

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Perancangan

Syifaun Nafisah (2003, dalam BAMAI UMA, 2022) mengatakan bahwa perancangan adalah sebuah proses yang dimulai dari menggambar, merancang, dan membuat gambaran awal, serta mengatur beberapa elemen yang terpisah menjadi sebuah satu kesatuan yang membentuk sebuah sistem. Riswanto (2018) menyimpulkan, bahwa perancangan adalah proses lanjutan dari tahap analisis, untuk membuat sebuah rancangan berdasarkan hasil dari tahap analisis tersebut. Berdasarkan pendapat dari Poesokokeo (2018), perancangan adalah proses menerjemahkan sebuah informasi, baik itu data, sebuah ide, atau gagasan, menjadi sebuah produk yang dapat digunakan oleh orang lain.

#### 2.2 Media

Aldella (2015:11) dalam buku yang berjudul “The Power of Media“ mengungkapkan bahwa media adalah suatu tempat yang digunakan untuk mencari dan menerima informasi untuk kebutuhan masing-masing. Aldella mengutip pernyataan Hamidjojo (1980) yang mengatakan bahwa media adalah berbagai macam bentuk penghubung untuk menyebarkan ide, agar ide tersebut dapat sampai kepada penerima (receiver). Utari (2015, pp. 65) mengemukakan bahwa karena adanya media, manusia menjadi lebih mengetahui informasi yang beredar.

Media terbagi menjadi tiga, seiring dengan berkembangnya zaman, yaitu:

##### 2.2.1. Media Cetak

Media yang pertama kali digunakan adalah media cetak, yaitu sebuah perantara yang menggunakan tulisan, kemudian dicetak menjadi sebuah majalah atau koran untuk menyampaikan pesan. (Nisa, 2015, pp. 144). Syahputra (2019, pp. 22) mengatakan bahwa perkembangan dari percetakan, dan berkembangnya produksi cetak merupakan sebuah era awal dari revolusi komunikasi yang dimulai pada pertengahan abad ke-18 di

Eropa. Syahputra melanjutkan bahwa tahap ini adalah tahap kedua dari perkembangan media massa, yang disebut dengan tahap industri, yang melahirkan berbagai jumlah media yang semakin meluas, dan berkurangnya kepemilikan pribadi. Tahapan sebelumnya, dinamakan tahap tradisional, dimana proses pencetakan media dilakukan dengan skala kecil, dan lebih bersifat pribadi. Tahap tradisional, atau tahap praindustri media massa, terlihat dari penggunaan tulisan tangan, atau pembuatan buku yang ditulis tangan sebagai bagian dari kegiatan gereja.

### **2.2.2. Media Elektronik**

Setelah adanya media cetak, berbagai macam media elektronik, misalnya radio dan televisi pun bermunculan. Media elektronik diartikan sebagai media yang penyampaian pesannya lebih cepat karena dilakukan secara real-time (Nisa, 2015, pp. 144). Syahputra (2019, pp. 23) mengatakan bahwa tahapan ini adalah tahap pascaindustri, dimana listrik memberikan pengaruh besar terhadap media elektronik. Syahputra melanjutkan, bahwa keberadaan listrik mulai dirasakan perannya pada akhir abad ke-19. Pada saat itu, penggunaan telegraf dan telepon memberikan dampak besar, karena mempersingkat jarak dan waktu.

Pada akhir abad ke-19 tersebut, James Maxwell berteori mengenai sebuah muatan listrik yang dikelilingi oleh medan listrik dan magnetik yang bervariasi, dan sirkuit listrik lain yang dirancang untuk beresonansi dalam frekuensi yang sama akan mendeteksi medan elektromagnetik tersebut. Teori tersebut didukung oleh Heinrich Hertz, dengan mendemonstrasikan bahwa gelombang radio dan gelombang cahaya dapat digunakan untuk berkomunikasi tanpa adanya kabel.

Setelah radio, muncul media massa lainnya yang hingga saat ini masih populer, yaitu televisi (Goonasekera, 2002; Syahputra, 2019). Perkembangan televisi dimulai pada tahun 1870-an dimana Edward Muybridge bereksperimen dengan alat yang menciptakan sebuah ilusi gerak dengan memakai gambar-gambar yang ditempatkan di sekeliling pinggiran secara urut, kemudian diputar dengan cepat. Pada tahun 1930, televisi

sudah mencapai tahap perkembangan komersial, walaupun masih terdapat kontroversi.

Flew (2008, dalam Syahputra, 2019, pp. 26) mengatakan bahwa media yang memuat berbagai jenis informasi, seperti gambar, tulisan, suara, maupun video yang tersaji dalam satu laman dapat menyebar dengan mudah dan cepat. Namun, perkembangan tersebut membuat perubahan yang radikal dalam dunia produksi, distribusi, konsumsi, penyediaan, dan semua proses bentuk informasi.

### **2.2.3. Media Baru**

Kemudian, media yang digunakan oleh masyarakat sekarang adalah media sosial, atau dapat disebut sebagai media online, dimana para pengguna dapat dengan mudah membagikan berbagai informasi apapun. Media sosial atau media online ini dapat berupa web blog ataupun jejaring sosial. (Nisa, 2015, pp. 144). Sedangkan, Syahputra menyebutkan sebagai media baru (*new media*) berdasarkan para peneliti, karena kebaruan media baru adalah bagian dari media sebelumnya, bersifat nyata, dan belum pernah ada sebelumnya. Karena itu, media baru bukan sebuah media yang benar-benar baru, dan menghapus sejarah media sebelumnya. Berdasarkan perkataan dari McQuail (2010), perbedaan media baru dan media tradisional adalah tingkat interaktif yang diciptakan oleh pengguna, yang terlihat dari rasio dan respons pengguna terhadap pengirim pesan, sosialisasi pengguna, tingkat kebebasan, tingkat kesenangan, atau privasi yang tinggi (Syahputra, 2019, pp. 45).

Lister et al. (2010, dalam Syahputra, 2019, pp. 45) menjelaskan beberapa poin yang menjelaskan karakteristik media baru, yaitu:

1. Membaca dengan format digital, memberikan sebuah pengalaman yang baru
2. Sebuah cara baru dalam berinteraksi secara global
3. Cara interaksi baru terhadap produsen dan konsumen, melalui aplikasi berbasis internet
4. Terbentuknya komunitas secara online (*virtual*)

5. Komunikasi yang diperantarai dengan menggunakan sebuah komputer, seperti email, World Wide Web (www), media sosial, ruang obrolan, forum komunikasi, situs jejaring, dan lain sebagainya
6. Sebuah realitas *virtual*, layaknya sebuah lingkungan sosial dalam bentuk *virtual* dengan menggunakan swafoto
7. Cara baru mendistribusi dan mengonsumsi teks media dengan ciri-ciri hipertekstual dan hiperinteraktif, contohnya CD, DVD, dan *platform* komputer lainnya

Diantara karakteristik diatas, ciri yang paling menonjol dari media baru saat ini adalah percakapan yang dapat tersimpan, dan mudah untuk ditemukan kembali menggunakan mesin pencarian. Dalam hal ini, Zappavigna (2012, dalam Syahputra, 2019, pp. 46) memberi istilah dengan *searchable talk*, atau percakapan yang dapat dicari. Proses ini juga disebut dengan *digital identity* oleh Thomborrow (2015), Warburton dan Hatzipanagos (2013), dan Murthy (2013) di media sosial (Syahputra, 2019, pp. 46).

Syahputra (2019, pp. 52) mengatakan, beberapa penelitian menyebutkan bahwa aktivitas media sosial dapat memberi dampak terhadap matriks berupa like dan comment. Kesimpulannya, jika jumlah likes and comments yang diberikan oleh netizen dalam media sosial semakin banyak, maka semakin besar tanda perhatian masyarakat terhadap materi yang ingin disampaikan melalui sebuah konten. Pengelolaan media sosial umumnya melalui lima tahapan penting, yaitu:

- a. Tahap pertama, yaitu mengobservasi, dan memilih media sosial yang akan digunakan sebagai medium;
- b. Memilih konten yang berbeda untuk setiap jenis media sosial, berdasarkan karakteristik media sosial tersebut. Selanjutnya, memproduksi konten yang telah disesuaikan dengan data yang ada;

- c. Melakukan sebuah perencanaan menggunakan analisis SWOT (*strength, weakness, opportunity, and threats*) terhadap sebuah konten;
- d. Mengimplementasi tahapan-tahapan sebelumnya, dan mulai berinteraksi di media sosial yang telah dipilih sebelumnya;
- e. Mengevaluasi dan menganalisis hasil dari aktivitas yang telah dilakukan.

### 2.3 Informasi

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) memberikan definisi bahwa informasi adalah sebuah pemberitahuan, berita atau kabar mengenai sesuatu. Informasi dapat juga diartikan sebagai penerangan suatu hal. Saleh et al. (2018, pp. 6) mengatakan bahwa informasi merupakan kata benda yang terbentuk dari kata kerja “menginformasikan”, yang diadaptasi dari bahasa latin “informare” dengan arti “untuk memberi bentuk” atau “untuk membentuk”. Informasi adalah hal yang abstrak, yang sesungguhnya sulit untuk diberi definisi. Karena informasi dapat berupa berita, data, pengetahuan, pesan, dan lain sebagainya.

### 2.4 Desain Komunikasi Visual

Desain Komunikasi Visual menurut Kusrianto (2007) adalah sebuah cabang pengetahuan yang mempelajari tentang bagaimana mengomunikasikan sebuah pesan, ide, atau gagasan dengan mengatur elemen-elemen desain kedalam berbagai media, sehingga pesan tersebut dapat diterima dengan baik oleh sasaran penerima pesan tersebut (Sriwitari & Widnyana, 2014, pp. 2). Supriyono (2010, dalam Sriwitari & Widnyana, 2014, pp. 2) mengatakan bahwa *Communication Design* atau Desain Komunikasi adalah bagian ilmu desain yang memfokuskan kepada penyampaian informasi, sehingga seorang desainer harus mengikuti sesuai dengan arahan klien dalam sebuah *design brief* yang berisi tentang ketentuan warna, ukuran, teknik, material, dan media yang telah dipilih.

Berdasarkan pengertian menurut ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa Desain Komunikasi Visual adalah ilmu yang mempelajari tentang cara menyampaikan pesan melalui sebuah media dengan penataan dan pemilihan

elemen-elemen grafis yang sesuai dengan permintaan klien, yang bertujuan agar pesan tersebut dapat diterima dengan baik oleh sasaran target tertentu.

