

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Desain Informasi

Menurut Baer (2008), tujuan dari perancangan desain informasi adalah menciptakan persepsi penuh makna bagi *audiens* dengan cara mengkomunikasikan tujuan desain yang dirancang. Dalam desain informasi, seorang desainer grafis menciptakan komunikasi yang efektif dengan cara menggunakan citra, simbol, tipe, dan warna, serta membuat pilihan estetika yang bersifat kognitif (hlm. 14).

2.1.1 Desain Informasi yang Baik

Seorang desainer harus mengemas informasi dengan jelas ke dalam sebuah perancangan dengan tujuan mempermudah *audiens* dalam memahami kebutuhan dan arah yang hendak dicapai melalui informasi tersebut. Informasi yang didesain dengan baik mampu menyederhanakan hal-hal yang sebelumnya terlihat rumit dan kompleks. Menurut Baer (2008), dalam pembuatan desain informasi yang baik, diperlukan beberapa hal penting yang terjabar sebagai berikut (hlm. 22).

1. Berfokus pada Konten

Menurut Baer (2008), desainer harus mampu menjadi interpretator terbaik dan harus mampu memahami rangkaian pesan penting dalam membuat desain informasi. Untuk penyisipan konten penting di dalam sebuah desain informasi, desainer harus memperhatikan beberapa hal berikut (hlm. 23, 46).

- a. Perancangan konten desain informasi harus memuat kelengkapan isi dan ditulis secara keseluruhan.

b. Desainer harus mampu menyampaikan tujuan pembuatan desain informasi secara tepat sasaran berdasarkan analisis, penelitian, dan percakapan yang telah dilakukan sebelumnya.

c. Desainer harus melakukan riset mendalam terkait *audiens*, seperti analisis dan penelitian, serta membuat persona dari *audiens*, sehingga informasi yang disampaikan dapat tepat sasaran.

d. Seorang desainer harus mampu menentukan pendekatan dan format desain terbaik melalui pemahaman kedalaman dan keluasan konten yang ada sebelum membuat desain informasi.

2. Berpusat pada Pengguna

Menurut Baer (2008), seorang desainer juga harus memiliki komitmen penuh dalam memahami pola pikir *audiens* sekaligus memenuhi kebutuhan *audiens*. Dalam mencapai komitmen tersebut, terdapat kendala yang harus dihadapi, seperti perbedaan cara *audiens* dalam memahami informasi dikarenakan adanya perbedaan dalam hal norma budaya, gerak, pencahayaan, dan kelelahan (hlm. 23).

Audiens merupakan pusat perencanaan dari sebagian besar perancangan desain informasi. Ketika menyusun strategi perancangan karya, desainer harus mendalami beberapa hal terkait kebutuhan, tujuan, dan keselarasan tujuan *audiens* dengan strategi perancangan desain informasi (hlm. 36).

3. Perangkat Desain Informasi

Menurut Baer (2008), desain informasi yang solid dihasilkan oleh pemahaman yang menyeluruh terkait desain informasi. Desain informasi dapat dikatakan berhasil apabila adanya kontribusi dari penyisipan hierarki, ritme elemen desain, tipografi, komposisi, penggunaan warna, dan ruang negatif (hlm. 23).

2.2 Teori Desain Grafis

Menurut Landa (2014) dalam bukunya yang berjudul “*Graphic Design Solution 5th Edition*” mengemukakan bahwa desain grafis merupakan bentuk komunikasi yang berisikan penuangan ide dalam bentuk visual melalui elemen visual. Richard Grefé selaku Direktur Eksekutif AIGA (<http://www.aiga.org>) menjelaskan bahwa desain adalah sebuah perancangan antara informasi dan pemahaman.

2.2.1 Elemen Dasar pada Desain

Menurut Landa (2014) terdapat 4 elemen dasar yang dapat dimanfaatkan pada desain untuk berkomunikasi dan berekspresi. Elemen desain tersebut meliputi garis, bentuk, warna, dan tekstur (hlm. 19-29).

1. Garis

Garis merupakan titik memanjang yang melintasi permukaan yang dapat dibuat dengan bermacam alat visualisasi. Garis memiliki beberapa jenis yang diantaranya adalah lurus, melengkung, atau bersudut. Garis dapat berfungsi untuk mengarahkan audiens ke arah tertentu dan dapat memiliki kualitas spesifik seperti tipis atau tebal, halus atau rusak, teratur atau berbelok, dan lainnya (hlm 19-20).

