

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Desain Grafis

Menurut Robin Landa (2010), desain grafis merupakan sebuah komunikasi melalui visual yang memiliki tujuan untuk membawa dan menyampaikan pesan atau informasi. Komunikasi desain grafis melalui visual yang dapat membawa sifat informatif, persuasif, memotivasi, meningkatkan, mengorganisir, merepresentasikan, melibatkan, menetapkan dari informasi atau pesan yang ingin dibawah. Komunikasi melalui desain grafis tersebut dapat tercipta melalui ideasi yang dirangkai dengan kreasi, seleksi dan organisir elemen-elemen visual.

2.1.1 Elemen Visual

Menurut Robin Landa, (2010) komunikasi desain grafis melalui visual dapat tersusun melalui kreasi, seleksi dan organisir elemen-elemen visual. Elemen visual yang berlaku pada desain dua dimensi melingkupi garis, bentuk, ruang positif dan negatif, warna, motif dan tekstur.

2.1.1.1 Garis

Garis terbentuk dari sebuah titik yang memanjang dan memiliki jalur pergerakan. Pemanjangan dan pergerakan dari sebuah titik tersebut dapat membentuk arah gerak dan kualitas. Melalui arah gerak yang terbentuk garis dapat membantu untuk mengarahkan jalur penglihatan audiens, dan melalui kualitas yang terbentuk garis dapat memiliki karakteristik yang beragam. Oleh karena itu, garis memiliki peran sebagai elemen visual dalam pembentukan komposisi dan komunikasi (Landa, 2010).

2.1.1.2 Bentuk

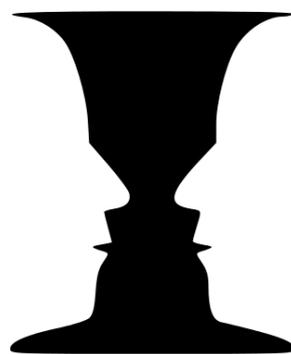
Bentuk merupakan sebuah area dua dimensional yang dikonfigurasi dan digambarkan secara utuh maupun sebagian menggunakan garis, warna, atau tekstur dan memiliki sifat kondisi tertutup atau jalur tertutup. Bentuk memiliki karakteristik dua dimensi yang datar, dan dapat terukur melalui

tinggi dan lebar. Terdapat tiga bentuk yang mendasari bentuk-bentuk lainnya, yaitu lingkaran, segitiga dan persegi. Terdapat sembilan klasifikasi bentuk yaitu, bentuk geometris, bentuk organik/biomorfik/lengkung, bentuk rektilinear, bentuk kurvilinear, bentuk iregular, bentuk aksidental, bentuk non-objektif atau non-representasional, bentuk abstrak, dan bentuk representasional (Landa, 2010).

2.1.1.3 Figur dan Latar

Figur dan latar merupakan sebuah prinsip persepsi visual dalam area dua dimensional antara hubungan antara bentuk sebagai figure dengan latar. Persepsi tersebut digunakan untuk membedakan elemen visual yang berperan sebagai figure, dengan elemen visual lain yang berperan sebagai latar. Elemen visual yang berperan sebagai figur memiliki karakteristik dapat dikenali dan dilihat sebagai bentuk. Sedangkan, elemen visual yang berperan sebagai latar merupakan bentuk atau area yang diciptakan dan terletak diantara elemen visual yang berperan sebagai figur (Landa, 2010).

Figur menggunakan area ruang visual yang bersifat aktif dikarenakan mata audiens akan memprioritaskan untuk mencari bentuk yang mereka kenali. Namun, latar memiliki area ruang yang negatif karena menciptakan persepsi visual yang kosong dan tidak berbentuk, walaupun merupakan sebuah elemen visual berupa bentuk yang tidak menggunakan area ruang yang tidak aktif (Landa, 2010).



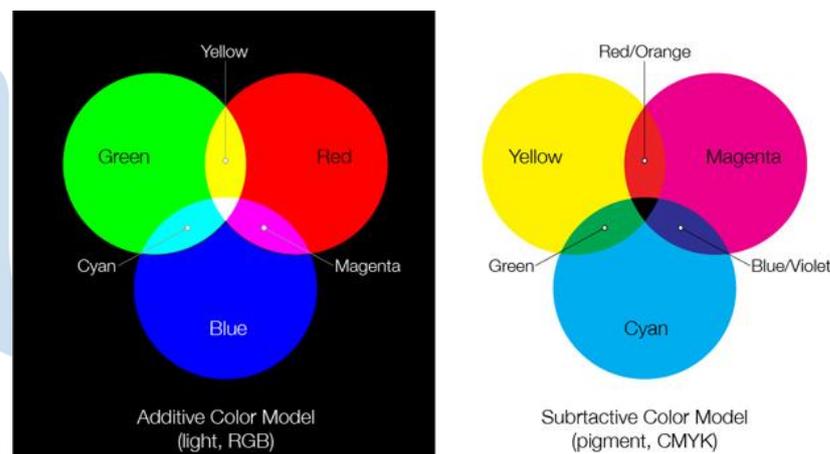
Gambar 2.1 Contoh Figur dan Latar

Sumber: study.com/learn/lesson/figure-ground-perception-relationship-examples.html

2.1.1.4 Warna

Warna merupakan hasil persepsi visual dari pemantulan atau refleksi cahaya atau refleksi warna. Disaat objek menerima paparan cahaya, objek tersebut menyerap sebagian dari cahaya. Cahaya yang tidak terserap akan dipantulkan kembali, cahaya yang dipantulkan kembali tersebut adalah warna. Karakteristik warna yang dipantulkan kembali berdasar pada pigmen atau zat warna yang dimiliki dari objek tersebut. Melalui pigmen atau zat warna, warna yang dipantulkan oleh objek yang berbeda akan menghasilkan warna yang berbeda, sesuai dengan pigmen atau zat warna yang dimiliki objek tersebut. Warna yang dihasilkan melalui pigmen atau zat warna objek disebut dengan warna subtraktif (Landa, 2010).

Namun dalam penampilan warna melalui layar digital, merupakan hasil dari pemanjangan gelombang cahaya. Dalam menciptakan warna yang berbeda pada layar digital, pemanjangan gelombang cahaya akan ditambah antara satu sama lain sehingga menciptakan warna yang spesifik. Warna yang dihasilkan melalui gelombang cahaya pada layar digital disebut dengan warna aditif (Landa, 2010).



Gambar 2.2 Warna *Additive* dan Warna *Subtractive*

Sumber: learn.leighcotnoir.com/artsspeak/elements-color/primary-colors/

Elemen warna terbagi menjadi tiga klasifikasi yang mencakupi corak/rona warna (*hue*), saturasi warna (*saturation*), dan nilai warna (*value*).

Corak/rona warna (*hue*) merupakan nama dari warna dan dapat mengklasifikasikan temperature warna, yaitu warna hangat dan dingin. Saturasi warna (*saturation*) merupakan tingkat kecerahan dan kekusaman dalam warna. Nilai warna (*value*) merupakan tingkat terang dan gelap warna melalui tingkatan cahaya pada warna tersebut (Landa, 2010).

2.1.1.5 Warna Primer

Pada penggunaan warna, terdapat tiga dasar warna yang memiliki peran sebagai warna primer. Warna-warna dasar atau primer dalam media layar digital mencakupi merah, hijau, dan biru. Ketiga warna RGB (*red*, *green*, dan *blue*) merupakan warna aditif primer, dan jika dipadukan dengan komposisi yang seimbang dari masing-masing warna akan menciptakan cahaya putih. Dalam penggunaan warna yang berdasarkan pigmen atau zat warna dari sebuah objek, warna primer yang mencakupi adalah merah, kuning, dan biru.

Ketiga warna primer tersebut merupakan warna subtraktif primer dan diaplikasikan pada sistem warna pada penggunaan cat air, cat minyak dan pensil warna. Namun dalam aplikasi teknik cetak, terdapat perbedaan sistem warna dasar yang digunakan sebagai warna subtraktif primer. Dalam teknik cetak, warna primer yang merupakan warna subtraktif primer mencakupi warna cyan, magenta, kuning, dan hitam. Penggunaan empat warna warna subtraktif primer dalam teknik cetak, disebut dengan Proses Empat Warna (*Four Color Process*). Melalui Proses Empat Warna, warna-warna yang dihasilkan diciptakan dengan penggunaan motif titik-titik kecil dari warna-warna primer; cyan, magenta, kuning, dan hitam (Landa, 2010).

2.1.1.6 Skema Warna

Lalu, terdapat skema-skema warna yang telah ditetapkan yaitu mencakup skema warna monokromatik, analogus, komplementer, komplementer terpisah, triadik dan tetradik.



Gambar 2. 3 Skema Warna

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

Melalui skema-skema warna tersebut, dapat membantu dalam menciptakan kombinasi warna atau sistem warna yang ingin digunakan. Penjabaran dari setiap skema warna adalah sebagai berikut:

1) Skema warna Monokromatik

Skema warna monokromatik, merupakan skema warna yang hanya terdiri dari satu warna dari roda warna, dan memiliki pengaturan yang berbeda pada *value* dan *saturation* yang dimiliki.