Dalam dunia desain, Sriwitari & Widnyana (2014, pp. 35–36) mengatakan bahwa terdapat beberapa penunjang komunikasi visual yang bertujuan untuk menghasilkan sebuah komposisi yang harmonis, komunikatif, dan menarik, yaitu:

### 2.4.1 Prinsip Desain

Prinsip Desain merupakan aturan yang harus dipenuhi dalam membuat sebuah desain, baik sebagai sebuah panduan, atau konsep sebuah desain. Supriyono (2010) mengatakan bahwa seorang desainer profesional selalu bekerja dengan menerapkan prinsip desain ini. (Sriwitari & Widnyana, 2014, pp. 47–48)

Terdapat beberapa prinsip yang harus diterapkan dalam membuat suatu desain, yaitu:

#### 2.4.1.1 Keseimbangan (*Balance*)

Keseimbangan adalah terbaginya berat yang sama di semua sisi. Anggraini & Nathalia (2018, pp. 41) mengatakan bahwa sebuah desain dapat dinilai telah mencapai keseimbangan jika berat di semua sisi (kanan, kiri, atas atau bawah) terlihat sama beratnya. Keseimbangan harus tercapai dalam sebuah desain agar nyaman dilihat, dan tidak membuat orang yang melihatnya menjadi gelisah.



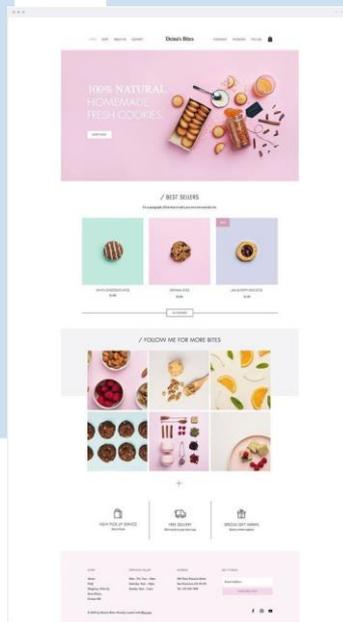
Gambar 2.0.1 Contoh Keseimbangan pada Website

Sumber: <https://www.behance.net/gallery/123114211/Fleur-Website-Design>

Terdapat dua pendekatan dalam menciptakan sebuah keseimbangan, yaitu:

**A. Keseimbangan Simetris/Formal**

Keseimbangan simetris diciptakan dengan membagi berat (sisi kiri, kanan, atas, ataupun bawah) secara simetris, atau setara. Sriwitari & Widnyana (2014, pp. 48) mengatakan bahwa keseimbangan simetris memberikan kesan yang kokoh, dan stabil.

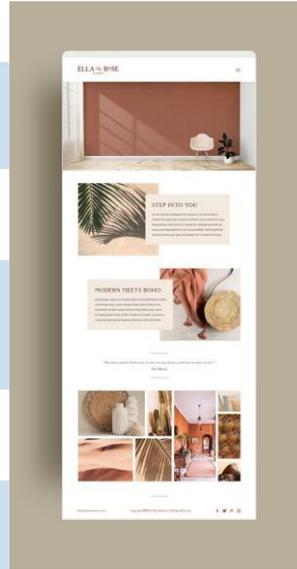


Gambar 2.0.2 Contoh Keseimbangan Simetris pada Website  
Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/799600108866226528/>

**B. Keseimbangan Asimetris/Informal**

Keseimbangan Asimetris dapat tercipta dengan menggunakan bentuk dan warna yang berbeda.

Dalam keseimbangan asimetris, peletakkan elemen desain tidak sama rata seperti keseimbangan simetris, namun tetap terasa seimbang. Keseimbangan asimetris terlihat lebih bervariasi dan dinamis.

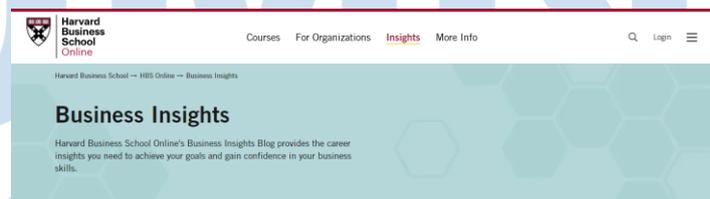


Gambar 2.0.3 Contoh Keseimbangan Asimetris pada Website  
<https://id.pinterest.com/pin/678565868874723501/>

### 2.4.1.2 Irama (*Rhythm*)

Irama adalah sebuah penyusunan elemen desain yang ditempatkan berulang-ulang, sehingga membuat suatu pola, atau pengulangan gerak. Dalam desain, pola yang berulang ini dapat berupa sebuah repetisi, maupun variasi. Repetisi adalah pola berulang yang teratur, dan konsisten. Sedangkan, variasi adalah pola berulang yang disertai dengan perubahan ukuran, bentuk, atau posisi.

Contoh irama yang dapat ditemukan dalam kehidupan sehari-hari adalah sebuah *pattern* yang ditemukan dalam corak kain (repetitif), atau pola yang terbentuk pada ombak laut (variasi).



Gambar 2.0.4 Contoh Irama pada Banner dari sebuah *website*

Sumber : <https://online.hbs.edu/blog/post/what-is-human-centered-design#:~:text=Human%2Dcentered%20design%20is%20a,tailored%20to%20your%20audience's%20needs.>

### 2.4.1.3 Penekanan/Dominasi (*Emphasis*)

Penekanan, atau dominasi, adalah sebuah prinsip yang digunakan untuk membangun sebuah visual yang bertujuan untuk menonjolkan sebuah elemen menjadi pusat perhatian. Umumnya, penekanan ini digunakan jika terdapat informasi penting yang harus disampaikan kepada pembaca.

Penekanan atau dominasi dalam dunia desain dikenal juga dengan sebutan *Focal Point*, *Center of Interest*, *Eye Catcher*, atau *Emphasis*. Penekanan dapat diciptakan dengan menggunakan ruang kosong, ataupun penambahan elemen, dengan tujuan untuk memecah keberaturan, dan menghilangkan kebosanan.

Terdapat beberapa cara dalam menciptakan sebuah penekanan, yaitu:

#### A. Kontras

*Emphasis* dengan cara ini dapat dilakukan dengan menempatkan sebuah objek yang berlawanan, yang bertujuan untuk membuat objek tersebut berbeda dibandingkan dengan yang lainnya. Contohnya adalah, menempatkan sebuah buah stroberi diantara kumpulan buah jeruk.



Gambar 2.0.5 Contoh Kontras dari sebuah design website  
Sumber: <https://voyagedigital.agency/>

#### B. Isolasi Objek

*Emphasis* dengan isolasi objek umumnya digunakan oleh desain iklan produk, yaitu dengan memisahkan satu objek dengan kumpulan objek lainnya.



Gambar 2.0.6 Contoh dari Isolasi Objek dalam *Emphasis*  
 Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/269512358943574522/>

### C. Penempatan Objek

Penekanan dengan cara ini dapat dilakukan dengan menempatkan sebuah elemen yang akan menjadi pusat perhatian di bagian tengah. Elemen tersebut disebut dengan *stopping power*, artinya adalah elemen tersebut harus dapat menarik perhatian pembaca.

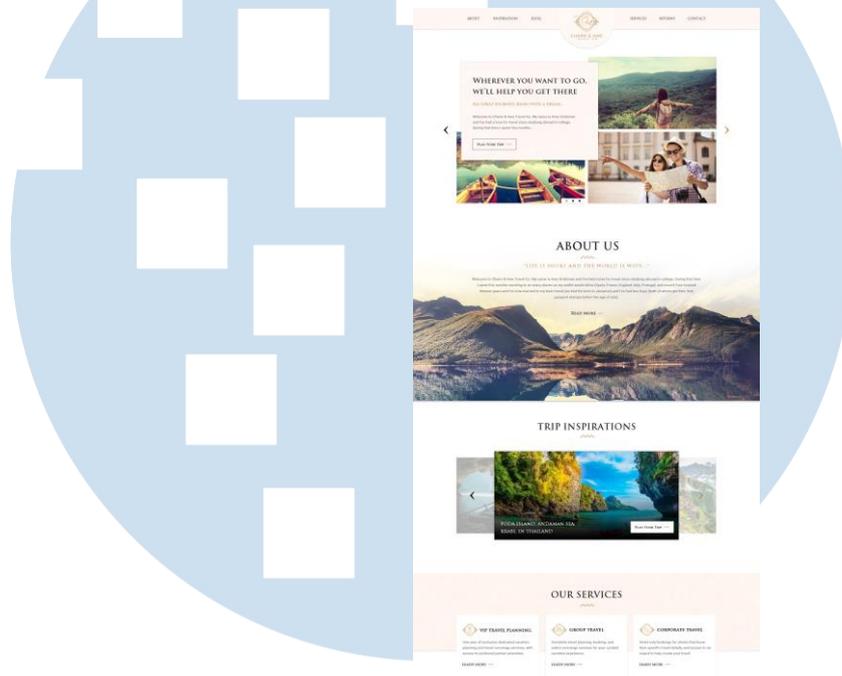


Gambar 2.0.7 Contoh penempatan objek ditengah sebagai *emphasis*  
 Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/500321839867538479/>

#### 2.4.1.4 Kesatuan (*Unity*)

Kesatuan adalah prinsip desain yang penting untuk diterapkan. Desain dapat dikatakan telah mencapai kesatuan jika

keseluruhan elemen terlihat harmonis, misalnya terdapat kesatuan antara ilustrasi, tipografi, warna, ataupun elemen lainnya. Apabila sebuah desain tidak terlihat kesatuannya, maka karya desain tersebut akan terlihat kacau, dan tercerai-berai.



Gambar 2.0.8 Contoh Kesatuan yang terlihat dari desain *travel website*  
Sumber: <https://99designs.com/profiles/webwooter/designs/1168639>

## 2.4.2 Elemen Desain

Sebuah desain memiliki berbagai unsur didalamnya. Kusrianto (2007) mengatakan bahwa dunia seni rupa dan desain mengenal adanya nirmana, yang mengajarkan tentang berbagai unsur agar menghasilkan sebuah karya yang bermakna (Sriwitari & Widnyana, 2014, pp. 35).