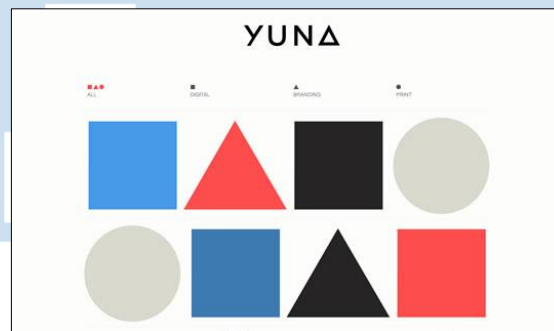


Gambar 2.1 *Lines in Website Design*

Sumber: <https://speckyboy.com/wp-content/uploads/2019/02/lines-in-web-design-01.png>

2. Bentuk

Bentuk merupakan garis yang tertutup yang dapat diukur dengan tinggi dan lebar. Pada dasarnya bentuk dapat diturunkan menjadi tiga buah bentuk, yaitu persegi, segitiga, dan lingkaran. Setiap bentuk dapat memiliki volumetrik, seperti kubus, piramida, dan bola (hlm. 20).

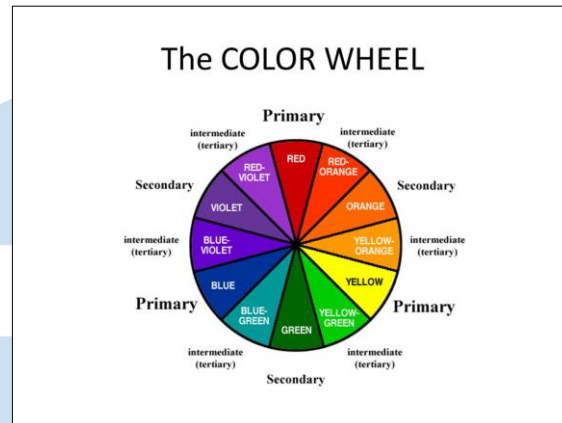


Gambar 2.2 *Shapes in Website Design*
Sumber: <https://webdesignledger.com/wp-content/uploads/2011/03/geoshapes14.jpg>

3. Warna

Menurut Landa (2014), warna merupakan elemen desain yang kuat dan mencolok yang tercipta melalui cahaya yang dipantulkan. Pigmen merupakan zat kimia dalam benda yang dapat berinteraksi dengan cahaya. Pigmen dapat tercipta secara alami atau buatan, seperti kertas, tinta, dan plastik. Namun, pada layar komputer terdapat cahaya dengan panjang gelombang yang disebut dengan warna digital atau aditif. Roda warna berikut memberikan gambaran tentang penempatan warna primer, sekunder, dan tersier.

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 2.3 *The Color Wheel*

Sumber: https://slideplayer.com/7396707/24/images/slide_1.jpg

Terdapat tiga warna primer pada basis *layer* yang disebut sebagai RGB (*Red, Green, Blue*). Warna primer tersebut biasanya disebut dengan warna aditif, karena jika digabungkan dengan ukuran yang sama dapat memberikan warna putih. Dalam penggunaannya, manusia dapat melihat jutaan *tone* dan *value* yang tercipta melalui komputer (Landa, 2014, hlm. 23-24).

Keberagaman warna memiliki arti beragam yang dapat dipelajari dan terhubung dengan emosi yang dimiliki oleh manusia. Sebagai contoh, psikologi warna yang dilihat melalui sistem kepercayaan Katolik yang menggunakan warna ungu sebagai lambang pertobatan dan paskah.

Terdapat 3 kategori elemen warna, yaitu:

- a. *Hue* merupakan istilah yang digunakan untuk membedakan satu warna dengan warna lainnya.
- b. Kromatik merupakan warna spektrum seperti warna merah, hijau, biru, dan ungu.
- c. Achromatic dapat diartikan sebagai tanpa warna. Namun, warna achromatic diperlukan sebagai warna karena memiliki kehadiran visual dan psikologis. Warna-warna achromatic antara lain adalah hitam, putih, abu-abu, dan lainnya. (Eiseman, 2017, hlm. 15).

Value yang merupakan tingkat pencahayaan yang mengatur terang atau gelapnya warna berdasarkan jumlah cahaya yang dipantulkan oleh *hue* (Eiseman, 2017, hlm. 15). Pada *value* terdapat beberapa aspek warna seperti:

- a. *Tint/high value color* adalah warna putih yang memantulkan cahaya ditambahkan tanpa mengubah rona.
- b. *Shade/low value color* adalah hitam yang menjadi penyerap cahaya ditambahkan dan warna digelapkan tanpa mengubah rona.
- c. *Medium value* adalah campuran nilai terang dan gelap dari warna yang sama.

