ukuran huruf, terutama pada huruf

kapital karena bentuk-bentuknya yang rumit. Beberapa karakter huruf membutuhkan lebih banyak ruang, seperti huruf "I," "J," "E," dan "F," dibandingkan dengan huruf yang berbentuk bulat seperti "O" dan "Q," atau yang memiliki garis diagonal seperti "A," "V," "Y," dan "W." Penempatan huruf pada beberapa kata mungkin memerlukan penyesuaian jarak untuk mengimbangi ruang yang berkurang antara karakter-karakter, seperti pada huruf "A" dan "V." *Kerning* memungkinkan untuk pengurangan individu atau peningkatan bertahap pada jarak antar huruf, sedangkan *tracking* meningkatkan atau mengurangi jarak antar kata.

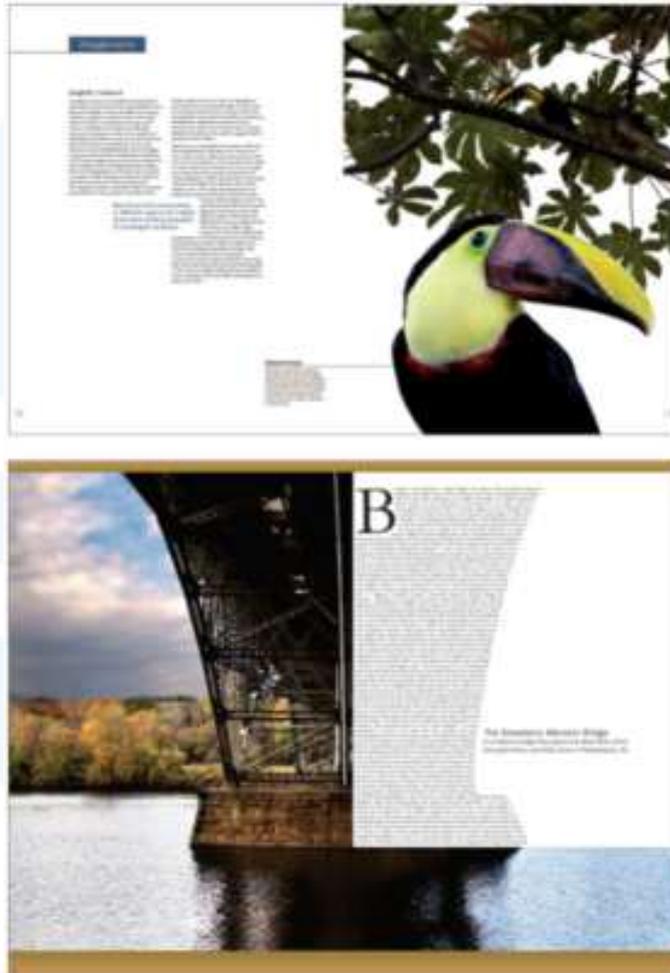
- ***Leading***

Istilah "*leading*" berasal dari pengaturan cetak jenis *hot-metal*, di mana strip timah ditempatkan antara baris teks. Dalam pengukuran dari dasar baris ke dasar baris, *leading* mengacu pada jumlah spasi antar baris teks. Pada jenis huruf display, desainer biasanya harus menyesuaikan setiap baris secara individual dan tidak hanya mengandalkan pengaturan konstan. Peran dari *leading* bisa menjadi penting ketika desainer menyiapkan area teks yang besar, terutama dalam buku seperti margin. Belum ada aturan yang pasti mengenai penyesuaian spasi antar baris untuk tampilan display; ini adalah masalah keahlian dalam mengembangkan penampilan yang rata dan membiarkan mata desainer memandu. Setiap kali desainer

menggunakan jenis huruf display, analisislah setiap kasus secara individual. Misalnya, desainer kadang-kadang menggunakan *negative leading* (di mana *leading* memiliki nilai numerik yang lebih rendah dari ukuran jenis huruf). Ini bisa efektif untuk memberikan tampilan visual yang dinamis, tetapi harus digunakan dengan hati-hati. Desainer juga dapat mengatur preferensi untuk *baseline grid* dan menyesuaikan teks penulis agar sesuai dengan *grid* tersebut.

5. *Readability and Legibility*

Beberapa aturan telah berkembang mengenai pengaturan huruf dan penggunaan bentuk huruf yang masih berlaku. Salah satu aturan adalah bahwa bagian-bagian panjang yang terdiri dari huruf kapital atau teks yang sangat tebal sulit dibaca. Huruf kapital ganda sulit dibaca karena kata-kata memiliki bentuk atau garis-garis visual yang serupa dan semua memiliki tinggi yang sama. *Ascenders and descenders* dalam pengaturan kapital dan huruf kecil membantu dalam membedakan antara kata-kata.



Gambar 2.25 Contoh *Justified versus Ranged Left*
Sumber: Graphic Design School: The Principles and Practice of
Graphic Design, 7th Edition | Wiley, (2020)

Topik yang selalu menjadi perdebatan adalah relatif baiknya pengaturannya rata kiri dan rata kanan. Teks rata kanan memaksa pembaca untuk mencari awal setiap baris, yang bisa sangat menjengkelkan jika digunakan untuk teks yang panjang dan seharusnya dihindari. Jika desainer menghasilkan huruf dalam warna hitam atau warna, maka jenis huruf sans-serif mungkin menjadi pilihan yang lebih aman daripada alternatifnya, dengan garis-garis halus dan

serif. Tentu saja, banyak tergantung pada ukuran jenis huruf, pilihan warna, dan kualitas kertas atau media.

Langkah *Readability* dalam keterbacaan teks antara lain panjang baris, ukuran jenis huruf, dan jarak antar baris. Pilihan ukuran dan panjang baris juga tergantung pada jumlah teks yang akan ditampilkan. Jarak antar baris merupakan elemen penting dalam keterbacaan karena jika terlalu sedikit, mata akan kesulitan bergerak dari baris satu ke baris berikutnya. Ukuran huruf juga harus disesuaikan dengan jarak antar baris, terutama jika jenis huruf yang digunakan cukup besar atau berat. Huruf dengan *x-height* besar membutuhkan lebih banyak jarak antar baris karena cenderung kurang memiliki perbedaan bentuk antara kata-kata.

6. *Typographic Emphasis and Hierarchy*

Sebelum memulai desain, penting untuk memahami dimana titik-titik penting dalam desain berada, seperti judul, sub judul, teks pengantar, keterangan gambar, kutipan, dan lain-lain. Tingkatan penting ini disebut sebagai hierarki. Setelah ditentukan, hierarki dapat ditunjukkan dengan berbagai cara: dengan jarak, ketebalan, warna, dan bentuk.