2) Skema warna Analogus

Skema warna analogus, terdiri dari penggunaan tiga warna yang berdekatan atau bersampingan pada roda warna. Melalui warna yang berdekatan tersebut, skema warna analogus dapat dengan baik menciptakan kesatuan warna yang digunakan.

3) Skema warna Komplementer

Skema warna komplementer terdiri dari dua warna yang berseberangan pada roda warna. Dengan begitu, dapat menciptakan perpaduan warna yang kontras.

4) Skema warna Komplementer Terpisah

Skema warna komplementer terpisah atau *split complementary*, menggunakan kedua warna yang

berseberangan, namun warna yang dipakai adalah warna analogus dari kedua warna yang berseberangan tersebut.

5) Skema warna Triadik

Skema warna triadik terdiri dari tiga warna yang terletak 120 derajat antara ketiga warna tersebut sama lain dalam roda warna.

6) Skema warna Tetradik

Skema warna tetradik terdiri dari empat warna yang mencakup dua pasangan warna komplementer.

2.1.1.7 Motif

Motif terbentuk dari penggunaan sebuah elemen visual yang bersifat repetitif dan konsisten. Dalam sebuah motif, terdapat karakteristik repetitif yang sistematis sehingga menciptakan sebuah arah gerak yang terbentuk. Melalui karakteristik repetitif yang sistematis dan memiliki arah, audiens mengharapkan adanya urutan atau rangkaian yang terbentuk melalui motif tersebut. Pada dasarnya, sebuah motif dapat terbentuk melalui tiga elemen dasar yang mencakupi titik, garis, dan *grid*. Pada saat motif terbentuk, akan tercipta keseimbangan kristalografi (Landa, 2010). Keseimbangan kristalografi memiliki karakteristik dimana penggunaan elemen visual yang berperan sebagai figur dan latar memiliki nilai dan komposisi yang seimbang. Sehingga, tidak memiliki penekanan (*emphasis*) pada figur maupun latar. Keseimbangan kristalografi juga sering kali disebut sebagai keseimbangan menyeluruh (Anapur, 2016).

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

2.1.1.8 Tekstur

Tekstur merupakan representasi kualitas/ciri dari sebuah permukaan. Terdapat dua klasifikasi tekstur yang digunakan dalam bidang seni visual yaitu, taktil dan tekstur visual. Tekstur taktil merupakan tekstur yang secara fisik dapat dirasakan melalui sentuhan. Sedangkan, tekstur visual merupakan tekstur yang dibuat/disimulasikan dengan menggunakan tekstur taktil. Tekstur Visual menciptakan ilusi tekstur secara visual namun tidak dapat dirasakan secara fisik (Landa, 2010).

2.1.2 Tipografi

Tipografi merupakan perancangan dan penyusunan dari bentuk huruf (*letterform*). Penggunaan tipografi terbagi menjadi dua klasifikasi yang mencakupi tipe tampilan (*display type*) dan tipe teks (*text type*). Tipe tampilan berperan sebagai komponen tipografi yang dominan dan memiliki karakteristik berukuran besar atau memiliki tingkat ketebalan yang tinggi. Tipe tampilan seringkali memiliki fungsi sebagai judul dan sub judul. Sedangkan, tipe teks memiliki fungsi sebagai komponen tipografi dalam teks isi (*body text*), dan umumnya digunakan dalam format paragraf, kolom, atau keterangan. (Landa, 2010)

2.1.2.1 Tata Nama Tipografi

Berikut adalah istilah kunci dalam tata nama tipografi yang berdasar pada terminologi tipografi (Landa, 2010):

- 1) Bentuk huruf (*Letterforms*): gaya dan bentuk spesifik dari setiap individu huruf dalam alfabet. Setiap individu huruf memiliki bentuk yang unik dan perlu dipertahankan sebagai sebuah simbol yang merepresentasikan suara dari pengucapan huruf tersebut.
- 2) Jenis huruf (*Typeface*): bentuk dari sebuah rangkaian huruf, angka dan tanda, dengan memiliki karakteristik visual yang konsisten dan membentuk sebuah kesatuan.

- 3) Huruf font (*Type font*): rangkaian lengkap yang terdiri dari huruf, angka dan tanda, dengan memiliki karakteristik tampilan, ukuran, dan gaya yang spesifik.
- 4) Keluarga huruf (*Type family*): serangkaian *Type font* yang terdiri dari modifikasi menjadi berbagai gaya, dengan berdasar pada satu *typeface*. Pada umumnya *type family* terdiri dari *light*, *medium*, dan *bold weight* dengan gaya *italic* pada masing-masing *type font*.
- 5) Gaya Italik (*Italics*): bentuk individu huruf yang memiliki karakteristik kemiringan dengan arah ke kanan. *Italics* memiliki modifikasi karakteristik yang serupa dengan tulisan kursif.
- 6) Gaya huruf (*Type Style*): modifikasi berat, lebar, dan sudut, hingga elaborasi pada bentuk awal dari sebuah *typeface*, dengan mempertahankan karakter visual esensial dari *typeface* awal.
- 7) Garis Huruf (*Stroke*): garis lurus atau lengkung yang membentuk sebuah huruf.
- 8) Serif: Elemen kecil yang ditambahkan pada ujung bagian atas dan bawah *stroke* dari sebuah *letterform*.
- 9) Sans serif: *Typeface* yang tidak memakai/menggunakan *serif*.
- 10) Berat huruf (*Weight*): ketebalan *stroke* pada sebuah *letterform*.

2.1.2.2 Tipografi Pada Layar

Penggunaan tipografi pada layar digital memerlukan perbedaan format yang digunakan untuk dapat menghasilkan penampilan tipografi yang sesuai, walaupun adanya konversi terhadap vektor menjadi raster digital dari tipografi yang digunakan. Format umum dari tipografi yang digunakan pada layar digital adalah *TrueType* dan *Postscript*. Format *Postscript* dapat menghasilkan hasil konversi *outline* vektor dari sebuah karakter dan menyesuaikan dengan *grid* dari sebuah layar digital (Lupton, 2014).

Sedangkan, Format *Truetype* memiliki sistem instruksi yang dapat mengkonversi *outline* vektor menjadi raster digital, sistem instruksi tersebut disebut dengan *Hinting*. Melalui *Hinting*, sistem perangkat lunak diberi

instruksi untuk mengatur dan menyesuaikan tinggi, lebar batang, ruang kosong, kemiringan *italic*, dan korelasi antara huruf kapital dan huruf kecil dari jenis huruf (*typeface*). *Hinting* meningkatkan tingkat kontras pada setiap ujung/garis luar pada sebuah huruf, untuk menciptakan hasil raster digital yang tajam dan mempertahankan konsistensi dari bentuk karakter pada setiap huruf (Lupton, 2014).

2.1.2.3 Anatomi dan Taksonomi Tipografi

Berikut adalah pengelompokan dari jenis huruf (*typeface*) menurut Ellen Lupton pada buku “*Type on Screen*” (Lupton, 2014):

- 1) Serif Klasik (*Classical Serif*): diperkenalkan pada abad ke lima belas, dan di imitasi melalui media-media kuno seperti tulisan tangan dan tipografi pada ukiran batu. *Classical Serif* memiliki tiga jenis utama dengan karakteristik masing-masing, yaitu *Humanist Serif*, *Transitional Serif*, dan *Modern Serif*.
- 2) Sans Serif: diperkenalkan pada abad ke sembilan belas, melalui perkembangan mesin cetak lebih sederhana, *Sans Serif* diciptakan untuk memenuhi kebutuhan industri periklanan komersial. Terdapat tiga jenis utama dalam *Sans Serif* dengan karakteristik masing-masing, yaitu *Humanist Sans Serif*, *Transitional Sans Serif*, dan *Geometric Sans Serif*.
- 3) *Slab Serif*: *Slab Serif* merupakan gabungan dari *Sans Serif* dan *Serif*, serta berfungsi dengan optimal pada variasi berat *font*. Melalui fungsi yang optimal tersebut, *Slab Serif* sering digunakan pada layar digital, karena dapat menahan kerasnya rasterisasi. diperkenalkan pada abad ke sembilan belas, dan memiliki karakteristik tebal dan ujung *stroke* yang bersifat geometris dengan berat visual yang menyerupai *stroke* utama pada huruf. Terdapat tiga jenis utama dalam *slab serif*, tiga jenis utama tersebut mencakupi *Humanist Slab Serif*, *Transitional Slab*, dan *Geometric Slab*.

2.1.2.4 Ukuran Tipografi

Terdapat perbedaan dalam ukuran tipografi yang digunakan pada media cetak dengan media layar digital. Ukuran tipografi yang biasa digunakan pada media cetak, akan menjadi terlihat lebih kecil, jika digunakan pada media layar. Hal ini dipengaruhi oleh jarak antara audiens dengan media yang digunakan. Media cetak seperti buku dan majalah pada genggaman tangan sering kali dilihat dengan jarak yang lebih dekat ke wajah audiens, sedangkan audiens seringkali duduk pada posisi yang berjauhan dengan layar. Oleh karena itu, dibutuhkan ukuran tipografi yang lebih besar pada penggunaan media layar digital. Selain itu, keburaman yang dihasilkan oleh proses *anti-aliasing* dan kontras yang dihasilkan oleh *backlit* karakter, menjadi faktor diperlukan ukuran tipografi yang lebih besar (Lupton, 2014).