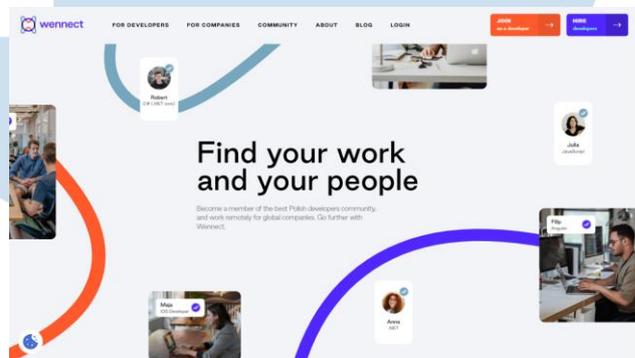
Anggraini & Nathalia (2018, pp. 32) mengatakan bahwa setiap karya desain setidaknya mempunyai salah satu unsur berikut ini:

### 2.4.2.1 Garis (Line)

Garis adalah sebuah unsur yang terbentuk karena adanya hubungan antara satu titik dengan titik poin lainnya. Garis adalah unsur dasar dalam membangun sebuah bentuk. Supriyono (2010,

dalam Sriwitari & Widnyana, 2014, pp. 36–39) mengatakan bahwa Garis adalah elemen satu dimensi, karena garis hanya memiliki ketebalan, panjang, dan tidak memiliki kedalaman.

Penggunaan garis umumnya telah memiliki tujuan, atau alasan mengapa suatu desain membutuhkan elemen garis. Pada umumnya, garis sering dipakai sebagai garis tepi halaman pada iklan yang bertujuan untuk membentuk sebuah bingkai, ataupun sebagai sebuah pengisi ruang kosong. Selain itu, garis juga dapat digunakan untuk mempertegas, atau memperjelas sebuah informasi, serta menumbuhkan imajinasi agar pembaca merasa terkesan terhadap sebuah desain. (Sriwitari & Widnyana, 2014, pp. 37)



Gambar 2.0.9 Contoh penggunaan sebuah garis dalam desain *website*  
Sumber: <https://www.wconnect.com/>

Garis terbagi menjadi beberapa macam, yaitu :

- 1) Garis Lurus
- 2) Garis Melengkung
- 3) Garis Putus-putus
- 4) Garis Zig-zag
- 5) Garis Tidak Beraturan

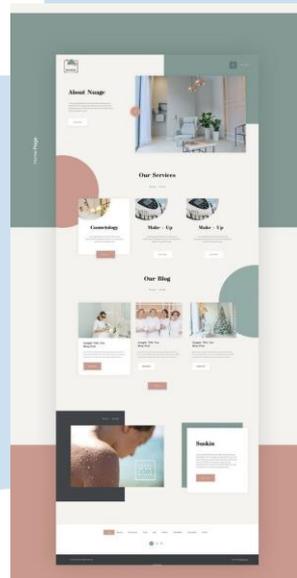
#### 2.4.2.2 Bentuk (*Shape*)

Bentuk (*Shape*) adalah semua hal yang memiliki panjang, lebar, tinggi, ataupun diameter. Sanyoto (2009, dalam Sriwitari & Widnyana, 2014, pp. 39–40) mengatakan bahwa bentuk adalah sebuah dwimatra, atau bentuk dua dimensi.

Bentuk terbagi menjadi 3, yaitu:

**A. Bentuk Geometris**

Bentuk Geometris adalah segala bangun datar yang dapat diukur. Yang termasuk kedalam Bentuk Geometris adalah persegi, persegi panjang, lingkaran, segitiga, lonjong, dan lain sebagainya. Bentuk Geometris umumnya memberikan kesan formal.

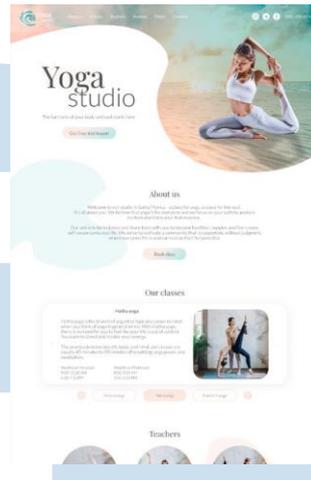


Gambar 2.0.10 Contoh penggunaan Bentuk Geometris pada *website*  
Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/328973947791219965/>

**B. Bentuk Natural**

Bentuk Natural adalah bentuk yang dapat ditemui di alam. Bentuk natural dapat berubah karena pertumbuhan dan perkembangannya, seperti pohon, bunga, dan rumput. Bentuk natural umumnya memberikan kesan non-formal, santai, dan dinamis.

U  
M  
N  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 2.0.11 Contoh penggunaan Bentuk Natural (seperti ombak) pada website

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/224194887691435867/>

### C. Bentuk Abstrak

Bentuk Abstrak adalah bentuk yang tidak jelas, kasat mata, dan tidak dapat didefinisikan. Bentuk abstrak dikatakan sebagai bentuk yang tidak berdasarkan bentuk aslinya.



Gambar 2.0.12 Contoh penggunaan Bentuk Abstrak pada desain website

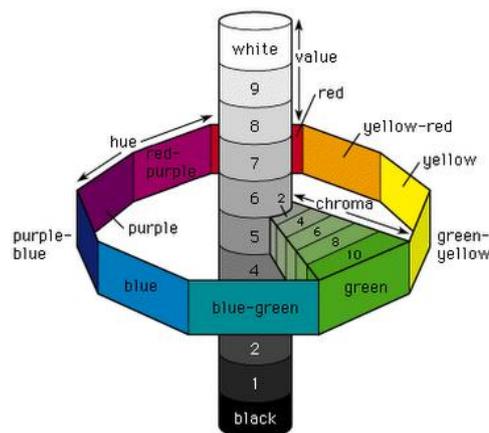
Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/5559199533203456/>

#### 2.4.2.3 Warna

Warna adalah elemen terpenting dari sebuah desain. Warna dalam desain dapat menggambarkan sebuah citra perusahaan, atau untuk menarik perhatian pembaca. Selain itu, permainan warna yang tepat juga dapat memperkuat suatu pesan yang ingin disampaikan,

membuat suatu teks lebih berdampak, atau membantu meningkatkan kondisi hati. Perpaduan warna yang tidak tepat akan menghancurkan sebuah esensi desain. Misalnya, sebuah desain dengan tulisan berwarna merah yang ditempatkan diatas permukaan yang berwarna biru. Perpaduan warna tersebut membuat pembaca tidak dapat menangkap informasi dari tulisan tersebut, karena tingkat keterbacaannya yang rendah.

Sanyoto (2009, dalam Sriwitari & Widnyana, 2014, pp. 41–43) mengatakan bahwa terdapat tiga dimensi warna, yaitu *hue*, *value*, dan *chroma*. *Hue* adalah dimensi mengenai nama, jenis, dan klasifikasi warna. *Value* adalah dimensi terang gelap, atau tua mudanya suatu warna. *Chroma* adalah intensitas warna yang terbentuk oleh adanya penyerapan, dan peredaman pada warna (*saturation*).



Gambar 2.0.13 Penjelasan mengenai Hue, Value, dan Chroma menurut lingkaran Munsell

Sumber: <https://widuri.rahajja.info/index.php?title=SI1421482316>

Warna adalah faktor terpenting dalam desain. Warna dapat mengomunikasikan perasaan atau emosi tertentu, karena setiap warna memiliki karakter dan sifat yang berbeda-beda. Setiap negara memiliki pengertian terhadap warna yang berbeda-beda, namun arti warna yang dapat diterima secara universal adalah sebagai berikut:

#### **A. Warna merah**

Merah diartikan sebagai warna yang emosional, dan ekstrem. Warna ini dapat digunakan sebagai simbol semangat, keberanian, kekuatan, percaya diri, keagresifan, gairah, cinta, bahaya, dan lain sebagainya.

#### **B. Warna jingga/oranye**

Jingga, atau oranye, dapat diartikan sebagai simbol dari keceriaan, kehangatan, semangat, keseimbangan, energi, sosialisasi, dan lain-lain.

#### **C. Warna kuning**

Kuning dapat diartikan sebagai warna persahabatan, simbol optimisme, harapan, kegembiraan, toleran, atau ketidakjujuran, pengkhianatan, dan lain sebagainya.

#### **D. Warna coklat**

Warna coklat termasuk ke dalam warna netral, yang memberikan kesan hangat, natural, kenyamanan, kesejahteraan, anggun, elegan, dan lain-lain.

#### **E. Warna hijau**

Hijau adalah warna yang sering dikaitkan dengan alam, kehidupan, natural, sehat, dan fertilitas.

#### **F. Warna biru**

Warna biru umumnya dikaitkan dengan langit, air, udara, dan hal-hal lain yang berkaitan dengan alam. Biru dapat melambangkan keharmonisan, lapang, kesetiaan, ketenangan, keamanan, teknologi, kebersihan, dan lain sebagainya.

#### **G. Warna ungu**

Warna ungu adalah warna yang sering dipakai oleh bangsawan pada zaman dahulu, karenanya persepsi warna ungu sekarang adalah elegan, kekayaan, bangsawan, keagungan, arogan. Selain itu, warna ungu

dapat memberikan kesan misterius, magis, dan hal-hal yang berkaitan dengan spiritual.

#### **H. Warna pink**

Warna pink umumnya dikaitkan dengan wanita. Pink seringkali menjadi simbol cinta, kasih sayang, lembut dan menenangkan, dan feminin.

#### **I. Warna abu-abu**

Abu-abu melambangkan futuristik, millennium, intelek, dan kesederhanaan.

#### **J. Warna hitam**

Warna hitam adalah warna yang seringkali dipakai untuk melambangkan kepercayaan diri, maskulin, elegan, misterius, dan lain sebagainya.

Selain itu, warna juga dapat dikategorikan menjadi empat kelompok, menurut Teori Brewster (Anggraini dan Nathalia, 2018, pp. 39 – 40), yaitu:

### **8. Warna Primer**

Warna primer adalah warna dasar, yang tidak tercipta, atau berasal dari gabungan warna lainnya. Contoh warna primer adalah warna merah, kuning, dan biru.

### **9. Warna Sekunder**

Warna sekunder adalah pencampuran warna dasar (primer) dengan skala 1:1. Contohnya adalah, jingga (hasil dari campuran warna primer: merah, dan kuning.), hijau (hasil dari campuran warna: biru, dan kuning.), ungu (hasil dari campuran warna: biru, dan merah).

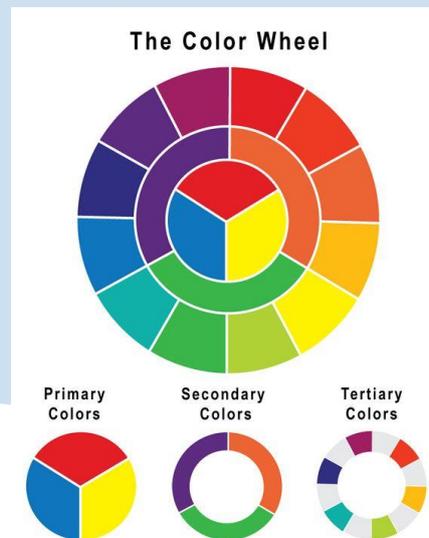
### **10. Warna Tersier**

Warna tersier adalah warna campuran dari salah satu warna primer dengan salah satu warna sekunder.