Saturation atau *Chroma* menggambarkan intensitas dan kekuatan warna. Saturasi yang tinggi menunjukkan bahwa warna tersebut lebih murni dan semakin mendekati warna spektrum (Eiseman, 2017, hlm. 16).

- a. *Tint* merupakan warna yang lebih ringan karena adanya penambahan warna putih.
- b. *Trace/Tinge* adalah warna *hue* yang hampir tidak terlihat.
- c. *Tone* adalah modifikasi warna dengan menggunakan warna hitam, abu-abu, atau bahkan putih.
- d. *Tonality* menggambarkan rentang *tone* atau skema warna.
- e. *Undertone* merupakan sebutan untuk warna yang mendasari warna *hue*, seperti merah dalam kemerahan-ungu atau biru dalam warna biru keabu-abuan.
- f. *Shade* merupakan modifikasi warna murni dengan menambahkan warna hitam atau abu-abu.

- g. *Shading* merupakan efek bayangan pada permukaan datar atau bentuk tiga dimensi dengan memberikan warna abu-abu atau warna lain.
- h. *Palette* merupakan sekumpulan warna yang dapat menggambarkan atau membentuk tema tertentu.

Warna memiliki harmoni yang dapat memberikan arahan dan inspirasi dalam memulai konsep untuk mendorong proses desain. Berikut merupakan bagian dari harmoni warna (Eiseman, 2017, hlm. 22):

a. *Monotone*

Penggunaan warna atau corak yang netral, seperti putih pucat, krem, abu-abu.



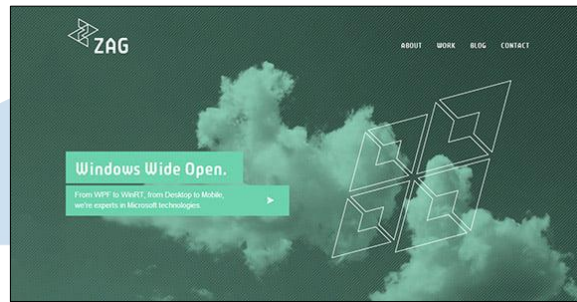
Gambar 2.4 *Monotone Color Website Design*

Sumber: <https://websitesetup.org/wp-content/uploads/2021/06/13-colors-monochromatic.jpg>

b. *Monochromatic*

Skema warna monokromatik menggunakan satu tema warna dalam variasi *tint*, *tones*, dan *shades* seperti penggunaan warna merah tua hingga ke merah muda.

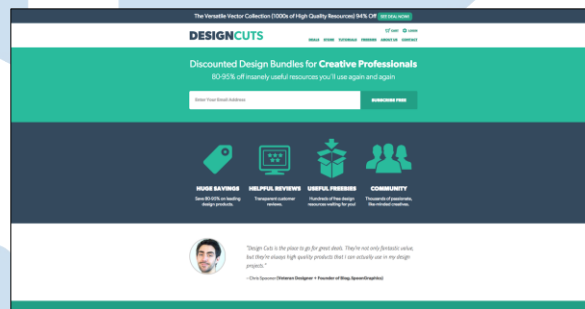
Dalam desain grafis, skema monokromatik digunakan untuk menonjolkan efek campuran atau kontras yang besar.



Gambar 2.5 *Monochromatic Color Website Design*
 Sumber: <https://onextrapixel.com/wp-content/uploads/2012/11/mono-28.jpg>

c. *Analogous*

Skema *analogous* menggunakan warna yang berdekatan seperti hijau, biru kehijauan, dan biru keunguan. Penggunaan warna-warna yang memiliki kesamaan *tone* warna sehingga lebih nyaman untuk dilihat dan dapat memberikan harmoni.



Gambar 2.6 *Analogous Color Website Design*
 Sumber: <https://i.pining.com/originals/8f/83/54/8f835446270a56e9fd2aea7f5783321c.png>

d. *Complementary*

Penggunaan warna yang dapat melengkapi atau menyempurnakan satu sama lain seperti merah dan hijau. Penggunaan warna yang dapat menjadi pelengkap memberikan keseimbangan alami karena memiliki warna yang hangat dan sejuk.