Terdapat empat unit pengukuran ukuran tipografi pada media digital layar, empat unit pengukuran tersebut mencakupi Piksel, Poin, Persen dan Em. Piksel merupakan satuan unit yang selalu digunakan pada media layar digital, satu piksel pada ukuran tipografi setara dengan satu unit piksel pada layar. Poin merupakan unit ukuran tipografi yang digunakan pada media cetak, satu unit poin setara dengan 1/72 inci. Em merupakan unit skala yang berdasar pada ukuran *font browser*. Persen merupakan skala unit yang serupa dengan em, namun menggunakan satuan unit berupa persentase. Piksel dan poin merupakan satuan ukuran tipografi yang digunakan, perubahan pada ukuran piksel dan poin dapat menghasilkan hasil yang tidak konsisten. Sedangkan, em dan persen merupakan skala ukuran yang berelasi dengan ukuran tipografi piksel atau poin. Perubahan yang dilakukan terhadap *em* dan persen akan menjaga konsistensi desain yang ditampilkan (Lupton, 2014).

2.1.2.5 Penjajaran Tipografi

Penjajaran Tipografi (*type alignment*) merujuk pada gaya atau susunan dari teks. Tipe-tipe utama dari *type alignment* yang berdasar pada Robin Landa melalui buku "*Graphic Design Solution*" adalah sebagai berikut (Landa, 2010):

- 1) Penjajaran rata kiri (*left-aligned*): teks sejajar dengan margin kiri dan memiliki margin kanan yang tidak rata.
- 2) Penjajaran rata kanan (*right-aligned*): teks sejajar dengan margin kanan dan memiliki margin kiri yang tidak rata.
- 3) *Justified*: teks tersusun sejajar pada margin kiri dan kanan.
- 4) Penjajaran rata tengah (*Centered*): baris teks sejajar terpusat pada sumbu tengah vertikal yang imajiner/tidak terlihat.
- 5) Asimetrikal (*Asymmetrical*): baris teks tersusun tidak terlihat seperti satu set/kelompok dan bersifat repetitif, serta merepresentasikan keseimbangan asimetris.

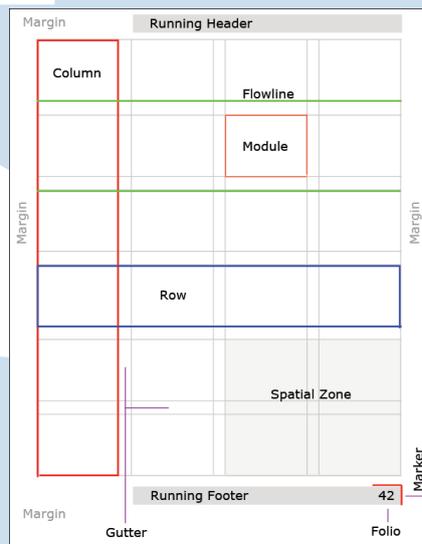
2.1.2.6 Simbol Sebagai Tipografi

Simbol atau ikon digunakan untuk mengkomunikasikan informasi yang tidak terbatas oleh keterbatasan linguistik dan budaya, serta menggunakan tanda dan informasi grafis ditujukan untuk audiens global. Simbol atau ikon berkomunikasi melalui objek dan konsep, tidak melalui kata-kata dan dengan tujuan untuk menyampaikan informasi dan gagasan secara cepat dan universal. Sama layaknya dengan tipografi, ikon dirancang untuk memvisualisasikan gambar yang dapat berfungsi dalam ukuran besar sampai kecil (Lupton, 2014).

Saat ini, ikon telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam desain antarmuka visual. Melalui ikon, gagasan dan tindakan dapat direpresentasikan dengan meminimalisir penggunaan area dan batasan linguistik, ikon pada media layar digital ditampilkan melalui beberapa format, yang mencakupi bitmap, vektor, dan font. Ikon atau simbol sendiri, merupakan bagian dari istilah tipografi, seperti arah panah tangan, *dingbat*, dan *dagger* merupakan simbol yang telah menjadi bagian dari tipografi dan dapat berdiri berdampingan dengan huruf (*letterforms*). Dengan begitu, desain *Icon* seringkali dirancang datar dan terbaca layaknya huruf, dan berfungsi sebagai “*Typographic Pictures*” (Lupton, 2014).

2.1.3 Grid

Grid digunakan untuk mengorganisir ruang kosong menjadi baris dan kolom yang mengandung ruang kosong (*white space*). Penyusunan konten visual dapat dilakukan dengan berdasar pada *grid* yang teguh dan fleksibel, dimana *grid* yang dibentuk secara baik dapat memberikan fleksibilitas untuk membentuk variasi *template*, yang tersusun dari elemen-elemen berbeda dengan struktur yang konsisten antara satu sama lain. Melalui *grid* yang fleksibel, *grid* tersebut dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan penyusunan informasi pada bagian-bagian yang memiliki tujuan berbeda satu sama lain. Pada media layar digital seperti *website*, dan menggunakan *grid* dengan jumlah Kolom yang banyak. Sedangkan, *grid* modular terdiri dari kolom vertikal dan baris horizontal (Lupton, 2014).



Gambar 2.4 Gambar Anatomi *Grid*

Sumber: vanseodesign.com/web-design/grid-choices/

Anatomi dari sebuah *grid* terdiri dari Margin, Kolom (*Column*), *Flowline*, Modul (*Modules*), dan Zona Spasial. Margin merupakan area kosong pada bagian kanan, kiri, atas dan bawah, dan memiliki peran sebagai pembatas dan bingkai untuk menentukan area aktif pada halaman tersebut. Kolom merupakan penyusun dan pen sejajar vertikal, dan penentuan jumlah kolom (*column*) berdasar pada konsep dan tujuan yang ingin disampaikan. Ukuran

antar Kolom dapat memiliki lebar yang sama dan bervariasi. Jarak antara kolom disebut *column intervals* atau seringkali disebut *gutters*. *Flowline* terbentuk dari penyusun dan pen sejajar horizontal dalam sebuah *grid*. Pembentukan *flowline* dapat menciptakan unit spasial disebut dengan modul. Melalui interseksi antara kolom vertikal dan horizontal *flowlines* menghasilkan modul. Teks dan gambar ditempatkan didalam modul dan dapat ditempatkan di dalam lebih dari satu modul. Zona spasial terbentuk melalui pengelompokan beberapa modul dan bertujuan untuk mengatur penempatan komponen-komponen grafis (Landa, 2010).

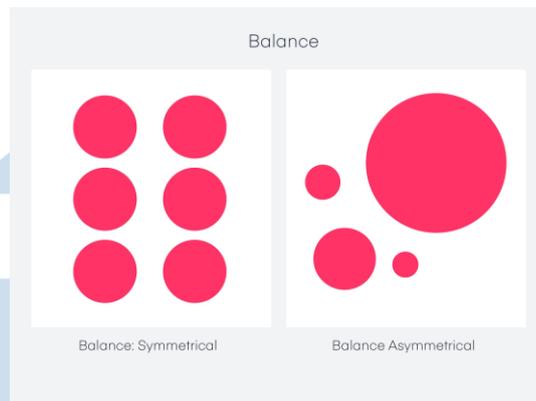
2.1.4 Prinsip Desain

Prinsip desain merupakan prinsip yang digunakan dalam mengkomposisikan/menyusun elemen-elemen visual, untuk menciptakan komunikasi visual. Prinsip desain dalam penciptaan komunikasi visual mencakup keseimbangan, hirarki visual, emphasis, kesatuan, dan ritme (Landa, 2010).

2.1.4.1 Keseimbangan

Keseimbangan merupakan salah satu prinsip desain yang mengindikasikan stabilitas yang tercipta melalui pembagian berat visual yang dari elemen visual dalam sebuah komposisi. Dalam desain dua dimensional, berat elemen visual tidak ditentukan melalui berat fisik yang berdasar pada daya tarik gravitasional, melainkan memiliki berat/daya tarik secara visual. Berat/daya tarik visual tersebut dapat dipengaruhi oleh penggunaan ukuran, bentuk, warna, dan tekstur, sehingga sebuah elemen visual dapat membawa emphasis, tingkat kepentingan, dan juga daya pemikat dalam sebuah komposisi. (Landa, 2010).

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



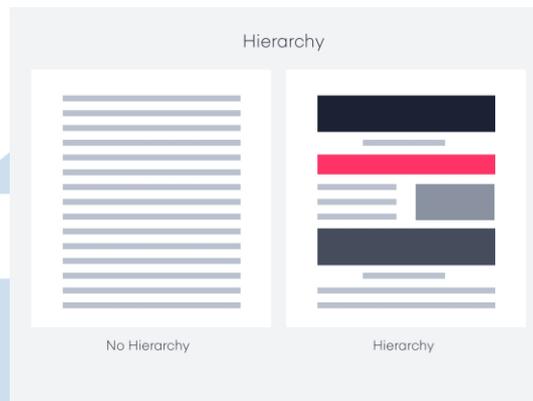
Gambar 2.5 Contoh Gambar Keseimbangan Simetris dan Asimetris

Sumber: invisionapp.com/defined/principles-of-design

Terdapat dua klasifikasi keseimbangan yang berdasar pada simetri sebuah komposisi. Keseimbangan simetris memiliki pencerminan dari elemen visual yang setara, dan memiliki distribusi berat visual yang merata. Sedangkan, keseimbangan asimetris memiliki distribusi berat visual yang merata melalui menyeimbangkan satu berat visual dari sebuah elemen visual dengan elemen visual lain yang memiliki berat visual berlawanan. Dengan begitu, tidak adanya pencerminan dari elemen visual. Keseimbangan radial memiliki keseimbangan simetris secara horizontal dan vertikal. Dimana, elemen-elemen visual memancar dari titik tengah komposisi (Landa, 2010).

