

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Desain Grafis

Menurut Landa (2018), desain grafis merupakan bentuk penggambaran visual yang dirancang untuk menyampaikan informasi kepada konsumen visual agar dapat dibaca dan diakses, atau untuk mempengaruhi orang.

2.1.1 Elemen Desain

Menurut Landa (2013), elemen dari desain terbagi menjadi 4 elemen yaitu elemen garis, elemen bentuk, elemen warna, dan elemen tekstur.

1) Garis

Garis adalah unsur dasar desain grafis terbentuk dari serangkaian titik-titik yang saling berjejeran memanjang. Dengan menarik garis dari titik satu ke titik lainnya sebuah garis dapat membentuk objek yang utuh. Sebuah garis dinilai dari panjangnya dan bukan dari lebar sebuah garis.

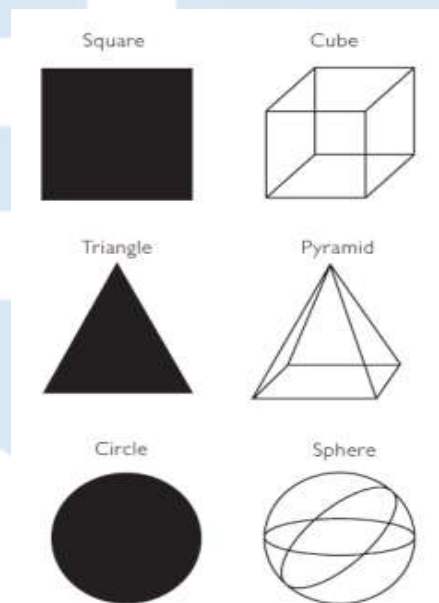


Gambar 2.1 Garis

Sumber: Landa (2013)

2) Bentuk

Bentuk adalah elemen visual yang dapat dibentuk dari garis, warna, dan tekstur. Suatu bentuk dapat tampak rata atau datar karena merupakan perpaduan dari elemen garis yang membentuk bidang dua dimensi. Kita juga dapat mengukur bentuk dengan tinggi dan panjang garis yang membentuk keseluruhan bidang.



Gambar 2.2 Bentuk
Sumber: Landa (2013)

3) Warna

Unsur keindahan dalam seni disebut warna. Warna adalah bagian dari cahaya dan merupakan desain yang sangat indah dan unik. Mata manusia dapat melihat berbagai jenis warna. Warna dapat dihasilkan oleh pantulan cahaya dari benda-benda di sekitar kita, dari pantulan cahaya kita melihat sebuah warna.



Gambar 2.3 Warna

Sumber: Landa (2013)

4) **Tekstur**

Tekstur adalah representasi permukaan objek, tekstur juga disebut nilai sentuhan. Tekstur dibagi menjadi dua bagian tekstur realistis yaitu tekstur yang dapat dirasakan dengan menyentuh kulit secara langsung dan tekstur visual adalah ilusi tekstur dunia nyata yang diciptakan menggambar, melukis, fotografi, dll.



Gambar 2.4 Tekstur

Sumber: Landa (2013)

2.1.2 **Prinsip Desain**

Dalam proses pengerjaan atau perancangan suatu desain, terdapat prinsip desain yang harus diperhatikan dan diterapkan. Menurut Landa

(2013) terdapat enam prinsip desain yaitu : format, *Balance*, *visual hierarchy*, *rhythm*, *unity*, dan *Laws of Perceptual Organization*.

1) **format**

Format adalah batasan ukuran untuk berbagai bidang yang digunakan sebagai ukuran standar selama mendesain. Format juga menjadi area kerja untuk seorang desainer. Contoh dari format adalah format poster, brosur, cover majalah, *billboard*, dll.

2) ***Balance***

Keseimbangan atau *balance* adalah penempatan bobot visual yang terbagi atau disusun secara merata pada komponen atau sebuah elemen desain dan menciptakan sebuah kesetaraan dalam setiap komposisi desain.

3) ***Visual Hierarchy***

Hirarki visual adalah prinsip yang memprioritaskan perhatian terhadap visual dengan penekanan, sehingga membuat alur bacaan atau panduan bacaan sesuai dengan urutan bacaan.

4) ***Rhythm***

rhythm adalah prinsip yang berbentuk pengulangan elemen visual yang mampu mengembangkan sebuah aliran visual yang berkelanjutan. *Rhythm* dibuat dari hasil pengulangan unsur - unsur desain yang bervariasi seperti dari segi bentuk, ukuran, dan posisi sehingga dapat membuat pola ritmis yang dapat mengalihkan penglihatan *audience* dari satu pola ke pola lainnya.