- 1) Menambahkan ruang putih (*White Space*) vertikal dalam bentuk satu baris atau setengah baris di atas atau di bawah judul, yang memisahkannya dari elemen sekitarnya, menciptakan penekanan.
- 2) Ketebalan tinta hitam menciptakan penekanan visual. Jenis huruf san-serif, seperti Univers, cocok untuk ini karena biasanya memiliki berbagai kombinasi ketebalan yang dapat

digunakan: tipis dengan tebal, sedang dengan sangat tebal, dan sebagainya. Perlu diingat bahwa ukuran yang lebih kecil dari jenis huruf tebal secara visual lebih “berat” daripada ukuran yang lebih besar dari jenis huruf biasa.

- 3) Mengubah jenis huruf adalah metode ketiga – misalnya, beralih dari roman ke huruf miring. Huruf miring menambahkan keceriaan dan gerakan pada desain dan juga efektif untuk menyoroti frasa kunci dalam teks. Karena bentuknya yang lebih halus, sebagai desainer mungkin perlu meningkatkan ukuran secara proporsional untuk kejelasan di tempat yang diperlukan.
- 4) Mengubah beberapa huruf kecil menjadi huruf besar dapat menambahkan keformalan pada desain. Huruf kapital membutuhkan lebih banyak spasi antar huruf, dan memakan lebih banyak ruang, meskipun desainer tidak memiliki masalah ketika ascender bertabrakan dengan descender. Huruf kecil kapital memberikan pergeseran penekanan yang lebih halus.

- ***The Power of Contrast***

Teknik lain yang melibatkan penggunaan kontras dapat diterapkan untuk menambahkan penekanan dengan efektif.

- 1) Mengontraskan jenis huruf yang lebih ramping dengan jenis huruf yang lebih lebar dapat efektif, tetapi gunakan dengan hemat pada judul yang singkat dan padat. Ingat bahwa jenis huruf

yang lebih ramping memerlukan spasi antar baris yang lebih banyak, dan jenis huruf yang lebih lebar akan menambah panjang teks. Penataan paragraf yang sederhana dan efektif juga dapat menambahkan penekanan, seperti inden di awal paragraf atau bagian.

- 2) Warna adalah alat yang berharga dan teks tidak harus selalu hitam putih untuk menciptakan kontras. Pastikan bahwa warna tinta yang digunakan telah diuji pada kertas yang digunakan untuk mencetak. Tinta transparan dapat mempengaruhi keterbacaan, dan warna-warna yang terlalu dekat dalam nilai atau hue tidak akan efektif. Warna yang memiliki nilai komplementer, seperti merah dan hijau, dapat membuat teks bergetar. Ketika menambahkan warna yang lebih halus pada jenis huruf, pertimbangkan untuk menggunakan jenis huruf yang lebih tebal dan berikan area warna yang lebih besar. Lakukan eksperimen dengan membalikkan warna teks atau menambahkan garis untuk menarik perhatian pada bagian tertentu dalam teks.



Gambar 2.26 Contoh *Contrast* pada produk
Sumber: Graphic Design School: The Principles and Practice of Graphic Design, 7th Edition | Wiley, (2020)

3) Mengubah ukuran atau ketebalan jenis huruf juga menjadi pilihan yang populer. Namun, ketika menggunakan perubahan ukuran untuk menambahkan penekanan, pastikan bahwa perbedaan ukuran antara teks utama dan judul besar sudah cukup jelas. Jika ukurannya terlalu dekat, maka point yang ingin disampaikan tidak akan jelas. Perbedaan ukuran antara teks utama dan judul besar haruslah cukup besar untuk membuat point yang ingin disampaikan terlihat jelas.

- ***Less is More***

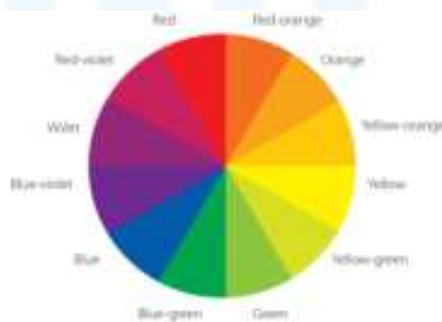
Hindari penggunaan terlalu banyak teknik *emphasis* pada satu waktu. Terlalu banyak teknik akan membuat mata audiens bingung dan mengganggu, melainkan mengurangi penilaian pada konsep desain. Prinsip "*Less is more*" seringkali menjadi panduan yang baik ketika mencoba memecahkan masalah penekanan dan hierarki dalam desain. Jangan terlalu menonjolkan poin topik dengan mengatur jenis huruf dalam ukuran besar, tebal, miring, bergaris bawah, dan dengan sudut yang berbeda. Dengan teknologi, mudah untuk mengubahnya, dan desainer hanya perlu disiplin untuk menghindari menciptakan campuran berat, ukuran, bentuk, dan indentasi. Menahan cobaan untuk menggunakan semua teknik pada saat yang sama dan selalu ingat untuk tidak harus tampak seru untuk didengar.



Gambar 2.27 Contoh *Less is More* pada produk
 Sumber: Graphic Design School: The Principles and Practice of Graphic Design, 7th Edition | Wiley, (2020)

2.1.1.3 Warna (*Color*)

Warna memiliki bahasa yang unik dan kompleks, serta memiliki kemampuan untuk mengubah maknanya ketika dipasangkan dengan warna lain. Saat memilih warna untuk diaplikasikan dalam karya desain, desainer perlu mempertimbangkan masalah kontras dan harmoni, serta bagaimana hal tersebut dapat mempengaruhi keterbacaan dalam tipografi.



Gambar 2.28 Gambar *Color Wheel*
 Sumber: Graphic Design School: The Principles and Practice of Graphic Design, 7th Edition | Wiley, (2016)

Desainer perlu juga dapat menentukan suasana dari desain dengan menggunakan psikologi warna, namun perlu diperhatikan bahwa harus memastikan warna yang dipilih dapat menyampaikan pesan yang tepat pada tingkat bawah sadar, dan sesuai dengan audiens yang dituju oleh topik yang dibawakan desainer kepada audiens.