2.1.4.2 Hirarki Visual

Hirarki visual digunakan untuk mengarahkan mata audiens sesuai susunan/struktur informasi yang ingin disampaikan. Informasi diarahkan dengan menyusun dan mengorganisir elemen-elemen visual berdasar pada empasis. Melalui empasis, elemen visual disusun menurut kepentingan informasi yang terkandung dari elemen visual tersebut dan menetapkan sebuah elemen visual untuk menjadi lebih dominan diantara visual elemen lain. Dengan begitu seorang desainer dapat menentukan informasi yang akan diterima pertama dan urutan selanjutnya (Landa, 2010).



Gambar 2.6 Contoh Gambar dari Hirarki Visual pada Sebuah Komposisi

Sumber: invisionapp.com/defined/principles-of-design

2.1.4.3 Empasis

Empasis merupakan penekanan elemen visual untuk menjadi lebih dominan diantara visual elemen lain. Penekanan tersebut dilakukan untuk menciptakan hirarki visual, dengan begitu tercipta alur informasi dari informasi terpenting sampai informasi terakhir. Terdapat beberapa cara untuk membentuk empasis (Landa, 2010):

- 1) Empasis melalui isolasi: empasis dapat terbentuk melalui isolasi, elemen visual dapat memfokuskan perhatian terhadap elemen visual tersebut.
- 2) Empasis melalui penempatan: empasis dapat terbentuk dengan menempatkan elemen-elemen visual pada posisi tertentu dalam sebuah komposisi.
- 3) Empasis melalui ukuran: empasis dapat terbentuk dengan pengaturan ukuran dari elemen-elemen visual dapat menciptakan kedalaman spasial, sehingga dapat mengilusikan sebuah elemen tampak berada di depan atau belakang. Elemen visual yang berukuran besar juga dapat memberikan empasis dalam komposisi, bagaimanapun elemen visual yang berukuran kecil juga dapat memberikan empasis dalam komposisi, jika memiliki sifat yang kontras dengan elemen visual berukuran besar lain dalam komposisi tersebut.

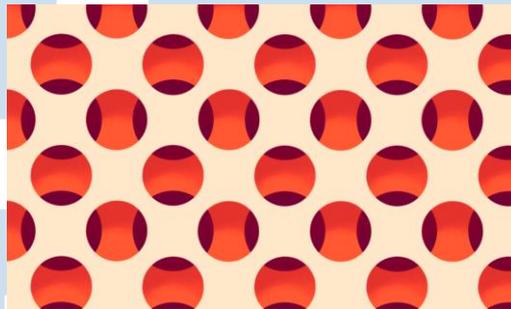
- 4) Empasis melalui kontras: empasis dapat terbentuk melalui perbedaan tingkat terang, kasar tekstur, dan kecerahan pada sebuah elemen visual diantara elemen visual lain.
- 5) Empasis melalui arah dan penunjuk: empasis dapat terbentuk dengan menggunakan elemen visual berupa panah atau diagonal untuk mengarahkan audiens.
- 6) Empasis melalui struktur diagramatik:
 - a. Struktur Pohon: empasis dapat terbentuk dengan menempatkan elemen visual primer diatas elemen visual sekunder, dan membentuk urutan yang menurun.
 - b. Struktur Sarang: empasis dapat terbentuk melalui dua cara yaitu *layering* dan *containing*. Melalui *layering* elemen primer ditempatkan pada lapisan pertama, lalu elemen visual sekunder berada di belakang elemen visual primer.
 - c. Struktur Tangga: empasis dapat terbentuk melalui menempatkan elemen visual primer teratas, dan elemen-elemen visual sekunder diposisikan di bawah elemen visual primer membentuk seperti susunan tangga.

2.1.4.4 Ritme

Ritme dalam komunikasi visual merujuk pada elemen-elemen visual yang bersifat sekuensial. Ritme dapat tercipta melalui penggunaan repetisi yang stabil dan kuat dari sebuah elemen visual. Serupa dengan ritme dalam musik, pengaturan tempo dapat dilakukan untuk menciptakan ritme visual, dengan cara menciptakan selang jarak antara setiap posisi dari elemen visual. Faktor-faktor yang dapat berperan dalam menciptakan ritme visual mencakupi warna, tektur, figur dan latar, empasis, dan keseimbangan. (Landa, 2010)

Dalam menciptakan ritme visual, penting untuk mengetahui perbedaan antara repetisi dan variasi sebagai unsur pembentuk ritme tersebut. Repetisi adalah penggunaan elemen visual yang berulang secara konsisten.

Sedangkan, variasi merupakan modifikasi dari satu objek dalam repetisi tersebut. Modifikasi dari satu elemen visual dalam repetisi tersebut dapat berupa modifikasi warna, ukuran, bentuk, jarak antara objek lain, dan berat visual. Melalui variasi, daya tarik visual dapat tercipta terhadap audiens dan menciptakan sebuah unsur kejutan dalam repetisi tersebut (Landa, 2010).

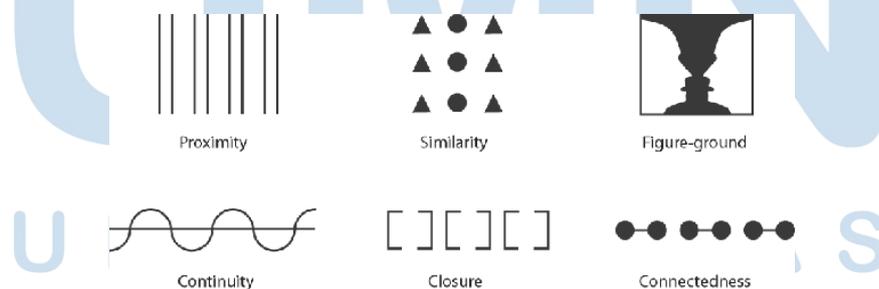


Gambar 2.7 Contoh Gambar dengan Ritme Visual

Sumber: outcrowd.io/blog/value-of-rhythm-in-design

2.1.4.5 Kesatuan

Kesatuan pada desain grafis merujuk pada keterkaitan antara setiap elemen grafis sehingga membentuk sebuah keseluruhan yang lebih besar, sehingga setiap elemen grafis terlihat terikat antara satu dengan yang lain. Kesatuan elemen-elemen visual dalam sebuah komposisi dapat didasarkan oleh teori Gestalt. Teori Gestalt menekankan terhadap bentuk-bentuk yang dipersepsi menjadi satu kesatuan, dan bagaimana cara kerja persepsi pikiran untuk memaksakan ketertiban, kesatuan dan penataan.



Gambar 2.8 Contoh Gambar Hukum Organisasi Perseptual

Sumber: <https://demo.elearninglab.org/mod/page/view.php?id=53>

Berdasar pada teori gestalt, diperoleh sebuah hukum yang mendasari cara pikiran untuk menata, menghubungkan, dan melihat dalam kesatuan,

melalui mengelompokan elemen visual berdasarkan lokasi, orientasi, kemiripan, bentuk, dan warna. Hukum tersebut adalah Hukum Organisasi Perseptual atau *Laws of Perceptual Organization* (Landa, 2010).

1.4.5.1. Hukum Organisasi Perseptual

Berikut adalah penjabaran dari hukum-hukum terkandung dalam Hukum Organisasi Perseptual atau *Laws of Perceptual Organization* (Landa, 2010):

- 1) Kesamaan (*Similarity*): pengelompokan elemen visual berdasarkan pada kemiripan bentuk, tekstur, dan warna.
- 2) Kedekatan (*Proximity*): pengelompokan elemen visual berdasarkan jarak yang saling berdekatan dalam sebuah komposisi.
- 3) Kontinuitas (*Continuity*): pengelompokan elemen visual melalui terciptanya sebuah jalur atau koneksi dari kontinuitas/kelanjutan elemen visual sebelumnya. Melalui jalur atau koneksi tersebut, dapat terbentuk sebuah impresi jalur pergerakan.
- 4) Penutup (*Closure*): pengelompokan elemen visual melalui kecenderungan untuk menghubungkan individu-individu elemen visual, sehingga terbentuk sebuah bentuk yang utuh.
- 5) Persamaan Arah (*Common Fate*): pengelompokan elemen visual melalui direksi jalur pergerakan yang sama.
- 6) Garis Berkelanjutan (*Continuing Line*): garis yang sifatnya terputus satu dengan yang lain, pergerakan garis tersebut akan lebih terlihat dibandingkan dengan jarak antar garis yang terputus. Hal tersebut dikarenakan sebuah garis dipersepsikan sebagai sebuah jalur.