Contohnya adalah, warna coklat merupakan perpaduan warna hijau dan merah, atau jingga dan biru. Warna jingga kekuningan merupakan perpaduan warna jingga dan kuning.

## 11. Warna Netral

Warna netral adalah hasil pencampuran ketiga warna dasar, dengan skala 1:1:1. Warna-warna netral umumnya ditemukan sebagai penyeimbang warna-warna yang kontras.



Gambar 2.0.14 Warna Primer, Sekunder, dan Tersier  
Sumber: <http://hicoates.com/tag/warna-primer/>

Dalam dunia desain, desainer mengenal 2 tipe warna, yaitu warna cahaya/*additive* (yang dikenal sebagai RGB atau *Red, Green, Blue*) dan warna pigmen/*subtractive* (yang dikenal sebagai CMYK atau *Cyan, Magenta, Yellow and Key*). Warna cahaya (RGB) biasanya digunakan pada media yang mengandalkan sinar, seperti warna pada layar monitor, televisi, dan lain sebagainya. Sedangkan, warna pigmen (CMYK) biasanya digunakan pada media yang mengandalkan tinta, atau cat, seperti warna pada hasil pencetakan ke permukaan benda padat, seperti kain, kertas, plastik, logam, dan lain-lain.

Selain itu, warna juga dapat dibagi menjadi 2 kategori, yaitu warna yang bersifat hangat (*warm*), dan warna yang bersifat dingin (*cold*) menurut PBGJ Creative (2019), yaitu:

**1) Warna Hangat**

Warna yang termasuk kedalam kategori hangat adalah merah, jingga/oranye, kuning, magenta. Warna tersebut dikatakan sebagai warna hangat karena memberikan kesan nyaman, dan hangat.

**2) Warna Dingin**

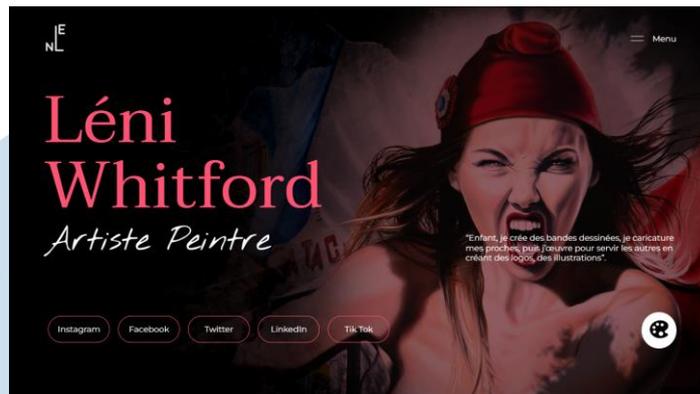
Warna yang termasuk kedalam kategori dingin adalah biru, hijau, dan ungu. Warna tersebut dikatakan sebagai warna dingin karena memberikan ketenangan, dan kesejukan.



Gambar 2.0.15 Contoh warna-warna hangat, dan dingin  
Sumber: <http://hicoates.com/tag/warna-primer/>

**2.4.2.4 Gelap Terang (*Value*)**

Gelap Terang, atau Kontras, adalah sebuah perbedaan yang berlawanan antara yang satu dengan yang lainnya. Umumnya, perbedaan tersebut terletak di warna, atau titik fokus. Penggunaan gelap terang dalam desain adalah salah satu penerapan dari prinsip desain, yaitu *Emphasis* atau penekanan, dan sebagai penambah efek dramatis.



Gambar 2.0.16 Contoh penggunaan Kontras pada desain Website  
 Sumber: <https://leniwhitford.art/>

Kontras pada warna didapatkan dari permainan warna yang sifatnya berseberangan dalam *Color Wheel*. Contohnya adalah, warna biru dengan kuning, merah dengan hijau, atau kuning dengan ungu. Sedangkan, kontras pada gelap terang didapatkan melalui permainan dengan bidang yang terang dengan warna yang gelap, atau bidang yang gelap dengan warna yang terang.

Kontras gelap terang memiliki tingkat keterbacaan yang lebih tinggi dibandingkan dengan kontras warna, karena tujuannya adalah mempermudah pembaca dalam menilik sebuah desain. Supriyono (2010, dalam Sriwitari & Widnyana, 2014, pp. 44) mengatakan bahwa kontras gelap terang bersifat relatif, karena nilainya dipengaruhi oleh elemen sekitarnya.

#### 2.4.2.5 Tekstur (*Texture*)

Tekstur adalah nilai sebuah penampilan desain yang didapatkan menggunakan satu atau dua panca indera manusia, yaitu indera penglihatan, atau peraba. Contoh dari tekstur adalah kasar, halus, buram, licin, polos, lunak, keras, dan lain sebagainya.

Tekstur yang didapatkan melalui indera penglihatan dinamakan dengan tekstur semu. Tekstur semu, atau tekstur tidak nyata, didapatkan melalui visual suatu bidang. Tekstur umumnya digunakan untuk mengatur keseimbangan, dan kontras pada desain.

### 2.4.2.6 Ukuran/Format

Penggunaan ukuran/format dalam mendesain digunakan sebagai kontras, dan penekanan (*emphasis*) yang akan dibuat. Ukuran yang dimaksud adalah perbedaan terhadap besar atau kecilnya suatu elemen desain.

Penggunaan ukuran dalam mendesain diperlukan untuk membedakan kepentingan sebuah unsur. Dengan membuat perbedaan ukuran, maka konsumen dapat mengetahui urutan elemen yang akan dilihat, dan dibaca pertama kali. Hal ini dinamakan dengan skala prioritas (*visual hierarchy*). Urutan elemen-elemen tersebut sebaiknya dimulai dari yang paling penting terlebih dahulu, penting, kurang penting, dan tidak penting. Hierarki visual ini bertujuan agar pesan yang akan disampaikan kepada konsumen dapat lebih mudah dibaca, dan dimengerti.



Gambar 2.0.17 Contoh pengaplikasian ukuran dalam sebuah website  
Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/439945457349335649/>

### 2.4.3 Tipografi

Tipografi mempunyai peran masing-masing di setiap karya, dan menyesuaikan dengan perkembangan zaman. Itulah pendapat yang dikemukakan oleh Sihombing (2015, pp 16). Ia melanjutkan, tipografi selalu menggambarkan semangat desainer grafis dalam setiap perkembangan zaman melalui disiplin dan dimensi yang terdapat didalamnya.

Sihombing (2015, pp. 19) dalam bukunya yang berjudul “Tipografi dalam Desain Grafis” mengutip beberapa pendapat ahli tentang pengertian

Tipografi. Salah satu pendapat yang dapat meringkas pengertian dari tipografi adalah pendapat dari Stanley Morison, seorang perancang *font* Times New Roman, yang mengemukakan bahwa tipografi adalah cara untuk mengatur huruf-huruf demi mencapai tujuan utamanya, yakni agar pembaca dapat lebih mudah memahami dalam membaca sebuah bacaan.

#### **2.4.3.1. Klasifikasi Huruf**

Sihombing (2015, pp. 159) mengatakan bahwa klasifikasi huruf dilakukan untuk memudahkan pemahaman tentang pengklasifikasian huruf berdasarkan momentum penting dalam sejarah dan pengembangan desain huruf. Pengelompokan ini dibagi berdasarkan urutan munculnya tipografi tersebut:

##### **A. Old Style**

Tipografi jenis Old Style berkembang dimulai dari abad ke-15 sampai 16. Adapun karakteristik dari jenis ini adalah:

1. Sumbu huruf O memiliki kemiringan beberapa derajat ke kiri
2. Penggunaan *serif* yang kecil (tipis) dan mempunyai sudut lengkung yang besar.
3. Memiliki kontras dari *stroke* yang rendah.

Contoh dari jenis Old Style adalah Garamond.

##### **B. Transitional**

Tipografi jenis Transitional berkembang di pertengahan abad ke-17, masa-masa pergantian dari jenis Old Style ke *Serif* Modern. Adapun karakteristik dari jenis ini adalah:

1. Sumbu dari huruf O menjadi vertikal (tegak)

2. Penggunaan *serif* yang kecil (tipis) dan sudut lengkung yang kecil.
3. Memiliki kontras dari *stroke* yang cukup.

Contoh font dari jenis Transitional adalah Baskerville.

### C. Modern

Jenis Tipografi Modern atau dapat disebut juga sebagai *serif modern* berkembang di akhir abad 18, dan merupakan penanda perubahan dari jenis tradisional pada saat itu. Adapun karakteristik dari jenis ini adalah:

1. Masih sama seperti Transitional, sumbu pada huruf O dari *serif* modern adalah vertikal (tegak)
2. *Serif* yang dimiliki kecil dan tidak mempunyai sudut lengkung.
3. Memiliki kontras dari *stroke* yang ekstrim.

Contoh font dari jenis *serif* modern adalah Bodoni.

### D. Egyptian

Jenis *Egyptian* atau yang dikenal juga dengan huruf *slab serif* berkembang di abad ke-19, dan sering digunakan dalam desain iklan. Adapun karakteristik dari jenis ini adalah:

1. Tetap mempertahankan sumbu yang tegak vertikal
2. *Serif* yang dimiliki berbentuk kotak dan besar, tidak memiliki sudut lengkung
3. Memiliki kontras dari *stroke* yang rendah.

Contoh font dari jenis *Egyptian* ini adalah Clarendon.

## **E. Sans Serif**

Jenis ini juga mulai berkembang pada abad ke-19, dengan ciri-ciri tidak memiliki *serif*. Sumbu pada huruf O tetap tegak vertikal, dan memiliki kontras *stroke* yang rendah, atau tidak ada kontras *stroke*. Contoh font dari jenis Sans Serif adalah Futura.

### **2.4.3.2. Pedoman Penggunaan Huruf**

Tipografi merupakan estetika dari sebuah huruf. Dalam dunia desain, tipografi dipandang sebagai representasi visual melalui estetika dan nilai fungsional yang terdapat didalamnya. Selain itu, desain sebuah huruf juga mempunyai energi untuk mengaktifkan gerak mata. Untuk itulah, sangat penting untuk memperhatikan aturan persepsi visual, tingkat keterbacaan, estetika, dan interaksi antar huruf terhadap ruang maupun elemen visual lainnya.