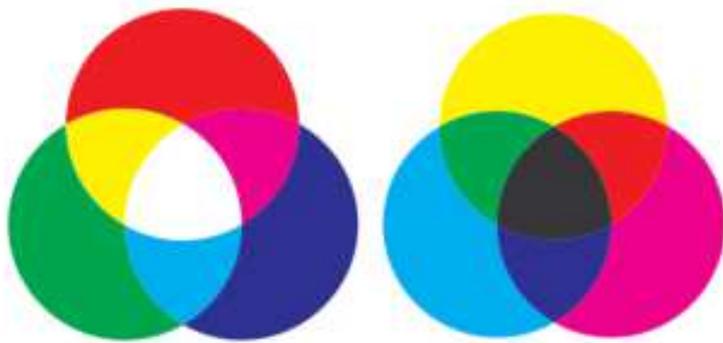
1. *Color Terminology*

Warna dapat dibedakan menjadi tiga jenis utama: *hue*, *tone*, dan *saturation*. *Hue* merujuk pada nama umum warna, seperti merah, kuning, atau biru. Satu *hue* dapat memiliki berbagai variasi dalam tone atau nilai, yaitu dari terang hingga gelap. Warna juga dapat dijelaskan melalui suhu dan gerakan. Warna komplementer, seperti merah dan hijau, berlawanan satu sama lain di roda warna, sedangkan warna analog, seperti hijau dan biru, bersebelahan di roda warna. Beberapa warna mempengaruhi satu sama lain secara signifikan ketika digabungkan. Semakin sering desainer bereksperimen dengan warna, semakin memahami cara memilih dan mengelompokkan berbagai hue untuk memberikan makna pada desain.



Gambar 2.29 Hue (kiri), Tone (Tengah), dan Saturation (Kanan)
Sumber: Graphic Design School: The Principles and Practice of
Graphic Design, 7th Edition | Wiley, (2020)

Ada dua jenis dasar warna yang digunakan dalam teknologi cetak dan tampilan layar. Untuk mencetak warna, digunakan dasar warna subtraktif CMYK (cyan, magenta, kuning, dan key/black), yang ketika digabungkan menghasilkan warna hitam. Sedangkan pada tampilan layar, digunakan dasar warna aditif RGB (merah, hijau, biru) yang ketika digabungkan menghasilkan cahaya putih.



Gambar 2.30 Perbandingan sistem warna RGB dan CMYK
Sumber: Graphic Design School: The Principles and Practice of
Graphic Design, 7th Edition | Wiley, (2020)

Sistem warna *additive* (RGB) dan *subtractive* (CMYK) bekerja dengan cara yang berbeda. Warna pada layar monitor (RGB) tidak sama dengan warna yang dicetak (CMYK). Pada pencetakan, setiap warna yang dicetak pada kertas mengurangi warna putih, dan jika tiga warna primer tumpang tindih, maka warna hitam terbentuk. Warna primer subtractive adalah merah, kuning, dan biru, sedangkan warna sekunder terbentuk dari campuran dua warna primer dan warna tersier adalah campuran dari warna primer dan sekunder yang bersebelahan. Untuk pencetakan berwarna penuh, digunakan empat warna CMYK, yaitu cyan, magenta, kuning, dan hitam (K).

- **Pantone**

Dalam sebuah proyek desain, warna tambahan yang digunakan disebut dengan *flat color* atau kadang disebut juga sebagai *spot color*. Ketika memilih warna untuk ini, desainer harus menggunakan sistem pencocokan warna universal yang dikenal sebagai *Pantone Matching System* (PMS). Warna Pantone dicampur dari 15 pigmen (termasuk hitam dan putih) dan terutama digunakan untuk pencocokan warna cetak. Sistem ini berbeda dari sistem CMYK dan sedikit warna yang dapat dicocokkan antara keduanya.



Gambar 2.31 Berikut salah satu *Pantone Matching System*
Sumber: The Pantone Color Institute Has Introduced a New Red Hue to Encourage 'Period Positivity' (artnet.com), (2020)

- **Process Charts and Modes**

Dalam mencetak dalam *full color* (CMYK), penting untuk mengidentifikasi dan menentukan warna yang tepat yang ingin dicetak dengan menggunakan panduan warna proses printer. Panduan ini akan menunjukkan semua warna yang

dapat desainer buat dengan menentukan dan menggabungkan nuansa yang berbeda dari sian, magenta, kuning, dan hitam. Ketika merancang untuk dicetak pada layar, pastikan desainer bekerja dalam mode CMYK, bukan RGB. Setelah desainer memilih warna yang cocok, langkah selanjutnya dapat membuat *new swatch* pada dokumen, dan menentukan nuansa yang berbeda. Ini adalah satu-satunya cara yang akurat untuk menentukan warna yang dicetak yang akan dicapai ketika tinta diletakkan pada kertas.

- **Printer Relationship**

Ada kerja sama yang baik dengan percetakan sangat penting untuk mendapatkan hasil yang sukses. Perangkat lunak selalu diperbarui, sehingga mudah tertinggal dan harus mengatasi masalah konversi perangkat lunak antara komputer. Oleh karena itu, elemen desain sederhana seperti warna, font, bleed, dan pagination dapat berubah setelah file dikirim. Mengenal beberapa percetakan tidak hanya berarti mereka mengetahui preferensi desainer, melainkan dapat melakukan antisipasi bila terjadi kesalahan sebelum memproduksi hasil akhir.

- **Communication**

Komunikasi merupakan hal yang penting; jika percetakan menggunakan istilah yang desainer tidak kenal, mintalah penjelasan. Ketika percetakan mengatakan *300gsm cover stock* atau *4/4 perfect bound*, apakah desainer tahu apa yang mereka

bicarakan? Terminologi cetak dasar penting untuk dipahami, tidak hanya untuk menghindari kesalahan tetapi juga untuk memahami opsi cetak yang tersedia dari pihak printernya.

- **Preparation**

Persiapan pra-cetak dan persiapan file dapat bervariasi dari satu percetakan ke percetakan lainnya, sehingga penting untuk berbicara tentang format file, palet warna, dan bleed sebelum mencetak karya yang dibuat. Jika ragu tentang pilihan yang dibuat, mintalah *mock-up* kepada percetakan, meskipun ini biasanya dengan biaya tambahan.

- **Calibration**

Jika bekerja pada proyek yang membutuhkan spesifikasi warna yang sangat spesifik, desainer harus berbicara dengan percetakan tentang kemungkinan kalibrasi layar komputer desainer dengan mesin cetak, atau menyadari berbagai warna saat menggunakan percetakan yang berbeda.

- **Loyalty**

Terakhir, loyalitas penting. Percetakan biasanya tidak mendapatkan untung saat menangani proyek mahasiswa; Desainer adalah investasi, jadi pastikan para desainer membawa kebiasaan kepada mereka ketika penulis bekerja di dunia profesional.

2. Color Legibility, Contrast, and Harmony

Pemahaman tentang konteks di mana karya selesai akan dilihat adalah penting dalam penggunaan warna dalam desain grafis. Warna memiliki efek dramatis pada keterbacaan dan harus dipertimbangkan dengan sangat hati-hati. Kontras dan harmoni dapat meningkatkan desain secara keseluruhan. Jika para desainer merancang untuk tampilan layar, gunakan mode warna RGB, sedangkan untuk cetakan gunakan mode CMYK. Pastikan untuk melakukan uji cetak untuk memastikan warna yang dihasilkan sesuai dengan yang diinginkan. Jangan hanya mengandalkan monitor sebagai panduan karena warna yang ditampilkan pada monitor bisa berbeda dengan warna yang tercetak.