2.2 Teori Desain Interaksi

Menurut Helen Sharp (2019), Desain interaksi merupakan perancangan/desain yang dapat membantu manusia dalam berinteraksi, berkomunikasi, dan bekerja di dalam kehidupan sehari-hari. Istilah desain interaksi umumnya digunakan sebagai istilah yang menggambarkan lingkup kerja bidang tersebut yang mencakupi metode, pendekatan, dan teori. Desain interaksi datang melalui berbagai istilah perancangan yang berdasar bidang tersebut, seperti *user interface design* (UI), *Software design*, *user-centered design*, *product design*, *web design*, *user experience design*, dan *interactive system design*.

2.2.1 Perancangan Pengalaman Pengguna

User experience design atau perancangan pengalaman pengguna, merujuk pada perancangan atau desain pengalaman penggunaan produk atau layanan yang ideal. Pengalaman pengguna atau *user experience* merupakan perasaan yang dirasakan oleh audiens saat menggunakan atau berinteraksi dengan produk atau layanan yang dirancang. Metodologi utama pada *user experience design* berfokus untuk menjamin pengalaman yang berpusat pada pengguna, sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pengguna saat berinteraksi dengan layanan atau produk yang dirancang (Soegaard, 2018).

2.2.1.1 Faktor yang Mempengaruhi Pengalaman Pengguna

Terdapat tujuh faktor yang mempengaruhi *user experience* atau pengalaman pengguna. Ketujuh faktor tersebut mencakupi berguna (*useful*), dapat digunakan (*usable*), dapat ditemukan (*findable*), kredibel (*credible*), diinginkan (*desirable*), dapat diakses (*accessible*), dan bernilai (*valuable*). Penjabaran dari faktor-faktor yang mempengaruhi *user experience* adalah sebagai berikut (Soegaard, 2018):

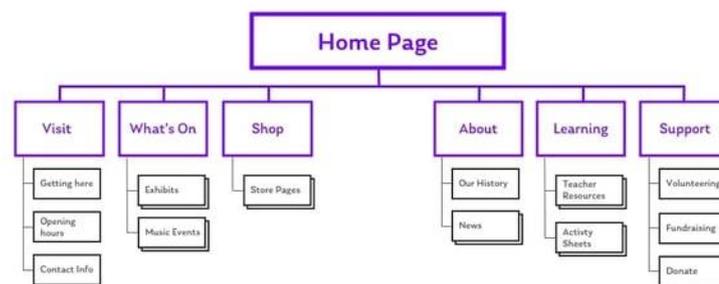
- 1) Berguna (*Useful*): Produk atau layanan yang dirancang memiliki fungsi dan memiliki manfaat praktikal saat digunakan atau berinteraksi dengan pengguna.

- 2) Dapat Digunakan (*Usable*): Produk atau layanan yang dirancang dapat dengan efisien dan efektif memungkinkan pengguna untuk mencapai tujuan akhir mereka.
- 3) Dapat Ditemukan (*Findable*): Informasi yang terkandung di dalam produk atau layanan dapat dengan mudah ditemukan oleh pengguna saat berinteraksi dalam jangka waktu yang singkat.
- 4) Kredibel (*Credible*): Produk atau layanan yang dirancang dapat menjalin kepercayaan dengan pengguna, melalui akurasi dan kesesuaian informasi yang diterima. Sehingga, produk atau jasa yang dirancang dapat digunakan dan dipercayai dalam waktu yang panjang oleh pengguna.
- 5) Diinginkan (*Desirable*): Produk atau layanan dapat memiliki daya tarik lebih dibanding produk atau jasa yang serupa, melalui penggunaan *branding, identity, image, aesthetic, dan emotional design*.
- 6) Dapat Diakses (*Accessible*): Produk atau layanan dapat diakses dan berinteraksi dengan mudah, oleh segmentasi pengguna yang luas. Sehingga, produk atau jasa dapat digunakan oleh banyak pengguna dengan berbagai karakteristik dan kebutuhan yang beragam.
- 7) Bernilai (*Valuable*): Produk atau layanan yang dirancang memiliki nilai yang lebih tinggi dibanding produk atau jasa yang serupa. Dengan memiliki nilai/*value* yang lebih, produk atau jasa tersebut akan bertahan lebih lama.

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

2.2.1.2 Arsitektur Informasi

Information Architecture atau arsitektur informasi, merujuk kepada beberapa arti yang mencakupi, desain struktural dari lingkup informasi, perpaduan antara organisasi, pelabelan, pencarian, dan navigasi sistem dalam lingkup digital, fisik, maupun gabungan, dasar ilmu dalam membentuk informasi yang mudah untuk di digunakan, ditemukan, dan dipahami. (Louis Rosenfeld, 2015)



Gambar 2. 9 Contoh Bentuk Arsitektur Informasi

Sumber: <https://blog.hubspot.com/website/information-architecture>

Terdapat empat klasifikasi elemen dasar yang menyusun sebuah struktur informasi, klasifikasi elemen-elemen tersebut mencakupi sistem organisasi (*organization system*), sistem navigasi (*Navigation system*), sistem pencarian (*search system*), dan sistem pelabelan (*labeling system*). Penjabaran dari setiap klasifikasi elemen-elemen tersebut sebagai berikut (Louis Rosenfeld, 2015):

- 1) Sistem Organisasi (*Organization System*): elemen yang merepresentasikan dan mengklasifikasikan informasi kepada pengguna, melalui pengelompokan informasi menjadi satu representasi, sesuai dengan kategori informasi atau target pengguna spesifik.
- 2) Sistem Navigasi (*Navigation System*): elemen yang membantu pengguna untuk dapat bergerak atau berpindah setiap konten.
- 3) Sistem Pencarian (*Search System*): elemen dimana pengguna dapat mencari konten yang tersedia.

- 4) Sistem Pelabelan (*Labeling System*): elemen yang menggambarkan kategori, opsi dan tautan, dengan representasi kata yang memiliki arti bagi pengguna.

2.2.2 Desain Antarmuka Visual

Menurut Alan Cooper (2014), *Visual interface design* atau desain antarmuka visual, merujuk pada komunikasi secara visual, konten-konten apa saja yang tersedia dan dapat berinteraksi dengan pengguna dalam media interaktif, sehingga dapat memudahkan pengguna mencapai tujuan dari kebutuhan masing-masing. Oleh karena itu, fokus utama dalam merancang desain antarmuka visual adalah menciptakan komunikasi sejelas dan setepat mungkin, agar dapat dimengerti dan berguna dalam memenuhi tujuan serta kebutuhan dari pengguna.

desain antarmuka visual juga berfokus pada pengaturan dan penyusunan elemen-elemen visual yang dapat mengkomunikasikan tindakan dan informasi pada saat berinteraksi. Dengan begitu, desain antarmuka visual memanfaatkan kemampuan manusia untuk membedakan bentuk objek yang berbeda, dengan makna masing-masing, melalui perbedaan penampilan yang dimiliki antar satu sama lain (Cooper, 2014).

2.2.2.1 Pergerakan dan Perubahan Antar Waktu

Elemen-elemen visual yang tersusun dalam desain antarmuka visual dapat mengalami perubahan untuk mengkomunikasikan informasi, korelasi antara bagian informasi, perintah perhatian, transisi antar mode, dan efek konfirmasi dari sebuah perintah. Dengan begitu, elemen-elemen visual yang berubah dapat mengkomunikasikan informasi yang berbeda melalui penampilan visual yang berubah (Cooper, 2014).

2.2.2.2 Prinsip Desain Antarmuka Visual

Dalam menciptakan *visual interface design* atau desain antarmuka visual yang menarik dan mudah digunakan, terdapat delapan prinsip dasar

yang dapat membantu dalam memenuhi tujuan tersebut. Penjabaran dari setiap prinsip dasar desain antarmuka visual sebagai berikut (Cooper, 2014):

1) Menyampaikan Pesan/Mengkomunikasikan Merek

Media interaktif merupakan salah satu jalur dalam audiens untuk merasakan *brand experience*. Oleh karena itu pemahaman akan *brand promise* yang ingin diberikan melalui *brand* tersebut sebelum merancang desain *interface*, sehingga dapat ditentukan *experience attributes* yang dapat membentuk bagaimana interaksi dengan produk atau layanan yang ditawarkan dari *brand* tersebut. Sehingga, setiap media interaktif dapat merepresentasikan *brand promise* tanpa menghalangi atau mengganggu tujuan pengguna dalam berinteraksi dengan media.

2) Mengarahkan Pengguna Melalui Hirarki Visual

Penyusunan informasi yang berdasar pada tingkat kepentingan dari informasi tersebut, dapat dibentuk melalui pembentukan hirarki visual dan menetapkan hubungan (*established relationship*) antar informasi yang disampaikan. Melalui hirarki visual pengguna dapat menentukan dan membedakan informasi penting, informasi sekunder, hingga informasi yang hanya dibutuhkan dalam kondisi tertentu. Sehingga, informasi penting dalam media tersebut dapat secara instan diketahui oleh pengguna. Lalu, elemen-elemen visual yang memiliki fungsi dan tujuan serupa dapat disatukan menjadi sebuah kelompok dengan atribut visual serupa. Pengelompokan tersebut dapat menegaskan hubungan antara (*established relationship*) antara elemen visual yang serupa, dan membantu dalam membentuk hirarki visual yang lebih baik, dan membantu pengguna secara efektif mengidentifikasi tingkatan informasi dalam media.