#### **A. Legibility dan Readability**

*Legibility* adalah tingkat kemudahan sebuah huruf untuk dikenali maupun dibaca. Sedangkan *Readability* adalah mudahnya atau nyamannya rangkaian huruf untuk dibaca.

#### **B. Tracking dan Leading**

*Tracking* dan *Leading* adalah faktor yang mendukung *Readability* dari suatu *font*. *Tracking* adalah pengaturan jarak antar huruf dalam satu kata, atau jarak antar kata secara vertikal. Sedangkan *Leading* adalah pengaturan jarak antar kata secara horizontal.

*Tracking* dan *Leading* diperlukan untuk mengatur susunan huruf agar tidak terlalu rapat, dan juga tidak terlalu renggang. Jika susunan huruf terlalu rapat, maka akan mengacaukan bentuk dari huruf tersebut. Jika susunan huruf terlalu renggang, hal tersebut juga

akan mempengaruhi *Readability*, yaitu kenyamanan dan kecepatan dalam membaca.

### C. Display Type dan Body Type

*Display Type* adalah huruf yang digunakan untuk judul, sedangkan *Body Type* adalah huruf yang digunakan untuk isi. Sihombing menjelaskan, umumnya ukuran (*size*) *font* yang dipakai untuk *Display Type* minimal 14pt, sedangkan ukuran *font* yang dipakai untuk *Body Type* maksimal 12pt. Namun, ukuran ini dapat berubah dan dapat mengadaptasi sesuai dengan media yang akan digunakan.

#### 2.4.4 Layout

Layout adalah tata letak dari elemen visual dalam sebuah karya/media untuk mendukung pesan yang ingin disampaikan melalui karya/media tersebut. (Rustan, 2008, pp 0). Anggraini & Nathalia (2018, pp. 75) mengatakan bahwa tujuan utama dari sebuah *layout* adalah menampilkan gambar, dan teks untuk memudahkan pembaca dalam mendapatkan informasi yang diberikan.



Gambar 2.0.18 Contoh aplikasi *layout* pada *website*  
Sumber: <https://indocenter.co.id/tips-hosting/layout-website/>

Rustan mengungkapkan bahwa dalam *me-layout*, terdapat beberapa elemen dalam satu halaman. Rustan membagi elemen tersebut kedalam tiga jenis:

#### 2.4.4.1. Elemen Teks

Elemen dalam teks dibagi menjadi beberapa bagian, yaitu

- A. Judul, adalah beberapa kata sebagai awalan atau inti keseluruhan dari sebuah isi.
- B. *Deck*, adalah sebuah gambaran singkat mengenai topik yang akan dibicarakan dalam *bodytext*.
- C. *Byline*, dapat juga dikatakan sebagai *Credit Line*, adalah tempat yang berisi nama penulis.
- D. *Bodytext*, adalah isian yang berisikan penjelasan berupa teks.
- E. Subjudul, dipakai jika ingin membagi tulisan menjadi beberapa segmen.
- F. *Pull Quotes*, adalah penggalan dari tulisan atau perkataan seseorang. Umumnya *Quotes* diawali dengan tanda petik dua (“) atau dengan ukuran tulisan yang besar sebagai gagasan utama atau pokok utama suatu pembahasan.
- G. *Caption*, adalah keterangan dari sebuah elemen visual. Biasanya dicantumkan dengan ukuran kecil, dengan font yang berbeda dengan *bodytext*.
- H. *Callouts*, serupa dengan *Caption*, namun perbedaannya terletak pada jumlah keterangan dalam suatu elemen visual.
- I. *Kickers*, adalah satu atau kumpulan beberapa kata untuk memudahkan pembaca dalam mencari sebuah topik. Biasanya *Kickers* terletak di bagian atas judul.
- J. *Initial Caps*, sebuah huruf yang berukuran besar, untuk memulai suatu paragraf. Umumnya huruf

yang dipakai sebagai *Initial Caps* adalah huruf dari kata pertama dalam suatu paragraf.

- K. *Indent*. Dalam memulai suatu paragraf, biasanya baris pertama paragraf tersebut akan menjorok kedalam. Hal tersebut yang dinamakan Indent.
- L. Lead Line, adalah satu atau beberapa kata yang dibedakan dari kata-kata lain yang terdapat dalam paragraf. Umumnya yang dibedakan adalah jenis *font*, ukuran, *leading*, dan lain-lain.
- M. Spasi, adalah jarak antar kata untuk memudahkan pembaca dalam membaca sebuah kalimat.
- N. *Header & Footer*, terdapat diluar margin dari suatu halaman. Header adalah bagian kosong yang terdapat di bagian atas margin sampai bagian atas kertas, dan Footer adalah bagian kosong di bagian bawah margin sampai bagian bawah kertas.
- O. *Running Head*, adalah elemen yang dibutuhkan setiap halaman dan posisinya tidak dapat diubah. Biasanya Running Head digunakan untuk judul buku/bab, nama penulis, dan lain sebagainya.
- P. Catatan Kaki, adalah penjelasan lebih lanjut dari suatu bagian tulisan dalam halaman tersebut.
- Q. Nomor Halaman, adalah penomoran halaman sebagai pengingat halaman atau penanda tulisan untuk memudahkan pembaca.
- R. *Jumps*, adalah kalimat berupa teks singkat untuk memberitahu pembaca tentang lanjutan dari suatu segmen cerita karena halaman yang terbatas. Umumnya jumps terdapat di media cetak, seperti koran, majalah, dan lain-lain.

S. *Signature*, singkatnya adalah informasi untuk menghubungi seseorang, seperti alamat, nomor telepon orang yang dapat dihubungi, dan sebagainya.

T. *Nameplate*, adalah nama dari *newsletter*, majalah, koran/surat kabar, atau tabloid. Umumnya dibuat menggunakan ukuran yang besar agar mempermudah pembaca mencari nama dari suatu media cetak yang disukainya.

U. *Masthead*, adalah halaman untuk kontributor yang berperan dalam penyusunan suatu buku.

#### 2.4.4.2. Elemen Visual

Elemen Visual dibagi menjadi beberapa jenis:

##### A. Foto

Sebagai hasil dari sebuah kejadian yang tertangkap dalam kamera, foto dipercaya mempunyai kredibilitas yang tinggi.



Gambar 2.0.19 Contoh elemen visual foto dalam website  
Sumber: <https://www.behance.net/gallery/49256431/Hiking>

## B. Artworks

Penggunaan ilustrasi atau karya seni lainnya dalam menjelaskan sebuah informasi, yang tidak bisa dijelaskan melalui sebuah foto.



Gambar 2.0.20 Contoh penggunaan artwork dalam website  
Sumber: <https://denisehandler.com/>

## C. Infografis

Informasi berupa data statistik atau fakta dari hasil survei yang disajikan dalam bentuk tabel, grafik, diagram, dan lain sebagainya.



Gambar 2.0.21 Contoh Website Infografis  
Sumber: <https://land-book.com/websites/1283-ibm-design-research>

## D. Garis

Garis dalam layout digunakan sebagai pembagi area dalam suatu halaman, atau sebagai penyeimbang elemen di sebelah kiri dan kanan.



Gambar 2.0.22 Penggunaan garis dalam sebuah website  
Sumber: <https://dribbble.com/shots/5880373-Snapsound-Website/attachments/1265363>

## E. Kotak

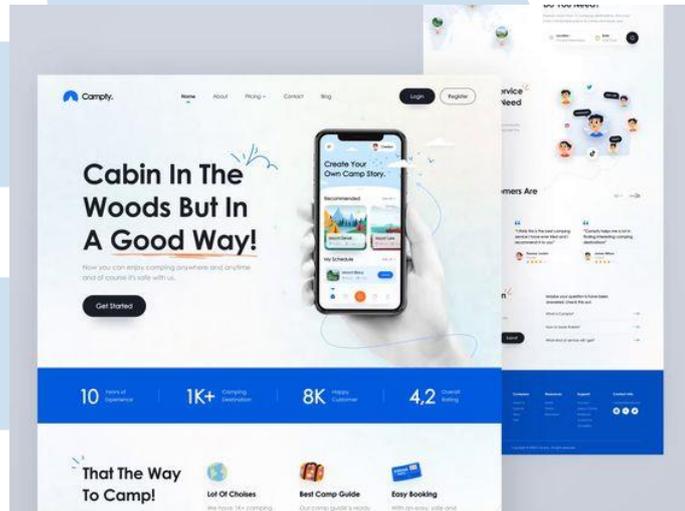
Kotak digunakan untuk merapikan konten dalam suatu halaman, atau untuk informasi tambahan yang memerlukan perhatian dari pembaca.



Gambar 2.0.23 Contoh penggunaan kotak pada website  
Sumber: <https://gweno.tv/>

## F. Inzet

Sebuah elemen visual yang berukuran kecil, diletakkan pada elemen visual yang ukurannya lebih besar. Tujuannya untuk meng-*highlight* atau memperjelas informasi tertentu.



Gambar 2.0.24 Contoh Inzet dalam Website, ditandai dari grafis disekitar tulisan

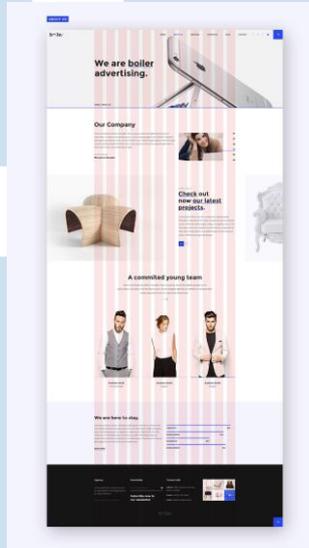
Sumber: <https://dribbble.com/shots/19213373-Camptly-Hiking-Landing-Page-Animation>

### 2.4.5 Grid

Grid adalah gabungan antara garis horizontal dan garis vertikal untuk membagi halaman menjadi beberapa bagian (Anggraini & Nathalia, 2018, pp. 78–79). Grid dalam desain dinilai penting karena grid menghasilkan sebuah keharmonisan visual, dan menciptakan koherensi dalam sesuatu yang kompleks.

Grid adalah sebuah kerangka kerja, yang membantu desainer dalam mengatur elemen desain. Melalui grid, seorang desainer dapat menjaga konsistensi dalam sebuah media. Biasanya, penggunaan grid dapat ditemukan pada media yang membutuhkan banyak halaman. Contohnya adalah, koran, majalah, buku, dan lain sebagainya. Anggraini & Nathalia (2018, pp. 79) memberi contoh menggunakan sebuah koran. Proses produksi koran membutuhkan waktu yang cepat, sehingga tidak

memungkinkan untuk merancang halaman dengan *layout* yang berbeda-beda, sehingga grid dibutuhkan untuk membantu desainer dalam membuat *layout* bagi koran tersebut.