- ***Color Legibility***

Legibilitas merujuk pada seberapa jelas sesuatu dapat dibaca. Ada banyak faktor yang dapat mempengaruhi persepsi warna dan legibilitas; contohnya:

- 1) kondisi pencahayaan dan lingkungan tempat membaca akan berpengaruh pada legibilitas karya cetak maupun berbasis layar—bandingkan melihat monitor di ruangan yang redup dan di bawah sinar matahari langsung;
- 2) pemilihan warna;
- 3) warna latar belakang dan tekstur tempat warna dicetak; dan
- 4) ukuran dan bentuk teks atau gambar yang digunakan.

Legibilitas warna yang baik dicapai ketika warna dan latar belakang memiliki kontras—misalnya, ungu tua (warna yang paling dekat dengan hitam) pada latar putih. Namun, legibilitas akan menurun jika warna gambar diubah menjadi kuning, karena ungu dan kuning adalah warna komplementer dan dapat menyebabkan tepi yang bergetar. Mengubah kontras merupakan kunci untuk legibilitas, dan ini berarti menggunakan pengetahuan tentang roda warna.

- ***Contrast and Harmony***

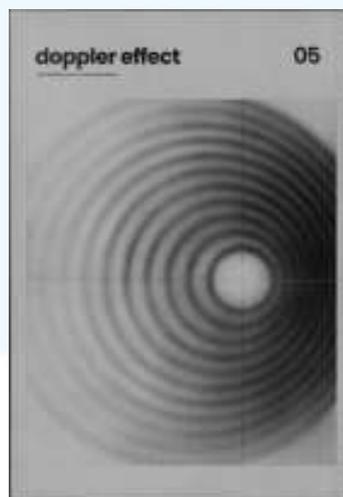
Pentingnya penggunaan warna dalam desain grafis dan bagaimana warna dapat mempengaruhi legibilitas dan persepsi. *Contrast* dan *Harmony* merupakan cara dalam meningkatkan kualitas desain.

Penggunaan warna harus dipertimbangkan tergantung pada media yang digunakan, apakah itu layar atau cetak. Untuk mencapai legibilitas yang baik, warna yang dipilih harus berkontras dengan latar belakang. Penggunaan proporsi warna yang tepat juga penting untuk mencapai efek yang diinginkan. Desainer yang memahami cara kerja warna secara kompleks dan subtil akan dapat mengeksplorasi cara-cara baru dalam mengekspresikan ide-ide liar dalam desain grafis.

Pada buku "Graphic Design School" oleh Wiley (2020) menjelaskan beberapa jenis-jenis pewarnaan dalam bidang desain grafis seperti:

→ ***Grayscale***

Tipe pewarnaan yang hanya menggunakan skala abu-abu atau hitam putih pada desain. Umumnya digunakan untuk menciptakan kesan minimalis dan elegan.



Gambar 2.32 Contoh karya Grayscale
Sumber: Marek Zielinski on Behance, (2022)

→ ***Movement and Contrast***

Pewarnaan yang digunakan untuk menunjukkan gerakan atau pergerakan pada desain. Contohnya dengan menggunakan gradasi warna atau perpaduan warna kontras.



Gambar 2.33 Contoh karya *Movement and Contrast*
Sumber: Wimbers130 by Deuce Studio (creativepool.com), (2016)

→ *Vibrating Edge*

Pewarnaan yang dapat menyebabkan pergeseran optik yang mengganggu mata dan kesulitan membaca atau melihat objek pada desain. Contohnya penggunaan warna yang sangat jenuh dan kontras.



Gambar 2.34 Contoh karya *Vibrating Edge*
Sumber: Graphic Design School: The Principles and Practice of Graphic Design, 7th Edition | Wiley, (2020)

→ *Pastel Tones*

Pewarnaan dengan warna-warna lembut dan cerah yang cenderung tidak terlalu mencolok. Digunakan untuk menciptakan suasana yang tenang dan damai.



Gambar 2.35 Contoh karya *Pastel Tones*

Sumber: Pastel Tone Projects | Photos, videos, logos, illustrations and branding on Behance, (2020)

→ *Limited Color*

Pewarnaan dengan menggunakan kombinasi warna yang terbatas. Tujuannya untuk menciptakan tampilan yang sederhana namun menarik.



Gambar 2.36 Contoh karya *Limited Color*
Sumber: Pin on Digital Art (pinterest.com), (2015)

→ *Layers and Texture*

Pewarnaan dengan menggunakan efek lapisan dan tekstur yang memberikan dimensi dan kedalaman pada desain.



Gambar 2.37 Contoh karya *Layers and Texture*
Sumber: Texture Packaging Projects | Photos, videos, logos, illustrations and branding on Behance), (2018)

3. *Color Association*

Desainer yang memiliki pengalaman, kecerdasan, memori, sejarah, dan budaya dalam pembuatan desain grafis semuanya berperan dalam persepsi warna. Meskipun setiap individu mungkin memiliki sedikit perbedaan dalam persepsi warna, makna warna berbeda tergantung pada psikologi dan latar belakang budaya.

- Warna hitam merupakan warna berkabung dan kematian di dunia Barat, sedangkan China dan India warna putih merupakan warna berkabung.
- Warna merah tidak selalu memiliki asosiasi konvensional dengan "berhenti" di negara-negara di mana mobil tidak terlalu banyak digunakan, dan di China, warna merah dihubungkan dengan keberuntungan.
- Warna hijau dihubungkan dengan racun pada abad ke-19 karena kaitannya dengan arsenik, namun saat ini dianggap sebagai warna musim semi dan kesadaran lingkungan.
- Warna biru dihubungkan dengan pos di Amerika Serikat, dimana kotak surat berwarna biru, sedangkan di Swedia atau Inggris, kotak pos berwarna merah.
- Warna kuning merupakan warna keberanian di Jepang.

Warna memiliki asosiasi simbolik dalam semua masyarakat, tergantung pada konteks, dan budaya yang berbeda memberikan makna yang berbeda. Jika merancang untuk pasar internasional, desainer perlu memperhatikan arti warna.

- *Color in Emotion and Language*

Warna dan nuansa mungkin memiliki karakteristik universal meskipun asosiasi warna bersifat sangat subjektif dan dapat berbeda di setiap wilayah. Merah, oranye, dan kuning dapat merangsang indera dan dianggap sebagai warna hangat, mampu menimbulkan perasaan riang, sehat atau agresif. Di sisi lain, biru dan hijau dianggap sebagai warna yang menenangkan, memberikan kesan kedamaian, keamanan, atau mungkin depresi. Dimensi lain juga mempengaruhi persepsi, kombinasi yang memiliki nilai hampir sama dapat terlihat kabur, samar, atau introspektif, sedangkan kombinasi yang gelap mungkin menimbulkan kesan malam, ketakutan, atau misteri. Secara jelas, persepsi warna merupakan akar pemikiran psikologi. Bahkan, warna digunakan secara kiasan untuk menggambarkan perasaan.