3) Menyediakan Struktur dan Alur Visual pada Setiap Tingkatan Organisasi

Menciptakan dan mempertahankan struktur visual pada setiap bagian pada media interaksi, dengan tujuan agar pengguna dapat dengan mudah bernavigasi melalui setiap bagian dari media interaksi. Menciptakan struktur visual yang konsisten dapat dicapai melalui beberapa atribut, atribut-atribut serta penjabarannya adalah sebagai berikut:

- a) Sejajar dengan *grid*: penggunaan *grid* dapat membantu membentuk dan mempertahankan konsistensi dari sebuah struktur *layout*. Oleh karena itu, struktur *grid* dapat digunakan untuk memberikan empasis kepada elemen-elemen penting, sekaligus menyediakan ruang untuk elemen-elemen sekunder dan pelengkap. Melalui penggunaan *grid* yang konsisten, *visual interface* dapat meningkatkan *usability*, *efficiency*, dan *Aesthetic Appeal* bagi pengguna dalam berinteraksi dengan media.
- b) Menciptakan jalur yang logikal: Penyusunan elemen-elemen visual yang tertata dalam sebuah *grid*, harus memiliki struktur yang efisien untuk pengguna mengikuti alur visual dari *interface*. Alur visual tersebut memiliki sifat *logical path*, salah satu contoh yang dapat diterapkan untuk demografis pengguna yang merupakan orang barat, akan memiliki *logical path* dimana alur mata terbiasa melihat pertama pada bagian kiri atas lalu berakhir pada bagian kanan bawah.
- c) Menyeimbangkan elemen visual: Penggunaan keseimbangan simetris dalam antarmuka visual kurang dapat menciptakan hirarki visual yang dapat membantu alur pandangan pengguna. Sedangkan, penggunaan keseimbangan asimetris menciptakan titik masuk visual

(*visual entry points*) dan area layar utama (*major screen areas*) dalam sebuah antarmuka visual. Dengan begitu, alur pandangan pengguna dapat dimulai dari *visual entry points* dan mengalir ke seluruh bagian informasi pada media interaktif.

4) Memberitahu Apa yang Bisa Dilakukan Pengguna pada Layar yang Ditampilkan

Disaat pengguna berinteraksi dengan visual dalam *visual interface*, desain dari visual tersebut dapat membantu pengguna untuk menentukan interaksi dan aksi apa saja yang dapat dilakukan pada media tersebut. Salah satu cara untuk membantu pengguna dalam menentukan interaksi apa saja yang dapat dilakukan, adalah menggunakan *icon*. *Icon* dapat berperan untuk merepresentasikan fungsi atau kegiatan yang akan dilakukan jika berinteraksi dengan elemen visual tersebut. Sehingga *icon* dapat merepresentasikan aksi yang dilakukan, dan objek representatif dari aksi tersebut. Selain penggunaan *icon*, elemen visual yang merepresentasikan hasil dari interaksi dapat diperlihatkan, saat pengguna mendekati elemen visual tersebut.

5) Memberikan Respon terhadap Perintah

Memberikan respon saat pengguna telah melakukan interaksi dengan salah satu elemen visual dalam media interaktif. Perancangan visual hanya diperlukan jika respon dari aksi tersebut memiliki durasi proses waktu melebihi 10 detik, sehingga pengguna dapat mengidentifikasi bahwa perintah telah diterima dan sedang dalam proses, hingga proses dari perintah tersebut telah selesai. Perancangan visual terhadap respon tidak diperlukan jika perintah dan hasil memiliki proses yang instan.

6) Menarik Perhatian Kepada Informasi Penting

Memberikan empasis kepada informasi penting dalam sistem media interaksi. Empasis terhadap informasi tersebut dapat

diciptakan melalui kontras. Menggunakan elemen visual yang bersifat kontras dengan lingkungan visual sekitarnya, dapat menarik perhatian pengguna untuk berfokus kepada informasi penting tersebut. Perubahan yang muncul dalam lingkungan visual, seperti munculnya elemen visual baru yang bersifat kontras, akan memperingatkan dan menarik perhatian pengguna terhadap elemen visual yang baru muncul tersebut.

7) Meminimalisir Penggunaan Visual

Gangguan/*noise* visual dalam sebuah antarmuka visual, dapat berdampak pada gangguan atau hambatan dalam objektif primer dari media tersebut, yaitu komunikasi informasi. Gangguan tersebut disebabkan oleh penggunaan elemen visual yang berlebihan pada antarmuka visual tersebut. Contoh-contoh sumber gangguan/*noise* visual adalah sebagai berikut:

- a) Penggunaan ornamen dekoratif yang berlebihan.
- b) Penggunaan elemen visual 3D yang tidak merepresentasikan atau berkaitan dengan informasi yang disampaikan.
- c) Penyusunan elemen-elemen visual yang berkerumun.
- d) Penggunaan warna, tekstur, dan kontras dengan intensitas tinggi.
- e) Penggunaan warna yang berlebihan.
- f) Visual hirarki yang lemah.

8) Tetap Sederhana

Antarmuka visual yang baik dan efektif dalam mengkomunikasikan informasi kepada pengguna, memiliki karakteristik visual yang efisien, melalui penggunaan elemen-elemen visual yang memiliki relevansi dan keterkaitan dengan informasi yang disampaikan, dan mempertahankan konsistensi yang baik antar karakteristik elemen visual yang digunakan.

2.2.2.3 Prinsip Desain Visual Informasi

Dalam perancangan desain informasi, terdapat 2 tantangan terbesar. Tantangan tersebut mencakupi sulitnya menampilkan informasi dalam media dua dimensional, dan resolusi pada layar digital seringkali tidak dapat menampilkan informasi yang padat dengan baik. Oleh karena itu, terdapat tujuh prinsip dasar dalam memvisualisasikan informasi dengan baik. Penjabaran dari setiap prinsip dasar adalah sebagai berikut (Cooper, 2014):

1) Terapkan perbandingan visual

Menyediakan perbandingan variabel informasi yang berkaitan, atau menyediakan perbandingan skenario antar kondisi sebelum dan sesudah.

2) Tunjukkan kausalitas

Menampilkan dengan jelas hubungan antara variabel informasi, sehingga pengguna dapat mengidentifikasi penyebab dan sebab dari informasi yang ditampilkan.

3) Tampilkan beberapa variabel

Menampilkan berbagai variabel informasi yang berkaitan dengan satu sama lain. Dengan tujuan, pengguna dapat membandingkan setiap variabel dengan variabel informasi lainnya, yang saling berkaitan.

4) Mengintegrasikan teks, grafik, dan data dalam satu tampilan

Menampilkan data dan grafik seperti diagram data, bersamaan/berdekatan dengan text seperti legenda dan label, dapat meningkatkan efektifitas pengguna dalam menyerap informasi.

Penampilan diagram data dan label atau legenda secara terpisah, membutuhkan proses kognitif tambahan oleh pengguna, sehingga mengurangi efektifitas dan efisiensi penerimaan informasi.

5) Memastikan kualitas konten, relevansi, dan integritas

Menampilkan informasi secara lengkap, sehingga seluruh informasi dapat membantu pengguna dalam mencapai tujuan dalam menggunakan media informasi. Penampilan informasi yang

tidak lengkap dapat memberikan dampak negatif terhadap kepercayaan pengguna.

6) Tunjukkan benda-benda yang berdekatan dalam ruang, bukan bertumpuk dalam waktu

Dalam informasi menampilkan informasi yang berubah dan berdasar pada waktu, penampilan informasi tersebut lebih baik ditampilkan secara berdekatan. Jika perubahan setiap informasi ditampilkan secara satu per satu dan bertumpuk, pengguna akan menghadapi kesulitan dalam membandingkan informasi, karena berdasar pada ingatan jangka pendek terhadap informasi sebelumnya. Oleh karena itu, perubahan informasi ditampilkan secara bersamaan dan menggunakan jarak sebagai indikasi perubahan informasi.

7) Jangan de-kuantifikasi data yang dapat diukur

Penampilan informasi angka dalam kondisi tertentu, tidak diperlukan penggunaan elemen visual lain sebagai representasi. Penggunaan informasi angka dengan menggunakan angka, dapat membantu pengguna lebih efektif dan efisien dalam menerima informasi tersebut.

2.3 Teori Desain Informasi

Menurut Kim Baer (2008), Desain informasi secara tepat dapat dideskripsikan sebagai translasi data kompleks, tidak beraturan, dan tidak berstruktur, menjadi informasi yang bernilai dan memiliki makna. Informasi yang tidak terstruktur dan tidak beraturan tersebut hanya berupa sekumpulan data, dan dapat berupa gambar, teks, gerakan, dan suara. Melalui media informasi, perencanaan dan tujuan tercipta pada informasi yang tidak beraturan tersebut, sehingga pesan dari informasi tersebut dapat terkomunikasikan.