Gambar 2.0.25 Contoh penggunaan Grid pada *website*  
Sumber: <https://www.flux-academy.com/blog/how-to-use-a-grid-in-web-design>

Grid terdiri dari beberapa bagian, yang disebut dengan Anatomi Grid (Anggraini & Nathalia, 2018, pp. 80–81) yaitu:

- 1) **Format**, adalah tempat sebuah desain akan dilakukan. Format dapat dikatakan sebagai “lembar kerja.”
- 2) **Margins**, adalah ruang kosong di bagian luar format, dan batas luar sebuah konten (ruang negatif). Margin yang besar dapat mempermudah pembaca untuk langsung memusatkan perhatian pada konten (ruang positif).
- 3) **Flowlines**, adalah garis tegak lurus yang membagi ruang menjadi beberapa bagian.
- 4) **Modules**, merupakan sebuah unit yang tercipta akibat adanya pemisah yang teratur.
- 5) **Spatial Zones (zona spasial)** adalah kumpulan modul yang berdekatan.

- 6) **Columns**, adalah kumpulan modul yang terbentuk menjadi sebuah baris secara vertikal (tegak lurus).
- 7) **Rows** adalah kumpulan modul yang terbentuk menjadi sebuah baris secara horizontal (merentang kesamping).
- 8) **Gutters**, adalah jarak antara kolom dan baris.
- 9) **Folio**, merupakan hal yang tercipta saat penomoran halaman diletakkan secara konsisten.
- 10) **Running Header and Footer**, adalah sebuah petunjuk di bagian atas dan bawah, untuk menunjukkan keterangan dokumen.
- 11) **Marker**, adalah sebuah petunjuk keterangan informasi yang harus terlihat konsisten.

Selain itu, Grid juga terdiri dari berbagai jenis (Anggraini & Nathalia, 2018, pp. 82–88) , yaitu:

#### A. **Manuscript Grid (Grid 1 kolom)**

*Manuscript Grid* adalah contoh dari *grid* yang paling sederhana, karena hanya menggunakan 1 kolom saja dalam sebuah format desain. Jenis *grid* ini banyak ditemukan pada media yang memiliki banyak teks didalamnya, seperti buku, novel, atau esai.

Anggraini dan Nathalia (2018) mengatakan bahwa, meskipun *grid* ini merupakan jenis *grid* sederhana, namun pertimbangan mengenai visual, kenyamanan membaca, dan stimulasi tidak boleh dilupakan. Beberapa faktor tersebut penting, agar pembaca tetap dapat tertarik pada bacaan yang disajikan.

#### B. **Column Grid**

*Column Grid* terdiri dari 2 kolom dalam sebuah format desain. Jenis *grid* ini dapat saling berhubungan, ataupun saling lepas. *Column grid* lebih banyak digunakan pada media yang membutuhkan tingkatan yang lebih kompleks, atau media yang membutuhkan gambar, dan teks.

Penggunaan *column grid* dapat disesuaikan dengan kebutuhan, misalnya gambar dapat ditaruh kedalam kolom yang sebelah kiri, sedangkan teks ditaruh kedalam kolom sebelah kanan. Selain itu, jarak per kolom sebaiknya tidak terlalu jauh, dan tidak terlalu dekat, agar pembaca dapat mengamati desain dengan baik.

#### **C. Modular Grid**

*Modular Grid* adalah *column grid* dengan tambahan unit/modul secara horizontal, berupa baris (*rows*). Umumnya, *modular grid* terlihat lebih konsisten antara jarak kolom dengan barisnya.

Penggunaan *modular grid* dapat ditemukan pada media yang lebih kompleks, saat media membutuhkan pengaturan format yang lebih banyak. Contohnya adalah, *layout* pada katalog produk, atau website galeri foto.

#### **D. Hierarchical Grid**

*Hierarchical Grid* adalah *grid* dinamis, karena tidak memiliki jarak yang berulang-ulang secara teratur. *Hierarchical grid* dapat ditemukan pada *layout* website pada umumnya, yang lebih mengandalkan intuisi dalam meletakkan elemen desain, namun harus mementingkan prioritas kepentingannya untuk dibaca.

#### **E. Eksplorasi Grid**

Yang dimaksud dengan eksplorasi grid adalah *grid* yang dibuat oleh seorang desainer, menyesuaikan kebutuhan dan tujuannya. Eksplorasi *grid* ini dapat dilakukan dengan cara mengubah sedikit tatanan *grid* yang sudah ada sebelumnya, atau membuat sesuatu yang baru, yang lebih fleksibel.

### **2.4.6 Ilustrasi**

Masnuna (2018, pp. iv) mengatakan bahwa Ilustrasi adalah visualisasi yang dapat menjelaskan atau menerangkan sebuah peristiwa dari

sebuah teks. Ilustrasi juga dapat diartikan sebagai sebuah karya dua dimensi yang tujuannya adalah menjelaskan suatu pengertian. Ilustrasi berasal dari kata latin “Illustrare” yang artinya adalah menerangkan atau menjelaskan, atau dapat diartikan dari kata “ilusi” yang berarti gambaran ide yang serupa dengan hiasan. Masnuna melanjutkan, ilustrasi dapat diterapkan ke beberapa teknik, yaitu teknik menggambar (drawing), fotografi, lukisan, dan teknik seni rupa lainnya.

#### **2.4.6.1. Teknik Ilustrasi**

Slade (1997, pp. 6) berpendapat bahwa terdapat 24 jenis teknik yang dapat digunakan dalam berilustrasi. Dalam pembahasan ini, akan disebutkan beberapa teknik yang paling umum digunakan, yaitu:

##### **A. Ilustrasi Komputer**

Beberapa ilustrator yang telah berganti media ke komputer telah mempunyai pengalaman dalam bereksperimen dengan berbagai macam media tradisional, dan teknik Ilustrasi Komputer tidak ada bedanya. Karena, program komputer yang diciptakan sudah user-friendly bagi penggunaannya. Teknik ini hanya membutuhkan 3 macam alat: sebuah perangkat komputer, program komputer yang relevan (software), dan sebuah alat pemindai.

##### **B. Akrilik**

Akrilik adalah teknik ilustrasi yang menggunakan cat dengan basis air. Kelebihan dari Akrilik adalah penggunaannya yang fleksibel, sehingga membuat teknik ini digemari oleh para ilustrator. Akrilik dapat mengimitasi efek yang dihasilkan dari teknik *Traditional Oils* dan *Watercolor*, dan dapat digunakan untuk mengerjakan ilustrasi baik dari warna gelap ke terang, maupun warna terang ke warna gelap.

### C. Pensil Warna

Pensil warna adalah teknik yang ideal untuk visualisasi yang cepat dan pengaplikasian warna dalam ilustrasi, dan merupakan teknik yang populer digunakan untuk ilustrasi sebuah buku. Karena alatnya yang mudah untuk dibawa kemana saja, pensil warna juga cocok untuk pengumpulan ide dan membuat sketsa. Alat yang umum digunakan dalam teknik ini adalah pensil berwarna atau pensil warna yang dapat larut dengan air, dan jenis kertas apapun dapat digunakan.

### D. Spidol

Spidol umumnya digunakan untuk visualisasi, karena spidol mempunyai spontanitas dan pengaplikasian arah yang dapat menghasilkan banyak macam efek pada sebuah ilustrasi. Spidol menggunakan teknik yang sama dengan *Watercolor*, dimana intensitas *tone* dan warna diciptakan melalui berbagai layer.

### E. Watercolour

*Watercolor* adalah salah satu media melukis yang ekspresif dan indah. Karena banyaknya variasi teknik yang dapat digunakan dari *Watercolor*, mudah bagi para ilustrator untuk menciptakan suatu style tertentu. *Watercolor* mempunyai karakteristik utama, yaitu transparan dan dapat digunakan bahkan dengan intensitas air yang cukup banyak. Teknik ini sebenarnya merupakan teknik yang *friendly* untuk digunakan bagi pemula, namun sulit untuk dikuasai.

#### 2.4.7 Fotografi

Foto adalah sebuah bentuk testimoni, yang dapat disebarkan kepada khalayak ramai dalam waktu yang singkat. Sebuah foto dapat menampilkan

bagaimana bentuk rupa seseorang, atau indahny pemandangan sekitar (Wijaya, 2018, pp. 1).

Sejarah fotografi dimulai dari tahun 1839, lebih tepatnya pada tanggal 19 Agustus 1839 dimana Louis J. M. Daguerre mengumumkan eksperimen fotografi melalui sebuah pertemuan di French Academy of Sciences, Perancis. Tanggal eksperimen tersebut kemudian dicatat sebagai hari lahirnya fotografi. Tidak lama setelah itu, pada tahun 1841, fotografi pun mulai masuk ke Hindia Belanda oleh Juriaan Munich, utusan kementerian kolonial yang datang melalui jalan laut Batavia (Wijaya, 2018, pp. 1–2).

Wijaya (2018) menjelaskan, bahwa ada berbagai macam fotografi yang berkembang di masyarakat. Pertama, yaitu akar fotografi menurut Wijaya adalah fotografi dokumenter, dimana hasil foto dokumenter memiliki cerita yang ada di sekeliling kita. Selanjutnya ada foto jurnalistik, dimana fotografi bertemu dengan jurnalisme. Foto jurnalistik ini digunakan untuk menyampaikan fakta, informasi, dan cerita kepada masyarakat. Selain itu, terdapat berbagai macam fotografi lainnya, seperti foto cerita, sensor, estetika, pictorial, maupun eksotis.

Wijaya (2018, pp. 22–26) mengatakan ada beberapa teknik yang digunakan dalam fotografi, yaitu:

#### **A. Fokus**

Fokus adalah aspek optis berupa tajam atau tidaknya sebuah gambar. Bisa dikatakan, fokus adalah sebuah titik dimana objek yang ingin difokuskan terlihat lebih tajam dibandingkan dengan yang tidak difokuskan. Objek yang tidak difokuskan umumnya akan terlihat tidak tajam, atau biasa disebut dengan *blur*.

Wijaya (2018) mengatakan, faktor fokus pada gambar dipengaruhi oleh beberapa hal, salah satunya adalah perangkat yang digunakan untuk mengambil foto, seperti kamera dan lensa.