4. *Color as Information*

Penggunaan warna dalam desain informasi sangat penting karena dapat membantu mengatur data ke dalam berbagai struktur dan memudahkan pengalaman audiens dalam menyampaikan pesan melewati desain. Warna sangat efektif dalam mempertahankan definisi, memperkuat hierarki informasi, membimbing mata dalam sistem dan data yang kompleks, serta memudahkan navigasi melalui ruang fisik. Penggunaan warna sangat penting bagi perancang grafis lingkungan dalam merancang sistem penunjuk jalan, *Architectural signage*, pameran, dan pemetaan data.



Gambar 2.38 Contoh penanda informasi pada warna
 Sumber: Graphic Design School: The Principles and Practice of
 Graphic Design, 7th Edition | Wiley, (2020)

2.1.2 Alat dan Teknologi

Diberitahu bahwa dari buku “Graphic Design School” edisi ke-7 (2020), Produksi dan praktik pada bidang desain grafis pada masa sekarang hampir seluruhnya dilakukan secara digital dan sangat bergantung pada teknologi yang terus berkembang.

Bab ini memperkenalkan desainer pada aplikasi perangkat lunak dan alat yang paling umum digunakan dalam industri desain grafis. Setiap modul difokuskan pada medium tertentu, seperti fotografi, atau aplikasi perangkat lunak tertentu, seperti *Adobe Photoshop*, memberikan desainer pengetahuan tentang alat, sejarah, dan terminologi yang unik dan memberi kesempatan untuk mengeksplorasi lebih lanjut. Aplikasi baru dan versi yang diperbarui dari yang sedang digunakan sekarang, akan terus diadopsi ke dalam praktik desain grafis. Cara terbaik untuk mempersiapkan diri sebagai desainer dalam menghadapi kurva pembelajaran yang konstan adalah

dengan mengenali kesamaan dalam cara mereka berfungsi, dan memperoleh kecakapan melalui latihan.

2.1.2.1 *Photography Basic and Sourcing Images*

Fotografi dan *image-making/sourcing* merupakan sebuah keterampilan penting bagi desainer. Tidak semua desainer dimuka bumi ini ialah fotografer yang baik, melainkan pemahaman terhadap keterampilan dasar yang diperlukan untuk mengatur dan memotret gambar sangat penting. Fotografi mungkin hanya digunakan sebagai pengganti sementara, tetapi memiliki gambar tersebut akan membantu para desainer dalam menentukan proporsi kasar, menetapkan dan merancang komposisi, dan berfungsi sebagai penelitian untuk gambaran atau ilustrasi digital.

1. *Type of Photography*

Terdapat beberapa kategori fotografi dan produksi gambar yang relevan bagi desainer. Untuk kepentingan ini, kami akan fokus pada yang paling umum, yaitu:

- *Objects dan Products,*
- *Portraits dan Images of People,*
- *Landscape dan Building,*
- *Ephemera dan Texture, serta*
- *Reference dan Research.*

Pastikan gambar yang dihasilkan dapat disesuaikan dengan tujuannya, dan mempertimbangkan semua aspek yang sehubungan dengan pekerjaan desainer.

Desain akan terlihat baik bila belajar bagaimana caranya menemukan gambar yang efektif dan terkomposisi dengan baik serta mengenali kisaran *rythem* yang baik. Pikirkan dengan baik bagaimana gambar dapat

digabungkan secara efektif dengan tipografi, pencocokan warna, ilustrasi dan lainnya.

Pada buku “Graphic Design School” menjelaskan bahwa salah satu prinsip yang sering diterapkan dalam fotografi dasar adalah *rule of thirds*.

Dimana prinsip tersebut melibatkan pembagian spasi gambar menggunakan dua garis horizontal dan dua garis vertikal, serta menempatkan elemen penting di sepanjang garis tersebut, atau pada titik pertemuan garis tersebut.

2. Camera

Kamera digital dan smartphone memungkinkan pembuatan gambar berkualitas tinggi secara instan dan mudah. Kamera digital dan smartphone memiliki keunggulan cepat, serbaguna, dan mampu mengambil gambar berkualitas baik dalam kondisi pencahayaan yang kurang ideal.

Berdasarkan dari buku “Graphic Design School”, untuk mengambil gambar yang baik, dibutuhkan kamera yang layak. Pengguna pemula disarankan menggunakan kamera SLR digital dengan minimal 8 megapiksel, dengan rentang zoom 22-80mm, dan memiliki opsi setting macro. Untuk fotografi manual digital, pengetahuan dan pemahaman tentang cara kerja kamera sangat diperlukan untuk memberikan kontrol yang lebih besar bagi desainer.

Untuk mendapatkan gambar yang sesuai dengan harapan desainer, diperlukannya beberapa persiapan seperti meluangkan waktu untuk memeriksa dan menyesuaikan pengaturan kamera, dan selalu lakukan bracketing dengan mengatur f-stop ke atas dan ke bawah saat mengambil

beberapa versi foto. Dalam dunia fotografi, diperlukan beberapa keahlian dan ketelitian lebih dari segi dan teknik penggunaan kamera itu sendiri dan seperti:

- Depth of field: Zona ketajaman dalam sebuah gambar dari titik terdekat hingga terjauh yang terlihat tajam. Aperture lensa, panjang fokus, titik fokus, dan jarak dari kamera akan mempengaruhi zona ketajaman ini.
- F-stop/panjang fokus dan aperture: Ukuran aperture atau "iris" di dalam kamera, yang mengontrol jumlah cahaya yang mengenai film atau sensor piksel; rentang pada kamera umumnya adalah f4 (aperture besar) hingga f22 (aperture kecil). Aperture besar (misalnya f2) membawa lebih banyak cahaya ke dalam kamera dan menghasilkan gambar yang lebih lembut; aperture kecil (misalnya f16) memungkinkan lebih sedikit cahaya masuk ke dalam kamera tetapi memberikan gambar yang lebih tajam.
- Filter: Pelat kaca atau plastik yang dipasang di depan lensa untuk menekankan kualitas yang berbeda. Misalnya, filter polarisasi memotong silauan cahaya; filter warna meningkatkan warna yang berbeda. Ini juga merupakan istilah yang digunakan dalam berbagai aplikasi perangkat lunak dan media sosial sebagai alat pasca-produksi.
- SLR: Single lens reflex. Jenis kamera ini menggunakan bidik dan cermin sehingga garis pandang fotografer melewati lensa utama dan menghasilkan gambar yang sesuai dengan yang dilihat oleh fotografer.