5) ***Unity***

Unity adalah keadaan di mana semua elemen visual saling terkait dan saling terhubung sehingga menciptakan karya dengan tema yang kuat.

6) *Laws of Perceptual Organization*

Menurut Landa (2013) hukum persepsi visual terbagi menjadi enam yaitu : *Similarity*, *Proximity*, *Continuity*, *Closure*, *Common Fate*, dan *Continuing Line*.

1. *Similarity*

Unsur elemen visual yang memiliki kesamaan dalam karakter bentuk, warna, dan tekstur sehingga tampak sebagai satu kesatuan.

2. *Proximity*

Elemen- elemen yang saling memiliki jarak berdekatan sehingga seperti gabungan.

3. *Continuity*

Elemen yang berurutan dan berkelanjutan sehingga membuat koneksi dan memberi kesan saling berkelanjutan.

4. *Closure*

Persepsi terhadap berbagai unsur yang tersusun tidak beraturan tetapi tampak tersusun dalam bentuk atau objek tertentu dan keinginan untuk mengintegrasikan elemen ke dalam bentuk, unit atau pola keseluruhan.

5. *Common Fate*

Kecenderungan elemen untuk bergerak ke arah yang sama atau dipindahkan ke arah yang sama, dan terlihat seperti unsur yang sama dan memiliki kesatuan.

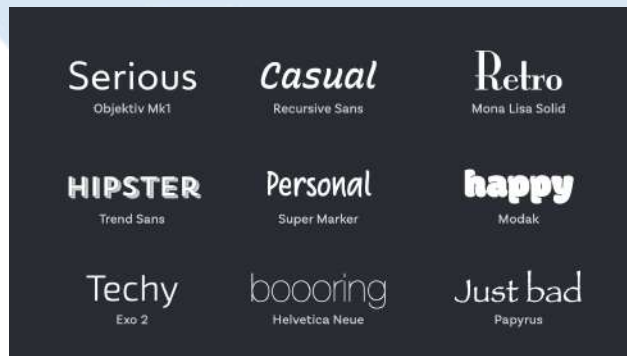
6. *Continuing Line*

Garis yang terputus dan tersusun membentuk elemen visual yang berkelanjutan.

2.1.3 Tipografi

Menurut Landa (2013), *typeface* adalah kelompok gaya desain yang menjadi satu unit properti visual. Jenis properti visual ini mempertahankan karakter dasar dari karakter yang dapat dikenali bahkan setelah karakter tersebut diubah - ubah atau dimodifikasi. *Typeface* juga termasuk huruf, angka, simbol, karakter, dan tanda baca.

Keterbacaan dan *legibility* adalah faktor penting yang dipertimbangkan saat memilih *font*. Tingkat keterbacaan harus sangat diperhatikan oleh seorang desainer sehingga teks bisa dengan mudah terbaca. Selain itu, seorang desainer juga harus memperhatikan *legibility* sehingga karakter dalam *font* tersebut mudah dikenali dan ciri khas masing-masing karakter mudah dibedakan dengan karakter lainnya.

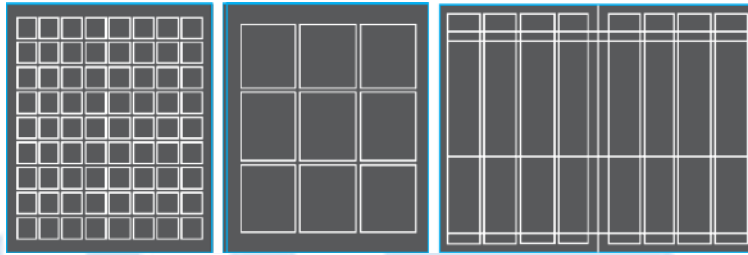


Gambar 2.5 Contoh Typecafe

Sumber: <https://pimpmymtype.com/display-text>

2.1.4 Grid

Menurut Landa (2010) *grid* adalah pedoman berbentuk garis yang digunakan untuk membuat dasar dari sebuah komposisi yang tersusun oleh garis *vertikal* dan *horizontal* untuk membagi ruang kerja menjadi margin dan kolom. *Grid* menjadi sebuah dasar untuk struktur majalah, buku, koran, dll. Sehingga jenis teks, visual dan elemen - elemen desain, ilustrasi, fotografi, dan ilustrasi pada media cetak atau digital disesuaikan dan diatur dalam *grid*.