2.3.1 Jenis Desain Informasi

Terdapat lima jenis dasar dalam desain informasi, jenis desain informasi tersebut mencakupi media cetak (*printed matter*), grafik (*information*

graphic), desain lingkungan (*environmental*), desain eksperimental (*experimental*), dan media interaktif (*interactive media*). Penjabaran dari setiap jenis desain informasi sebagai berikut (Baer, 2008):

1) Media cetak

Desain informasi pada media cetak mengambil bentuk pada media hingga produk disekitar kita. Desain informasi yang baik pada media cetak memiliki indikasi dapat mengkomunikasikan informasi utama, dan memiliki daya tarik untuk dilihat dan dibaca oleh audiens (Baer, 2008).

2) Grafik informasi

Desain informasi dalam bentuk grafik tercipta atas kebutuhan manusia untuk memvisualisasikan, mengerti, dan mendeskripsikan hal-hal disekitar mereka. Grafik informasi yang baik dapat mengkomunikasikan pengertian konteks dan hubungan antar informasi, dengan begitu dapat terbentuk kesimpulan dan konklusi dari informasi yang dikomunikasikan (Baer, 2008).

3) Desain lingkungan

Desain informasi pada lingkungan, memiliki tujuan untuk menyampaikan informasi kepada audiens terhadap lingkungan disekitar mereka, sehingga audiens dapat memahami dan bergerak dalam lingkungan. Desain informasi lingkungan yang baik dapat berinteraksi dan membentuk sebuah rencana dari informasi yang luas (Baer, 2008).

4) Desain eksperimental

Desain informasi yang bersifat eksperimental dengan tujuan utama untuk mengekspresikan kreativitas, melakukan eksplorasi dan koneksi baru terhadap desain informasi. Desain informasi eksperimental merupakan hasil dari ketiga hal tersebut yang menciptakan cara-cara baru dalam merepresentasikan ide-ide dan inovasi (Baer, 2008).

5) Media interaktif

Desain informasi pada media interaktif dan berdasar pada layar digital, memberikan pengalaman kepada pengguna untuk mengeksplorasi konten melalui berbagai cara. Namun dalam mengkomunikasikan informasi, diperlukan struktur dan jalur untuk pengguna menerima informasi (Baer, 2008).

2.4 Teori Ilustrasi

Menurut Alan Male (2017), Ilustrasi memiliki tujuan untuk mengkomunikasikan pesan konseptual yang spesifik kepada audiens. Dengan tujuan tersebut, ilustrasi dapat memenuhi berbagai kebutuhan komunikasi visual yang spesifik, dan menjadi bahasa visual yang berpengaruh. Dalam penerapan. Nalar dan intelek visual dapat berkembang melalui buku cerita anak, identitas visual dari sebuah *brand* yang tawar dan kurang bernyawa, dapat memiliki daya tarik kepada audiens melalui ilustrasi yang dapat membawa mereka ke dunia imaginasi masing-masing. Oleh karena itu ilustrasi memiliki peluang kreatif yang tidak terbatas.

2.4.1 Bahasa Visual

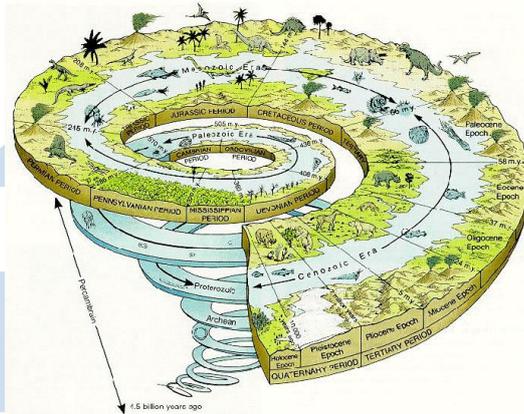
Bahasa visual yang mengidentifikasi akan tanda atau ikonografi seseorang disebut dengan *style*. *Style* juga dapat merujuk pada klasifikasi genre yang dimiliki dari sebuah ilustrasi. Terdapat dua klasifikasi dasar terhadap bahasa visual yang digunakan dalam praktik ilustrasi. Klasifikasi tersebut mencakupi ilustrasi literal dan ilustrasi konseptual. Ilustrasi literal merepresentasikan kebenaran dari objek yang di gambar, dan mengandung deskripsi yang akurat terhadap realitas. Sedangkan, ilustrasi konseptual menggunakan metafora dalam menggambarkan objek, ide atau teori. Ilustrasi literal dan konseptual dapat digunakan ke dalam lima praktik dalam pengaplikasian ilustrasi, kelima praktik tersebut mencakupi *information*, *commentary*, *narrative fiction*, *persuasion*, dan *identity* (Male, 2017).

2.4.2 Metafora Visual

Metafora visual dalam ilustrasi merujuk pada visual perumpamaan sebagai sesuatu yang konseptual atau memiliki konsep, hal ini juga merujuk pada menggambarkan atau mengilustrasikan sebuah pesan atau konten melalui beberapa ide dan metode komunikasi, ilusi, simbolisme, dan ekspresionisme. Melalui bahasa visual yang mengandung metafora visual, segala praktek ilustrasi dapat memiliki rekonstruksi dramatis. Sehingga, ekspresi dari sebuah ide dalam ilustrasi menjadi lebih dominan, dibanding penggambaran yang bersifat literal (Male, 2017).

2.4.3 Diagram

Diagram dalam ilustrasi merujuk pada ilustrasi dari sebuah objek, sistem, atau proses organik dan anorganik yang digambarkan jauh dari kenyataan/realita karakteristik yang digambar. Diagram dapat direpresentasikan dalam bentuk grafik dan simbol, yang dapat dengan jelas mengkomunikasikan informasi dan pesan yang ingin disampaikan. Penggambaran yang jauh dari realita karakteristik objek yang digambar dan sering kali menggunakan metafora visual, dikarenakan penggambaran literal belum dipastikan dapat menyampaikan informasi yang bersifat kompleks, oleh karena itu diperlukan penggambaran yang bersifat konseptual untuk merepresentasikan informasi yang bersifat kompleks tersebut. Penggunaan grafik dan simbol sebagai representasi konseptual dalam penggambaran diagram dapat berubah-ubah, mengikuti kebutuhan komunikasi informasi dari diagram tersebut, namun penggunaan grafik dan simbol akan dapat meningkatkan peran dari diagram tersebut sebagai media komunikasi informasi (Male, 2017).

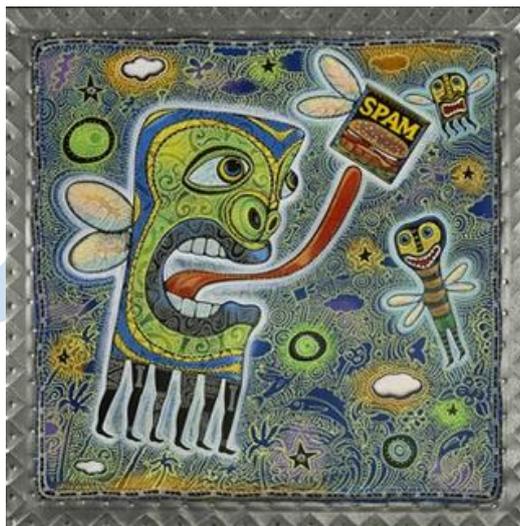


Gambar 2.10 Contoh Ilustrasi *Diagram* yang Menggambarkan Alur Waktu Geologik Bumi

Sumber: <http://publish.illinois.edu/geologic-time/>

2.4.4 Abstraksi

Abstraction atau abstraksi, dalam ilustrasi merujuk pada ilustrasi yang digambarkan secara absurd, tidak sesuai dengan kenyataan dari objek yang digambar, dan tidak terkait dalam representasi apapun. Sering kali *abstraction* dalam ilustrasi tertanam dalam klasifikasi ilustrasi kontemporer, dan menciptakan perubahan atau pergeseran dalam prinsip seni visual dan komunikasi. Melalui *abstraction*, ilustrator dapat memahami dan mengembangkan ide serta merancang konsep secara utuh (Male, 2017).



Gambar 2. 11 Contoh Ilustrasi Abstrak Karya Joel Nakamura

Sumber: <https://discovernikkei.org/en/journal/2010/6/22/joel-nakamura/>

2.4.5 Ilustrasi untuk Informasi

Ilustrasi dapat berfungsi sebagai medium instruksi, referensi, edukasi dan eksplanasi yang baik. Dimana, informasi dapat lebih mudah dan cepat diterima saat disampaikan melalui komunikasi visual, dengan penggunaan ilustrasi yang dapat membuat penyerapan informasi menjadi lebih menarik dan menghibur. Informasi yang menggunakan medium ilustrasi dapat digunakan dalam berbagai tingkatan informasi, mulai dari menjelaskan dan mendeskripsikan sebuah praktisi, hingga memberikan arahan atau petunjuk. Dengan begitu, ilustrasi informasi merupakan ranah yang dapat mencakup seni visual dan komunikasi yang menjelaskan dan menguraikan informasi (Male, 2017).