- ISO: Organisasi Internasional untuk Standardisasi. Organisasi ini menetapkan rentang standar untuk kecepatan film virtual dalam kamera digital: ISO 100, misalnya, bekerja dengan baik dalam kondisi pencahayaan yang baik untuk objek yang diam; ISO 1600 bekerja dengan baik dalam kondisi pencahayaan yang buruk dan untuk objek yang bergerak.
- Placeholder atau FPO (For Position Only): Gambar sementara atau resolusi rendah yang digunakan sebagai ganti dari gambar berkualitas tinggi selama proses desain.
- Resolusi: Output hasil dari kamera digital. Kamera digital dan beberapa kamera ponsel terbaik memiliki sensor hingga 12 megapiksel dan dapat menghasilkan gambar yang kurang berpixelasi, lebih tajam, dan berkualitas lebih tinggi.
- Posisi Asimetris: Memposisikan titik fokus di luar tengah memecah tata letak tradisional dari sebuah foto, menarik perhatian pemirsa dengan menambahkan rasa dinamisme pada komposisi.
- Simetri: Dalam komposisi simetris yang terpusat dan tetap, dapat membangkitkan rasa tenang dan hampa. Drama ditingkatkan dalam hal ini dengan menggunakan palet monokromatik yang menakutkan.
- Perspektif: Perbedaan jarak dan penggunaan perspektif dari pemirsa dalam foto ini membangkitkan sensasi kuat untuk berada di dalam konstruksi itu, di lokasi itu sendiri.

- **Kontras:** Kontras yang kuat dalam fotografi hitam-putih dapat menciptakan komposisi yang menarik dan mencolok. Dalam hal ini, bayangan dan cahaya yang dibesar-besarkan dalam lingkungan menarik perhatian ke berbagai area dalam gambar.

3. *Light and Color, Composition, and Cropping*

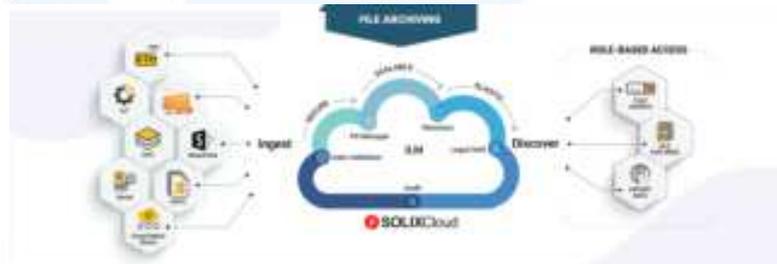
Untuk menciptakan foto-foto yang digunakan sebagai ilustrasi, penting untuk memperhatikan detail, kejelasan, dan pencahayaan yang seimbang pada foto awal. Efek tambahan dapat ditambahkan melalui *Adobe Photoshop*, namun perlu diingat bahwa keterbatasan selalu ada dalam post-produksi. Sebelum memotret suatu objek, pentingnya bagi desainer untuk mempertimbangkan kebutuhan dari foto yang diambil. Selalu mengambil foto dalam format berwarna terlebih dahulu untuk memberikan opsi pada manipulasi warna dalam *post-production*.

Selain itu, pertimbangkan pencahayaan seperti sinar matahari langsung mungkin akan memudahkan gambar, sementara kondisi mendung akan mengurangi kontras. Sebagian besar kamera dilengkapi dengan pengukur cahaya. Saat mengambil gambar, pastikan bahwa cahaya berada sejajar dengan kisaran kontras yang memungkinkan.

Pemangkasan gambar (*cropping*) adalah memilih hanya bagian tertentu dari gambar akhir. Pemangkasan sering digunakan untuk menghilangkan bagian yang tidak diinginkan dari gambar dan dapat membantu memperkuat komposisi gambar.

4. Archiving your Images

Penyimpanan gambar digital memerlukan perhatian khusus. Tidak cukup hanya menyimpannya di komputer; gambar-gambar tersebut juga perlu disimpan di hard drive eksternal portabel atau sistem penyimpanan digital berbasis *cloud* (virtual), seperti *Dropbox*, *iCloud*, atau *Carbonite*. Jika kemungkinan terburuk hard drive rusak, perangkat masih bisa dicetak ulang dan diperbaiki, tetapi kegagalan hard drive akan mengakibatkan kehilangan semua gambar yang disimpan. Oleh karena itu, penting untuk melakukan *back-up* secara teratur dan menjaga beberapa salinan cadangan di tempat yang berbeda untuk menghindari kehilangan data yang tidak terduga.



Gambar 2.39 Contoh penanda informasi pada warna
Sumber: Graphic Design School: The Principles and Practice of
Graphic Design, 7th Edition | Wiley, (2020)

5. Sourcing Images

Saat membuat keputusan tentang gambar yang akan digunakan, hal utama yang perlu dipertimbangkan adalah apakah brief, jadwal, dan biaya membenarkan untuk membuat gambar dari awal, atau apakah perlu mencari atau membeli gambar siap pakai dari tempat lain. Internet menyediakan cara tercepat untuk mencari gambar stok, dari situs web seperti iStockphoto, Getty Images, atau Dreamstime.

Gambar-gambar ini dapat dibeli dan diunduh dari situs web dengan sistem kredit basis royalty-free, dan biasanya di price markup berdasarkan penggunaan. Sebagai contoh, pada beberapa situs, gambar seekor anjing dapat dibeli dengan satu kredit untuk gambar 72 *dpi*, yang dapat diterima untuk ilustrasi berbasis web, atau dengan lima kredit sebagai gambar 300 *dpi*, untuk ilustrasi berbasis cetak. Gambar dapat dibeli untuk periode waktu tertentu atau langsung. Kekurangan membeli lisensi sementara adalah bahwa tidak ada jaminan bahwa desainer lain tidak akan menggunakan gambar yang sama dalam desain mereka. Klien Anda mungkin lebih suka Anda membeli gambar langsung, yang akan lebih mahal.

Menyesuaikan gambar selalu menjadi pilihan kreatif terbaik. Anda dapat memilih elemen-elemen yang Anda butuhkan dan membuat gambar sendiri melalui kolase atau retouching.

2.2 Teori Kampanye

Menurut Rogers dan Storey (1987, Hal. 9), kampanye merupakan rangkaian komunikasi yang terencana dengan tujuan mencapai efek tertentu pada audiens yang jumlahnya besar dan dilakukan dalam kurun waktu tertentu. Terdapat empat ciri utama dari kampanye, yaitu tindakan yang ditujukan untuk menciptakan efek tertentu, jumlah khalayak sasaran yang besar, lini masa yang terencana, dan berbagai tindakan komunikasi yang terorganisasi.