Gambar 2.6 Grid

Sumber: Landa (2010)

grid terbagi menjadi beberapa jenis atau struktur *grid* seperti *single column*, *multi column*, *modular grids*, *heirarchical grids*, *baseline grids*, dan *compound grids*. Setiap struktur *grid* memiliki perbedaan dalam penggunaannya serta penempatannya, tetapi perbedaan itu tidak merubah kegunaan atau fungsi dari *grid*.

A. *Single column grid*

Single column merupakan bentuk *grid* paling sederhana dikarenakan hanya terdiri dari satu kolom yang menjadi pedoman dalam desain. *Grid* ini biasanya digunakan ketika teks merupakan fitur utama dari halaman seperti buku atau esai akan tetapi bisa digunakan juga dalam desain.

2.1.5 Digital imaging

Menurut (Gonzalez, 2002), *digital imaging* adalah suatu metode yang digunakan untuk memproses atau memanipulasi gambar dalam bentuk 2 dimensi atau dapat juga diartikan sebagai segala kegiatan atau cara untuk memperbaiki atau mengubah sebuah gambar. Terdapat empat klasifikasi dalam pengolahan *digital imaging* yaitu point, area, geometric, dan frame, dimana terdapat teknik - teknik dasar dalam pengolahan gambar seperti : *masking*, *adding*, *subtracting*, *contrast stretching*, *convolution*, *blurring*, *scaling*, *rotation*, dan *mirroring*.

2.2 Promosi

Menurut Kotler dan Keller (2014), promosi adalah sebuah proses atau bagian dari strategi pemasaran dan bentuk dari bagaimana berkomunikasi dengan benar, juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dan masyarakat umum untuk melakukan aktivitas pembelian atau penggunaan produk yang sesuai.

2.2.1 Tujuan promosi

Menurut Landa (2013), tujuan utama periklanan adalah untuk menginformasikan, membujuk, mempengaruhi, mengubah karakteristik serta mengingatkan konsumen akan produk atau jasa yang disediakan atau dijual perusahaan. Dengan adanya promosi yang dilakukan oleh perusahaan diharapkan dapat meningkatkan penjualan jasa atau produk perusahaan.

2.2.2 Promosi online

Menurut Kotler dan Armstrong (2008), promosi online adalah kegiatan atau usaha dari sebuah perusahaan untuk menawarkan serta memperkenalkan produk atau jasa yang dimiliki perusahaan serta membuat dan mempererat hubungan dengan konsumen melalui Internet.

2.2.3 Media promosi

Menurut Nur Eli Brahim (2021), media promosi digunakan dalam pengertian secara umum sebagai salah satu media yang digunakan untuk mengkomunikasikan produk, jasa, gambar, bisnis, dll, serta membuat produk dan jasa yang ditawarkan perusahaan lebih dikenal masyarakat luas. Media promosi juga menjadi sarana komunikasi seperti teks dan foto.

1) Through The Line

TTL adalah kombinasi dari strategi ATL dan BTL. Jadi dengan teknologi canggih saat ini, ATL dan BTL menjadi semakin bias atau sedikit sulit untuk dibedakan. Oleh sebab itu terbentuk istilah baru TTL di dunia marketing. Misalnya, beberapa aktivitas mungkin menggunakan BTL, tetapi juga menyertakan elemen

ATL. Sebaliknya, beberapa tidak hanya menggunakan BTL, tetapi juga mengandung elemen ATL.

2.2.4 Social Media Marketing

Menurut Kotler dan Armstrong (2018), *Social Media Marketing* adalah bentuk dari sebuah promosi secara langsung maupun tidak langsung yang digunakan untuk membangun kesadaran, ingatan, dan tindakan *brand*, perusahaan, produk, atau orang termasuk web sosial seperti blog, bookmark, *social media*, dan *sharing content*. Kemajuan teknologi baru-baru ini telah mengantarkan era digital. Penggunaan Internet dan teknologi baru lainnya sangat berdampak besar pada produsen dan konsumen yang melayani mereka.

2.3 Fotografi

Langford (2010), Fotografi kini sudah menjadi bagian dari keseharian kita dan merupakan hasil perpaduan kreasi visual dan imajinasi kita. Peran fotografi dalam kehidupan kita cenderung dibandingkan dengan representasi dan komunikasi yang ada. Foto dianggap sebagai bukti visual, identifikasi, dan serupa dengan diagram peristiwa. Fotografi juga menjadi salah satu media yang berdampak cukup besar di media periklanan, terutama karena keasliannya atau kemampuannya untuk menyampaikan pesan.