2.5 *Voluntary Childlessness*

Menurut Gilla Shapiro (2014) seorang psikolog dan peneliti ilmu *Social Determinants of Health*, melalui jurnal penelitiannya yang berjudul “*Voluntary childlessness: A critical review of the literature*”, *Voluntary Childlessness* merupakan bagian dari klasifikasi keluarga non-tradisional, dan memiliki istilah atau penamaan yang bervariasi seperti *intentionally childless*, *childless by choice*, *unchilded*, *non-mother*, *non-father*, *without child*, dan *childfree*. Kata “*childlessness*” itu sendiri merujuk pada ketidakmampuan seseorang atau pasangan untuk memiliki anak yang dikarenakan berbagai faktor seperti faktor personal, biologis, dan situasional. Sedangkan, *voluntary childlessness* merupakan bentuk keputusan aktif yang berupa komitmen berkelanjutan atau abadi terhadap memilih untuk tidak menjadi orang tua atau memiliki anak.

Voluntary Childlessness sebagai salah satu bentuk dari keluarga non-tradisional, menuai perdebatan pada setiap kalangan. Mulai dari perdebatan secara akademik, media massa, hingga politik. Namun, *voluntary childlessness* merupakan segmen yang mengalami peningkatan dalam populasi *childless*. Walaupun memiliki populasi yang masih sedikit, istilah dan konsep *childfree* dapat berkembang, terdukung, dan saling terhubung dengan ruang lingkup internasional, melalui sosial media (Shapiro, 2014).

2.5.1 Siapa yang Memilih untuk Tidak Memiliki Anak?

Perdebatan utama dalam topik *voluntary childlessness*, adalah siapa atau karakteristik individu seperti apa yang memilih untuk tidak memiliki anak. Melalui riset yang dilakukan oleh Tanturri dan Mencarini pada tahun 2008, wanita-wanita Italia yang memilih *voluntary childlessness* datang dari keluarga yang relatif kecil. Selain itu, melalui riset yang dilakukan oleh DeOllos dan Kapinus pada tahun 2022, menyatakan bahwa wanita yang memilih *voluntary childlessness*, hidup di daerah perkotaan dan kurang religious. Religiusitas dapat menjadi faktor dalam keputusan *voluntary childlessness* tersebut, dikarenakan religi barat cenderung mendorong dan menganjurkan akan nilai-nilai budaya tradisional dan tingkat fertilitas yang tinggi pada seorang Wanita (Shapiro, 2014).

Pada riset yang dilakukan oleh Keizer tahun 2008, menyatakan bahwa adanya korelasi tingkat pendidikan pada individual yang memilih untuk tidak memiliki anak, dan sering kali datang dengan individual yang memiliki tingkat pendidikan tersier, seperti universitas. Dengan memiliki pendidikan yang tinggi, melalui riset yang dilakukan oleh Bachu pada tahun 1999, menyatakan bahwa tingkat pendidikan yang tinggi dan menghasilkan karir atau pekerjaan, memiliki korelasi dengan keputusan *voluntary childlessness*. Melalui penelitian tersebut juga dinyatakan bahwa, Wanita *voluntary childlessness* cenderung direpresentasikan dengan individual dengan pekerjaan profesional atau manajemen, serta memiliki pendapatan yang tinggi. Walaupun begitu melalui riset McAllister dan Clarke pada tahun 1998, menyatakan bahwa individual yang memilih untuk tidak memiliki anak, tidak memfokuskan atau mengidentitaskan dirinya terhadap pekerjaan mereka. Individual tersebut cenderung lebih menghargai kualitas hidup dibanding dengan karir mereka (Shapiro, 2014).

2.5.2 Mengapa Individu Memilih untuk Tidak Memiliki Anak?

Fokus perdebatan selain siapa yang memilih untuk *voluntary childlessness*, adalah mengapa individual tersebut memutuskan untuk hidup tidak memiliki anak. Melalui riset yang dilakukan oleh Houseknecht pada tahun 1987, menyatakan rasional dari individual yang tidak ingin memiliki anak sebagai kebebasan dari tanggung jawab memiliki anak; peluang yang lebih besar untuk pemenuhan diri dengan mobilitas yang spontan; hubungan suami istri yang lebih memuaskan; pertimbangan terhadap karir wanita dan keuangan; kekhawatiran terhadap pertumbuhan populasi; ketidaksukaan terhadap anak-anak; keraguan terhadap kemampuan untuk menjadi orang tua; keraguan terhadap kondisi fisik pasca melahirkan; dan keraguan terhadap anak dikarenakan faktor-faktor masalah global (Shapiro, 2014).

Penelitian lebih lanjut oleh Graham pada tahun 2013, menyatakan bahwa wanita-wanita yang memilih untuk tidak memiliki anak dikarenakan oleh rasa tidak pernah ingin menjadi orang tua, tidak dalam “hubungan” yang tepat untuk memiliki anak, atau partner hubungan tidak ingin memiliki anak. Oleh karena itu, bentuk dari hubungan dapat menjadi salah satu kunci dalam faktor individual untuk menentukan keinginan untuk memiliki anak atau tidak. Melalui penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan salah satu faktor atau motivasi terbesar dalam individual untuk menentukan tidak ingin memiliki anak adalah keinginan untuk bebas. Kebebasan dari tekanan dan tanggung jawab sebagai orang tua, dan kebebasan untuk berfokus pada pengembangan diri dan pemenuhan diri (Shapiro, 2014).

2.5.3 Apa Konsekuensi dari Pilihan untuk Tidak Memiliki Anak?

Aspek selanjutnya dalam perdebatan mengenai fenomena *childfree*, adalah apakah keputusan *childfree* tersebut memiliki konsekuensi yang bermanfaat atau merugikan pada kesehatan fisik dan mental dari individual tersebut. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Park pada tahun 2005, menyatakan bahwa sangatlah umum untuk berasumsi bahwa individu *childfree* kurang mendapat dukungan sosial dan hubungan emosional, sehingga

merasakan diskriminasi atau isolasi dari lingkungan sosial. Namun, Park juga menyatakan bahwa, Manula (manusia lanjut usia) yang tidak memiliki anak, tidak mengalami kurangnya pemenuhan dan kepuasan hidup jika dibandingkan dengan manula yang memiliki anak. Hal tersebut didukung melalui penelitian yang dilakukan oleh McMullin dan Marshall pada tahun 1996 yang menyatakan bahwa, Manula yang tidak memiliki anak cenderung memiliki stress yang lebih kecil di hidup mereka, dibandingkan dengan manula yang memiliki anak (Shapiro, 2014).

Para peneliti juga melakukan penelitian mengenai korelasi ketidakmilikan anak pada wanita dengan kondisi kesehatan fisik wanita tersebut. Melalui penelitian yang dilakukan oleh Mettlin pada tahun 1999, membahas mengenai data yang ditemukan dalam korelasi pada wanita yang tidak memiliki anak dengan kematian yang disebabkan oleh kanker payudara. Namun melalui penelitian yang dilakukan oleh Park pada tahun 2002 dan Snitow pada tahun 1992, menyatakan bahwa informasi-informasi medis yang berkorelasi dengan ketidakmilikan anak, sering kali digunakan sebagai senjata kepada wanita-wanita yang berumur lebih muda, dan menyatakan bahwa menunda kepemilikan anak atau tidak memiliki anak dapat beresiko menyebabkan kondisi fisik seperti infertilitas, kontraksi endometriosis, dan kanker alat reproduksi (Shapiro, 2014).

2.5.4 Stigmatisasi dari Gaya Hidup Tanpa Memiliki Anak

Aspek terakhir dalam perdebatan mengenai fenomena *childfree*, adalah stigma-stigma yang didapat dalam memutuskan untuk *voluntary childlessness*. Menurut Chancey dan Dumais pada tahun 2008, stereotipe yang diberikan kepada individual *childfree* oleh lingkungan sosial, di dominasi oleh stereotipe negatif, dan telah ada serta konsisten sejak tahun 1970-an. Dimana wanita yang *childless* atau tidak bisa memiliki anak, sering kali dikasihani atas kondisi mereka. Sedangkan, wanita yang memilih untuk tidak memiliki anak diterima dan dipandang lebih negatif (Shapiro, 2014).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Park pada tahun 2002, Carey pada tahun 2009, dan Veevers pada tahun 1974 menyatakan bahwa individual *voluntary childlessness* dilihat oleh publik sebagai individual yang kurang dapat mengasuh, tidak diinginkan secara sosial, egois, individualistic, kurang bertanggung jawab, materialistik, dan kurang dewasa. Lalu Burkett pada tahun 2002 menyatakan bahwa, individual *voluntary childlessness* sering kali dituduh sebagai beban sosial, “*free-riding*”, dan berlaku curang terhadap sistem kesejahteraan yang ada (Shapiro, 2014).

Studi kualitatif dilakukan oleh Gillespie pada tahun 2002, terhadap wanita-wanita yang menyatakan dirinya *voluntary childlessness*, dan menyatakan bahwa keputusan untuk tidak memiliki anak oleh wanita-wanita tersebut, dipandang oleh publik dengan ketidakpercayaan, pengabaian, dan dilihat seperti keputusan yang menyimpang. Lalu Park pada tahun 2002 menyatakan bahwa, wanita yang memilih untuk tidak memiliki anak, mendapat stigma-stigma yang lebih banyak, disbanding dengan pria yang memilih untuk tidak memiliki anak (Shapiro, 2014).