Selain empat karakter kampanye tersebut, Venus (2018) menyatakan bahwa kampanye juga memiliki karakteristik berupa sumber yang menjadi penggagas, perancang, penyampai, dan penanggung jawab dari suatu kampanye, yang disebut sebagai campaign makers. Selain mempengaruhi khalayak dengan kata-kata, tujuan dari kampanye juga melibatkan beragam aktivitas dan mengarahkan khalayak untuk melakukan tindakan segera. Oleh karena itu, kampanye

merupakan suatu bentuk komunikasi yang sangat efektif dalam mencapai tujuan tertentu melalui berbagai strategi dan tindakan yang terencana dengan baik.

2.2.1 Jenis Kampanye

Menurut Venus (2018, hal. 16), berbagai jenis kampanye dapat membantu memperjelas latar belakang dan tujuan diselenggarakannya sebuah kampanye. Jenis kampanye yang dipilih akan menentukan arah gerak kampanye dan tujuan yang ingin dicapai dari kampanye tersebut. Venus (seperti yang dikutip oleh Larson, 1992) membedakan kampanye menjadi tiga kategori, yaitu kampanye berorientasi produk, kampanye berorientasi kandidat, dan kampanye berorientasi pada ideologi atau tujuan tertentu. Setiap kategori kampanye memiliki tujuan dan kegunaannya masing-masing.

1. Kampanye berorientasi produk (*Product-Oriented Campaign*)

Kampanye ini sering dikenal dengan sebutan kampanye komersial, berfokus pada pembuatan produk. Kampanye ini sering digunakan dalam lingkungan bisnis dengan tujuan untuk memperkenalkan produk kepada khalayak agar dapat memperoleh keuntungan secara finansial dan membangun merek dari sebuah perusahaan.

2. Kampanye berorientasi kandidat (*Candidate-Oriented Campaign*)

Kegunaan kampanye berikut digunakan dalam konteks politik, didasari oleh keinginan untuk memenangkan kekuasaan politik. Contohnya adalah kampanye dalam pemilihan umum (pemilu), pilkada, penggalangan dana bagi partai politik, dan bentuk kampanye lainnya.

3. Kampanye berorientasi ideologi (*Ideologically-Oriented Campaign*)

Jenis kampanye sosial yang bertujuan untuk mencapai perubahan sosial. Kampanye ini dapat berhubungan dengan berbagai hal, seperti pendidikan, ekonomi, ketertarikan seseorang, lalu lintas, hingga kampanye kemanusiaan.

2.2.2 Persuasi dalam praktik Kampanye

Menurut Venus (2018, Hal. 53), kampanye persuasif melibatkan tindakan persuasi yang berbeda dengan perlakuan secara individu. Dalam kampanye, tindakan persuasif mencakup empat aspek, yaitu memberikan tempat khusus dalam pikiran khalayak tentang produk, kandidat, atau gagasan yang diberikan, melewati beberapa tahapan untuk mengajak khalayak melakukan tindakan nyata, mendramatisir gagasan yang akan disampaikan dan mengundang khalayak untuk terlibat dalam mencapai tujuan kampanye, serta menggunakan media massa untuk menyebarkan kesadaran dan mengubah perilaku khalayak.

Selain itu, tindakan persuasi dalam kampanye berada pada tataran sosial yang berbeda dengan analisis praktis persuasi pada tataran individu di laboratorium. Menurut Carden (2005) yang dikutip oleh Venus, persuasi merupakan seni yang menggunakan kredibilitas, emosi, dan logika untuk mempengaruhi seseorang. Dalam komunikasi persuasif, pembicara berusaha mempengaruhi tingkah laku pendengar melalui perantara pendengaran dan penglihatan untuk merubah perilaku responden agar sesuai dengan harapan komunikator dengan memberikan alasan yang wajar (Bettinghaus, 1973).

2.2.3 Mendesain Kampanye

Dalam buku "Manajemen Kampanye" karya Antar Venus (2018, Hal. 100), dijelaskan bahwa pesan kampanye sangat penting dalam sebuah kampanye karena pesan merupakan suatu informasi yang ingin disampaikan kepada khalayak. Pesan kampanye yang tepat akan dapat mempengaruhi khalayak untuk melakukan tindakan yang diinginkan oleh kampanye tersebut.

Pesan kampanye yang baik haruslah jelas, mudah dipahami, dan relevan dengan konteks sosial atau budaya masyarakat yang menjadi target kampanye. Pesan juga harus disampaikan dengan cara yang menarik dan kreatif agar dapat menarik perhatian khalayak.

Selain itu, pesan kampanye juga harus dikelola dengan baik agar tidak menimbulkan kesalahpahaman atau kontradiksi dengan nilai atau tujuan kampanye. Oleh karena itu, manajemen pesan kampanye perlu dilakukan dengan cermat dan terencana agar dapat mencapai tujuan kampanye dengan efektif.

2.2.3.1 Ciri-ciri pesan Kampanye

Berdasarkan dari buku "Manajemen Kampanye" (2018, Hal. 103), terdapat sepuluh karakteristik yang menjadi pondasi dalam menyampaikan pesan kampanye dibandingkan dengan penyebaran informasi lewat komunikasi sehari-hari seperti:

- 1) Pesan kampanye harus memiliki target atau sasaran yang jelas agar pesan dapat ditujukan kepada audiens yang tepat.
- 2) Pesan kampanye harus memenuhi kebutuhan dan keinginan audiens agar dapat diterima dengan baik.
- 3) Pesan kampanye harus memiliki makna yang jelas agar pesan dapat dipahami oleh audiens dengan mudah.
- 4) Pesan kampanye harus menarik perhatian audiens agar dapat memancing minat dan membuat audiens tertarik untuk mengetahui lebih lanjut.
- 5) Pesan kampanye harus mengandung informasi yang relevan dan berguna bagi audiens.
- 6) Pesan kampanye harus menyampaikan nilai-nilai positif yang dapat mempengaruhi audiens dengan cara yang baik dan bermanfaat.

- 7) Pesan kampanye harus bersifat persuasif dan mampu meyakinkan audiens untuk bertindak sesuai dengan pesan yang disampaikan.
- 8) Pesan kampanye harus konsisten dengan citra atau image brand agar dapat meningkatkan kesadaran merek dan memperkuat identitas merek.
- 9) Pesan kampanye harus memiliki daya ingat yang kuat agar audiens dapat mengingat pesan kampanye dengan mudah dan menyebarkan informasi ke orang lain.
- 10) Pesan kampanye harus mudah diingat dan diucapkan agar dapat menjadi viral dan mudah disebarluaskan oleh audiens.