Keterbatasan pada alat membuat gambar/foto yang dihasilkan menjadi tidak maksimal, karena adanya kegagalan teknis, seperti fokus pada perangkat yang tidak baik, kecepatan menangkap gambar yang rendah, atau faktor eksternal seperti guncangan kecil karena ketidakstabilan tangan fotografer.

### **B. Pencahayaan**

Pencahayaan adalah faktor terpenting lainnya dalam sebuah foto, karena jika tidak ada teknik pencahayaan, maka tidak akan tercipta sebuah foto. Pencahayaan dapat dibagi menjadi dua, yaitu cahaya alami (*available light*, atau bisa juga disebut dengan *ambient light*), dan cahaya tambahan (*artificial light*). Contoh dari cahaya alami adalah matahari, dan contoh cahaya tambahan adalah cahaya yang dihasilkan dari alat atau benda, seperti lampu ruangan, lampu kilat (*flash*), lampu studio, atau cahaya lilin (Wicaksono, 2023; Wijaya, 2018, pp. 23). Sebagai teknik dasar, ada 5 teknik pencahayaan yang umum digunakan oleh fotografer menurut Wicaksono (2023), yaitu teknik *front light*, teknik *oval light*, teknik *side light*, teknik *back light*, dan teknik *existing light*.

### **C. Sudut Pandang**

*Angle*, atau sudut pandang adalah sudut pengambilan sebuah foto. Seorang fotografer dapat mengambil sebuah sudut pandang yang ingin ditampilkan sebuah foto menurut keinginannya, berdasarkan sisi yang menurut sang fotografer menarik. Ada beberapa cara dalam pengambilan sudut pandang, yaitu sejajar (*eye level*), dari atas (*bird view*), sedikit lebih tinggi daripada mata (*high angle*), atau lebih rendah daripada mata (*low angle*) (Wijaya, 2018, pp. 23).

### **D. Pembingkai (*framing*)**

Pembingkai adalah penentuan sisi disekitar foto, atau luasnya pandangan yang dapat ditampilkan dalam sebuah bingkai (*frame*). Dengan teknik pembingkai, fotografer dapat menentukan informasi yang dapat dimuat dalam bingkai. Selain itu, teknik

*framing* juga dapat menentukan suatu subjek akan terlihat dominan, kecil, terpotong, ataupun hilang.

## 2.5 Merenda

Merenda, atau yang disebut juga dengan *crocheting*, adalah teknik menjalin benang yang menggunakan satu buah jarum dengan lengkungan di ujung jarumnya. Lengkungan tersebut berfungsi untuk memasukkan dan mengaitkan benang kedalam simpul yang sudah terbentuk, untuk membuat simpul baru (Widyani & Iffat, 2017). *Crocheting* berasal dari bahasa Perancis, *crochet*, yang berarti ‘hook’, yaitu sebuah kegiatan membuat fabrik dengan membuat simpul-simpul (Burns & Van Der Meer, 2021).



Gambar 2.0.26 Crocheting, atau dalam bahasa Indonesia, merenda  
<https://www.dailysabah.com/arts/a-beginners-guide-to-crocheting-through-the-eyes-of-someone-who-used-to-hate-it/news>

Merenda seringkali disamakan dengan kegiatan merajut, namun keduanya memiliki perbedaan. Kegiatan merenda menggunakan satu jarum dengan lengkungan dibagian ujungnya, sedangkan kegiatan merajut menggunakan dua jarum dengan bentuk menyerupai sumpit, atau tusuk satai (Widyani & Iffat, 2017). Selain itu, pada kegiatan merenda, umumnya selalu terdapat sebuah rantai yang dimasukkan untuk membuat simpul selanjutnya, sedangkan pada kegiatan merajut, barisan tusukan/rantai dipegang oleh salah satu jarumnya.

Widyani & Iffat mengatakan bahwa teknik merenda lebih populer di Indonesia dibandingkan dengan teknik merajut, karena iklim Indonesia yang

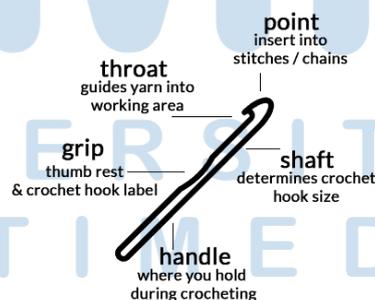
kurang mendukung bahan dari merajut itu sendiri, yaitu bahan wol. Teknik merenda lebih dahulu populer, karena memang dikenal secara turun-menurun.

Terdapat beberapa alat dan bahanyang dibutuhkan dalam kegiatan merenda, yaitu:

#### A. Hakpen/*crochet hooks*

Hakpen, atau *crochet hooks* adalah sebuah alat yang dipegang di tangan untuk membantu benang membuat rantai renda (Cagle, 2023). Burns & Van Der Meer (2021) mengatakan bahwa hakpen memiliki variasi ukuran, dan material. *Hakpen* dapat terbuat dari bahan plastik, besi, ataupun bambu. Terdapat variasi ukuran hakpen, karena menyesuaikan dengan ketebalan benang yang akan dipakai.

Cogle (2023) menjelaskan tentang anatomi dari sebuah hakpen. Dalam sebuah hakpen, terdiri dari *throat*, *point*, *grip*, *shaft*, dan *handle*. *Throat* adalah bagian hakpen yang membantu benang, dikatakan sebagai *working area*, atau area kerja dalam merenda. *Point*, adalah ibarat sebuah kepala hakpen, yang membantu memasukkan benang kedalam sebuah rantai benang. *Grip* adalah tempat dimana ibu jari biasa diletakkan untuk memegang kokoh sebuah hakpen, biasanya juga tertulis ukuran hakpen yang sedang digunakan. *Shaft* adalah lebarnya sebuah hakpen. Umumnya, lebar sebuah rantai benang ditentukan oleh seberapa lebar hakpen yang sedang digunakan. Yang terakhir adalah *handle*, yaitu tempat untuk memegang hakpen saat merenda.



Gambar 2.0.27 Anatomi Hakpen

Sumber: <https://easycrochet.com/crochet-hook-sizes/>

Dalam dunia merenda, tidak ada ukuran yang absolut tentang ukuran hakpen dengan ketebalan benang yang seharusnya. Namun, orang-orang yang menekuni kegiatan merenda ini mengacu kepada chart seperti pada gambar.

mm	US	Old UK	Japan
2.00	B-1	14	2/0
2.20			3/0
2.25	B-1	13	3/0
2.50		12	4/0
2.75	C-2	12	
3.00		11	5/0
3.25	D-3	10	
3.50	E-4	9	6/0
3.75	F-5	9	
4.00	G-6	8	7/0
4.50	G-7	7	7.5/0
5.00	H-8	6	8/0
5.50	I-9	5	9/0
6.00	J-10	4	10/0

Gambar 2.0.28 macam-macam ukuran hakpen  
<https://crochetkim.com/crochet-hook-conversion-us-uk-japan/>

## B. Benang

Benang yang digunakan dalam merenda umumnya memiliki variasi bahan yang berbeda-beda, tergantung dengan kebutuhan, dan produk merenda yang akan dibuat. Ada beberapa jenis benang yang sering digunakan dalam merenda, yaitu benang *polyester*, benang *nylon*, benang T-yarn, atau benang jerami dalam membuat produk seperti tas, keranjang, aksesoris, atau dekorasi rumah. Ada juga benang katun, atau benang wol yang umumnya digunakan untuk membuat produk *wearable*, seperti pakaian bayi, atau pakaian untuk orang dewasa (Endrawati, 2022).

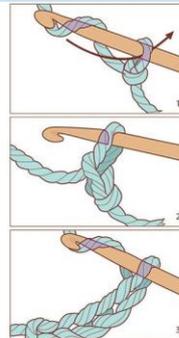
## C. Jarum Tapestry

Jarum Tapestry dalam kegiatan merenda digunakan untuk keperluan menjahit benang hasil merenda, yang bertujuan untuk menyambungkan, dan menyembunyikan sisa benang, agar terlihat lebih rapi.

Dalam membuat tusukan renda yang dimaksud, ada beberapa teknik yang dapat diterapkan dalam membuat tusukan, seperti yang dijelaskan oleh Astuti (2018), yaitu:

1) Rantai atau *chain* (ch)

Rantai adalah jenis tusukan paling dasar yang umum digunakan dalam membuat sebuah produk merenda. Dinamakan dengan rantai, karena jenis tusuknya yang terlihat seperti sebuah rantai. Cara membuatnya adalah, dengan membuat sebuah simpul terlebih dahulu, namun benang yang dimasukkan tidak langsung ditarik menjadi sebuah simpul, namun ditahan dengan menggunakan hakpen, sehingga membentuk sebuah lingkaran dasar. Setelah itu, dengan bantuan hakpen, mengambil benang lanjutan (bukan bagian yang terpotong) untuk ditarik keluar menjadi sebuah rantai.

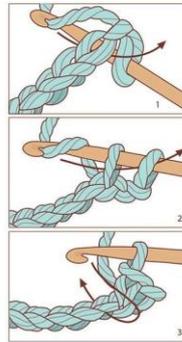


Gambar 2.0.29 Contoh Rantai atau *chain* dalam merenda

Sumber: <https://sajiansedap.grid.id/read/102182579/bosan-selama-di-rumah-aja-cobain-5-teknik-merajut-dasar-yang-dijamin-bikin-ketagihan-ini?page=all>

2) Tusuk tunggal (sc)

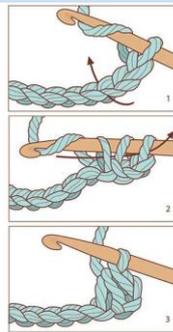
Setelah sebelumnya membuat rantai, selanjutnya adalah membuat tusuk tunggal, atau *single crochet*. Teknik ini dapat dilakukan dengan memasukkan *point* hakpen kedalam rantai, mengambil benang lanjutan untuk dikeluarkan dari rantai, sehingga ada dua buah lingkaran yang berada dibagian *shaft* hakpen. Kemudian, ulangi teknik tersebut, dengan mengambil benang lanjutan untuk ditarik keluar dari rantai, melewati dua buah lingkaran tadi untuk membentuk *chain* baru



Gambar 2.0.30 Contoh *Single Crochet (sc)* dalam merenda  
 Sumber: <https://sajiansedap.grid.id/read/102182579/bosan-selama-di-rumah-aja-cobain-5-teknik-merajut-dasar-yang-dijamin-bikin-ketagihan-ini?page=all>

3) Setengah Tusuk Ganda (hdc)

Teknik setengah tusuk ganda ini sedikit mirip dengan tusuk tunggal, hanya perbedaannya adalah ketika ingin membuat rantai baru, benang lanjutan diambil dan diputar ke hakpen terlebih dahulu tanpa dikeluarkan dari rantai sebelumnya, lalu baru memasukkan *point* hakpen kedalam rantai dasar selanjutnya.