2.3.1 Prinsip dasar fotografi

Fotografi pada dasarnya menangkap cahaya dengan sensor atau film dalam kamera. Hal yang menjadi pertimbangan terpenting dalam Teknik Pemotretan adalah faktor pencahayaan. Oleh karena itu, sinar atau cahaya yang diterima dari objek harus cukup untuk terekam pada film. Sehingga teknik pemotretan adalah teknik mengambil foto berkualitas tinggi dengan menggabungkan elemen, *aperture* dan *shutter speed* (kecepatan rana).

2.3.2 Komposisi fotografi

Menurut Esenberger (2012) Komposisi fotografi adalah susunan, nada, garis, tekstur, dan kontras yang disusun dalam sebuah format. Komposisi fotografi dibagi menjadi 7 jenis yaitu : komposisi grafik, komposisi tradisional, komposisi bali, surealisme dalam komposisi, foto komposit, komposisi modern, dan menyimpang dari ide konvensional.

2.3.3 Food Photography

Menurut Ambarsari (2014), *food* fotografi adalah bagian dari seni fotografi yang ditujukan untuk memotret semua jenis makanan yang dirancang atau disusun sebaik mungkin sehingga dapat memperlihatkan keunikannya, sehingga hanya dengan sebuah gambar dapat mewakili keunikan atau lezatnya sebuah makanan tanpa bercerita.

2.3.4 Fotografi Still Life

Menurut Paulus & Lestari (2012), *Still Life photography* adalah teknik fotografi yang menciptakan sebuah gambar benda mati agar tampak lebih hidup dan menyampaikan sesuatu atau berbicara. Contohnya seperti membuat makanan tampak lezat, hangat, dingin, dan menarik. Kata "*Still*" sendiri berarti benda mati, sedangkan kata "*life*" berarti hidup yang kalau digabungkan memberi konteks "tampak hidup".

2.4 Ilustrasi

Menurut Male (2007), ilustrasi adalah Gambar secara harfiah yang digunakan untuk memperjelas atau mengisi. Ilustrasi adalah elemen grafis yang sangat penting dan dapat direpresentasikan dalam bentuk garis atau goresan dan titik sederhana hingga kompleks. Ilustrasi adalah subjek terpisah dengan jalur sejarah tertentu dan perkembangan dalam aktivitas artistik.

2.4.1 Fungsi ilustrasi

Menurut Male (2007), ilustrasi terbagi menjadi beberapa kegunaan atau fungsi yaitu : *Documentation, Reference and Instruction, Commentary, Storytelling, Persuasion, dan Identity.*

2.4.1.1 *Persuasion*

Ilustrasi iklan cenderung kaku (bukan bentuk bebas) karena harus menggambarkan tema dan konsep ilustrasi untuk mempromosikan sebuah iklan. Perancangan ilustrasi iklan mengharuskan ilustrator membuat ilustrasi iklan yang sesuai dengan jadwal dan dengan tenggat waktu yang ketat. Iklan ilustrasi biasanya menggunakan gaya ilustrasi yang terbilang sedikit karena harus menyesuaikan dengan ide dan konsep iklan.

2.5 *Videography*

Menurut Sukiman (2012), *videography* adalah rekaman atau lukisan gambar hidup yang bergerak dan memiliki suara yang dapat ditayangkan lewat alat pemutar *video*. *Video* berasal dari bahasa Latin, *video -vidivisium* yang memiliki arti melihat atau dapat melihat. Media *video* merupakan salah satu media *audio visual*. Media *audio visual* adalah media yang menggunakan indera pendengaran dan penglihatan.

2.5.1 *Angle*

Berbagai macam sudut pandang berdasarkan posisi kamera terhadap subjek disebut juga *angle*. *Angle* adalah sudut atau posisi pengambilan gambar atau *video*. Penentuan *angle* yang tepat berpengaruh terhadap sudut pandang *audience* serta dapat membantu mengambil adegan dengan cara yang lebih baik. Terdapat berbagai macam *angle* yang bisa digunakan seperti : *Normal angle, high camera angle, low camera angle, bird eye view, subjective camera angle, objective camera angle, dan eye level angle*.

2.5.2 *Eye level angle*

Dalam pengambilan gambar atau *video* dalam *eye level angle*, kamera diletakan sejajar dengan objek sehingga memberi kesan penglihatan normal seperti kita sedang melihat langsung objek yang dimaksud, dengan begitu *audience* bisa melihat objek secara normal atau *point of view* dan bisa merasakan *ambience* yang dihasilkan.