2.2.3.2 Teori Persuasif dalam Merancang Pesan

Berdasarkan dari buku "Manajemen Kampanye" (2018, Hal. 103), terdapat sepuluh karakteristik yang menjadi pondasi dalam menyampaikan pesan kampanye dibanding

1) Teori Retorika Aristoteles

Teori ini mengemukakan bahwa untuk mempengaruhi audiens, pesan harus memenuhi tiga elemen penting, yaitu logos (rasionalitas), ethos (etika), dan pathos (emosi). Aristoteles menganggap bahwa penyebaran pesan yang efektif memerlukan kombinasi yang tepat dari tiga elemen tersebut.

2) Teori Sosial Kognitif

Teori ini mengemukakan bahwa persuasi terjadi melalui proses pengolahan informasi yang kompleks dan melibatkan aspek kognitif, afektif, dan behavioristik. Dalam teori ini, pesan persuasif harus didesain untuk mencakup faktor-faktor seperti keyakinan, motivasi, persepsi, dan pengaruh sosial yang mempengaruhi perilaku.

3) Teori Paralel yang Diperluas

Teori ini menyatakan bahwa keefektifan sebuah pesan persuasif tergantung pada seberapa baik pesan tersebut dapat mengaitkan pesan dengan pengalaman atau keyakinan yang sudah ada di dalam diri audiens. Pesan yang lebih berkesan adalah pesan yang dapat memperkuat pengalaman dan keyakinan yang sudah dimiliki oleh audiens.

4) Teori Konvergensi Simbolik

Teori ini mengemukakan bahwa persuasi terjadi melalui proses dialog dan interaksi yang kompleks antara pesan, audiens, dan konteks sosial. Teori ini menekankan pada pentingnya konteks dan situasi dalam mempengaruhi efektivitas sebuah pesan persuasif, dan menyarankan penggunaan simbol dan bahasa yang tepat agar pesan lebih mudah dipahami dan diterima oleh audiens.

2.3 Pengertian Malingering

Dikutip dari buku “*Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorder*” edisi ke-5 oleh *American Psychiatric Association*, Malingering adalah tindakan sengaja memproduksi gejala fisik atau psikologis yang palsu atau sangat dilebih-lebihkan, dengan motivasi dari insentif eksternal seperti menghindari tugas militer, menghindari pekerjaan, memperoleh kompensasi keuangan, menghindari tuntutan pidana, atau memperoleh obat-obatan (2013, Hal. 726 atau klasifikasi Z76.5).

2.3.1 Gejala

Dalam beberapa situasi, malingering dapat merupakan perilaku adaptif - misalnya, pura-pura sakit saat menjadi tawanan musuh selama perang. Malingering harus dicurigai secara kuat jika ada tanda-tanda seperti:

1. Konteks medikolegal presentasi (misalnya, individu tersebut dirujuk oleh pengacara ke klinisi untuk pemeriksaan, atau individu tersebut

merujuk diri sendiri saat litigasi atau tuntutan pidana sedang berlangsung).

2. Diskrepansi yang jelas antara stres atau kecacatan yang diklaim oleh individu dan temuan dan pengamatan objektif.
3. Kurangnya kerja sama selama evaluasi diagnostik dan dalam mematuhi regimen perawatan yang diresepkan.
4. Adanya gangguan kepribadian antisosial.

2.3.2 Diagnosis Kasus

Malingering dan gangguan buatan. Sebuah episode gangguan buatan, dengan tanda dan gejala yang dominan psikologis, mungkin memiliki munculnya gangguan psikotik singkat, tetapi dalam kasus seperti itu ada bukti bahwa gejala tersebut sengaja diproduksi. Ketika berpura-pura sakit melibatkan ternyata gejala psikotik, biasanya ada bukti penyakitnya dipalsukan untuk tujuan yang bisa dimengerti.

Ada beberapa contoh kasus yang didiagnosa oleh psikiater seperti:

1. Malingering dibedakan dari gangguan buatan oleh pelaporan gejala yang disengaja untuk keuntungan pribadi (seperti uang, waktu istirahat bekerja). Sebaliknya, diagnosis gangguan buatan membutuhkan ketidakhadiran imbalan yang jelas
2. Banyak kasus berpura-pura sakit di mana individu melaporkan gerakan tidur yang bermasalah dengan sempurna meniru gambaran klinis REM gangguan perilaku tidur, dan dokumentasi polisomnografi wajib.
3. Dalam berpura-pura sakit, individu dapat mensimulasikan gejala kleptomania untuk menghindari tuntutan pidana.

2.3.3 Dampak dari Malingering

Malingering dalam buku DSM-5 terutama terkait dengan diagnosis dan pengobatan gangguan mental dan fisik yang sebenarnya. Malingering dapat melabui dan menyesatkan para profesional kesehatan dan pengadilan, serta dapat mengganggu proses diagnosa dan pengobatan yang sebenarnya

dibutuhkan oleh pasien. Akibatnya, pasien yang sebenarnya membutuhkan perawatan dan dukungan medis mungkin tidak mendapatkannya dengan tepat dan dapat mengalami komplikasi yang lebih serius.

Selain itu, malingering juga dapat menghabiskan waktu dan sumber daya medis dan hukum yang berharga. Hal ini dapat berdampak pada ketersediaan sumber daya medis yang dibutuhkan oleh pasien lain yang membutuhkan perawatan dan pengobatan yang sebenarnya. Di sisi lain, malingering dalam konteks hukum dapat memperburuk stigmatisasi terhadap orang dengan gangguan mental dan dapat memperkuat pandangan yang keliru bahwa orang dengan gangguan mental tidak dapat dipercaya atau diandalkan.

2.3.4 Akibat dari perilaku Malingering

Akibat dari malingering dapat bervariasi tergantung pada motif dan tindakan yang dilakukan oleh pelaku. Namun, pada umumnya, akibat dari malingering dapat berupa kehilangan akses ke dukungan dan pengobatan medis yang sebenarnya dibutuhkan. Akibat jangka panjang dari malingering juga dapat termasuk pengaruh negatif pada hubungan interpersonal, karir, dan kesejahteraan fisik dan mental.

Secara ilmiah, terdapat beberapa studi yang mendukung dampak negatif malingering pada pengobatan dan diagnosis. Berdasarkan studi yang dilakukan oleh Rogers dan rekan-rekannya (2002) menunjukkan bahwa pasien yang melakukan malingering dapat mengalami kesulitan dalam mendapatkan perawatan yang dibutuhkan. Selain itu, studi yang dilakukan oleh Rogers dan Bender (2003) menunjukkan bahwa malingering dapat menimbulkan konsekuensi yang serius, seperti pemilihan obat yang tidak tepat, kerusakan organ, atau bahkan kematian.