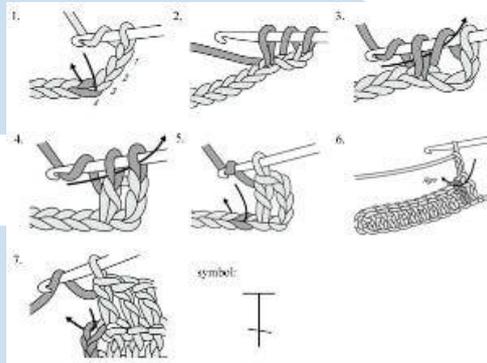


Gambar 2.0.31 Contoh tusuk setengah ganda dalam merenda  
 Sumber: <https://sajiansedap.grid.id/read/102182579/bosan-selama-di-rumah-aja-cobain-5-teknik-merajut-dasar-yang-dijamin-bikin-ketagihan-ini?page=all>

4) Tusuk Ganda (dc)

Teknik ini dapat dilakukan sama dengan teknik setengah tusuk ganda, namun dalam teknik tusuk ganda, setelah lingkaran yang menyangkut dibagian *shaft* hakpen berjumlah tiga buah, pengambilan benang lanjutan dilakukan dan melewati hanya dua buah lingkaran awal, sehingga membuat rantai lingkaran yang baru, dan lingkaran benang yang berada di *shaft* hakpen bertambah satu buah, dengan sisa satu buah benang yang tertinggal sebelumnya. Setelah itu, mengambil

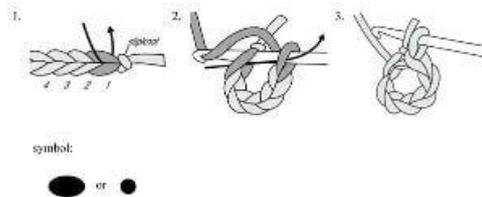
kembali benang lanjutan, kaitkan, dan tarik keluar melalui dua buah lingkaran yang tersisa tersebut. Itulah teknik tusuk ganda.



Gambar 0.32 Contoh tusuk ganda dalam merenda  
 Sumber: <https://fitinline.com/article/read/5-macam-tusuk-dasar-merajut/>

5) Tusuk Sisip (sl st)

Tusuk sisip ini bertujuan untuk mengaitkan kaitan benang yang ada di hakpen kedalam rantai yang sudah terbentuk. Tujuannya adalah menutup lembar kerja yang sudah dikerjakan. Teknik ini sangat mudah dilakukan, hanya dengan memasukkan *point* hakpen kedalam rantai, mengambil sebuah kait, lalu menarik keluar dari lubang rantai dan kait benang pada hakpen.



Gambar 2.0.33 Contoh slip stich dalam merenda  
 Sumber: <https://fitinline.com/article/read/5-macam-tusuk-dasar-merajut/>

6) *Increase* (inc)

Teknik ini adalah teknik menambah jumlah rantai, yang dilakukan dengan melakukan *single crochet* (sc) di lubang rantai yang sama.

7) *Decrease* (dec)

Teknik ini adalah kebalikan dari *increase*, yaitu mengurangi jumlah rantai dari sebuah lembar kerja. *Decrease* dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu dengan mengambil helai benang dibagian depan dengan

menggunakan *point* hakpen, dan memasukkan kedalam dua rantai secara bersamaan, kemudian membuat *single crochet*.

8) *Magic Ring*

Teknik *magic ring* adalah teknik yang umumnya digunakan jika ingin membuat sesuatu yang berbentuk bundar, atau melingkar. Umumnya dipakai untuk membuat aksesoris, seperti gantungan kunci, boneka, dan lain-lain.

Ada beberapa produk yang sudah biasa dihasilkan dengan melakukan kegiatan merenda, seperti kain renda; amigurumi; produk wearable seperti sweater, cardigan, vest, topi, beanie, selimut; produk penunjang penampilan, seperti tas, sepatu untuk bayi, bandana, jepitan rambut; hiasan untuk dekorasi rumah, seperti coaster, pajangan dinding, kotak tissue, atau karpet.

## 2.6 Website

Berkembangnya teknologi memunculkan berbagai macam inovasi baru yang belum pernah ada sebelumnya. *Website*, adalah sebuah koleksi laman web yang tersimpan dalam sebuah sistem yang dinamakan *web server*, dan diakses dari luar sistem (Bell, 2013). *Website* adalah laman web yang terhubung satu sama lain menggunakan koneksi internet, berupa berbagai macam informasi (Ariffudin, 2023). Ariffudin mengatakan, *website* memiliki keuntungan. Dari sudut pandang pengunjung, *website* dapat memberikan akses mudah untuk mencari dan menemukan informasi, sedangkan bagi wirausahawan, *website* mempermudah dalam meningkatkan *branding* perusahaan, atau menaikkan penjualan produk.

Ada lima unsur penting yang terdapat dalam sebuah *website*, menurut Ariffudin (2023), yaitu:

1. Domain  
Domain adalah alamat sebuah laman web yang berfungsi sebagai identitas sebuah situs di internet. Umumnya, domain terdiri dari nama domain, dan ekstensi domain yang terletak dibagian akhir, seperti .com, .net, .org, .id, dan lain sebagainya.

## 2. Hosting

Sebuah tempat dimana *website* tersimpan didalam suatu server, dan dapat diakses menggunakan internet adalah pengertian dari *hosting*. Agar dapat menjalankan *website* yang stabil dan cepat saat dibuka oleh pengunjung, sebuah *website* memerlukan *hosting*.

## 3. Bahasa Pemrograman

Bahasa pemrograman adalah bahasa khusus yang diciptakan untuk membuat software komputer, seperti HTML, CSS, JavaScript, atau PHP.

## 4. Konten

Dalam suatu *website*, pasti memiliki berbagai informasi didalamnya. Informasi yang terkandung adalah konten, yang dapat terdiri dari teks, audio, gambar, video, atau kombinasi semua unsur tersebut. Konten yang disajikan harus menarik, informatif, dan dapat dipahami, agar pengunjung dapat tinggal berlama-lama didalam *website* tersebut.

## 5. Desain Web

Desain adalah penunjang konten yang terdapat dalam sebuah *website*, berupa *layouting*, dan penggunaan elemen-elemen visual.

Dalam perkembangannya, ada beberapa jenis *website* yang sering digunakan oleh masyarakat sekarang. Bell (2013, pp. 30–33) mengatakan bahwa ada 16 jenis *sites*, yaitu:

### a. Business sites

Situs bisnis digunakan untuk menarik perhatian konsumen baru, menghasilkan uang, dan sebagai model bisnis yang baru. Jenis situs ini umum digunakan, dari perusahaan besar sampai toko kecil dapat menggunakan situs sebagai bisnis.

### b. Corporate sites

Lain halnya dengan situs bisnis, situs korporasi atau situs perusahaan umumnya memuat hal atau informasi yang berkaitan dengan

perusahaan. Sebuah perusahaan dapat memberikan informasi mengenai produk atau jasa yang ditawarkan, dan kontak yang dapat dihubungi.

c. E-commerce sites

Situs penjualan online atau situs *e-commerce* dikatakan oleh Bell, digunakan untuk membeli atau menjual produk atau jasa melalui internet. Contohnya adalah Amazon, Shopee, Tokopedia, Blibli, Bukalapak, dan lain sebagainya.

d. Small business sites

Situs untuk bisnis skala kecil umumnya dibuat bersamaan dalam menjalankan bisnisnya. Bell memberi contoh seperti Darn Good Soup.

e. Personal

Bell mengatakan, sebelum bisnis menginvasi dunia *World Wide Web*, umumnya orang-orang membangun *website* demi kebutuhan pribadi (*personal*), seperti situs untuk keluarga, situs *fansite*, atau situs untuk *journaling* seperti blog.

f. Personal profile sites

Berbeda dengan tipe situs sebelumnya, jenis situs ini umumnya digunakan sebagai bentuk promosi seseorang.

g. Blogs

Blog adalah sebuah catatan berbasis web (*web log*), atau jurnal online.

h. Portfolio sites

Situs portfolio adalah sebuah situs dimana para seniman menampilkan hasil karyanya, bahkan dapat membeli karya tersebut melalui situs seniman tersebut.

i. Social

Saat pertama kali komputer dapat terkoneksi dengan komputer lainnya, hal tersebut dimanfaatkan untuk dapat bersosialisasi didalamnya.

Mereka membuat penggunaanya dapat berinteraksi secara *online* melalui situs *social networking* dan surat elektronik (*email*).

j. Social networks

Berkembangnya situs untuk dapat berinteraksi melalui internet, memunculkan situs dan aplikasi percakapan secara *online*, seperti *facebook*, *friendster*, dan lain sebagainya.

k. Microblogging

Berbeda dengan *blog*, *microblogging* memungkinkan penggunanya untuk membuat dan berinteraksi dengan *microblogger* lainnya. Dalam hal ini, *microblogging* adalah *blog* dengan skala yang lebih kecil, contohnya adalah *twitter*.

l. Forums

Forum adalah sebuah papan buletin yang berbasis *online*, yang siapa saja bisa meninggalkan sebuah *posting* atau komentar. Awalnya, forum diciptakan oleh perusahaan-perusahaan, namun sekarang telah berkembang agar semua orang dapat membuat forumnya sendiri.

m. Informational sites

Situs ini berguna sebagai tempat yang memberikan informasi secara gratis. Informasi yang terkandung dapat membantu meningkatkan pengetahuan, dan edukasi, karena internet adalah gudangnya informasi.

n. Government sites

Situs pemerintahan umumnya dikelola oleh pemerintahan, sebagai tempat untuk mengakses informasi yang berkaitan dengan pemerintahan dengan mudah. Umumnya, situs pemerintahan memiliki domain *.gov* didalamnya, untuk menandakan bahwa itu adalah milik, dan dikelola oleh pemerintah.

o. Community sites

Situs untuk komunitas ini berfungsi sebagai situs untuk mengumpulkan orang dengan minat yang sama, dan sarana untuk berbagi informasi. Contohnya, seperti komunitas pecinta sepak bola, komunitas merajut, sekolah, dan lain sebagainya.

p. Wikis

Wiki adalah sebuah gudang informasi yang dapat diedit oleh siapa saja, yang mempunyai akses terhadap situs tersebut.