Gambar 2.7 *Complementary Color Website Design*
 Sumber: https://www.bluleadz.com/hs-fs/hubfs/Blog_pics/Memorable_Colors.jpg?width=686&name=Memorable_Colors.jpg

e. *Split Complementary*

Penggunaan warna yang berbeda pada dua sisi *complementary* yang saling berhadapan seperti penggunaan warna ungu dan kuning kejinggaan atau kuning kehijauan. Penggunaan skema warna *split complementary* memberikan kombinasi visual yang unik dan dapat digunakan sebagai efek gelap atau terang.

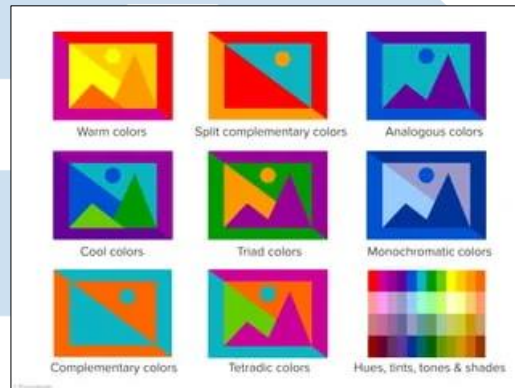


Gambar 2.8 *Split Complementary Website Design*
 Sumber: https://img.freepik.com/premium-vector/trendy-yellow-purple-abstract-liquid-background-your-landing-page-design-minimal-background-website-designs_181182-14682.jpg

f. *Triads*

Skema *triads* menggunakan tiga warna yang berjarak sama seperti warna primer (merah, kuning, biru) atau sekunder (orange, ungu, hijau). Penggunaan warna dengan intensitas terang memberikan kesan bersemangat

sedangkan warna dengan saturasi yang lebih rendah memberikan kesan yang tidak terlalu meriah seperti warna terang.



Gambar 2.9 *Triads Color Website Design*

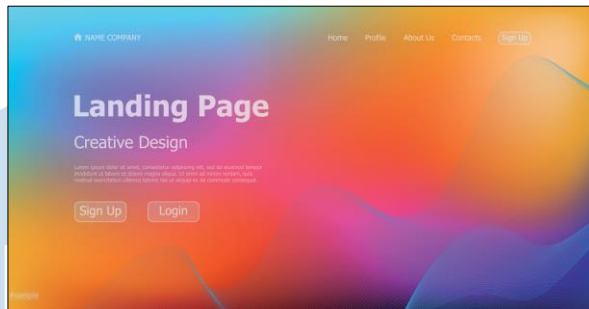
Sumber:

<https://image.slidesharecdn.com/basiccolortheoryforpresentationdesignpart2-150930121050-lva1-app6892/85/how-to-use-the-color-wheel-to-create-colorful-presentations-45-320.jpg?cb=1664966859.jpg>

g. *Tetrads*

Skema *tetrads* menggunakan empat warna yang merupakan dua set warna komplementer yang menawarkan diversifikasi warna yang luas dan kontras seperti, hijau kekuningan, merah keunguan, merah kejinggaan, dan biru kehijauan. Skema ini rumit dan dapat menjadi tantangan, tetapi hasilnya akan menjadi luar biasa dan menarik perhatian audiens.

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 2.10 *Tetrads Color Website Design*

Sumber:

<https://static.vecteezy.com/system/resources/previews/007/320/042/original/gradient-colorful-web-template-landing-page-digital-website-landing-page-design-concept-vector.jpg>

4. Tekstur

Tekstur merupakan kualitas yang dapat dirasakan secara fisik pada permukaan benda. Secara visual seni, tekstur dibagi menjadi 2 kategori, yaitu taktil dan visual.

a. Tekstur Taktil

Tekstur taktil memiliki kualitas yang dapat dirasakan secara aktual melalui sentuhan. Tekstur taktil juga dapat disebut sebagai tekstur aktual atau fakta.



Gambar 2.11 *Tactile textures Website Design*

Sumber: <https://weburbanist.com/wp-content/uploads/2010/08/textured-websites-big-sweater.jpg>

b. Tekstur Visual

Tekstur visual merupakan ilusi tekstur nyata yang dapat dibuat dengan tangan. Contoh dari tekstur visual adalah renda (Landa, 2014, hlm. 23).



Gambar 2.12 *Visual textures Website Design*

Sumber: <https://weburbanist.com/wp-content/uploads/2010/08/textured-websites-real-visuals.jpg>

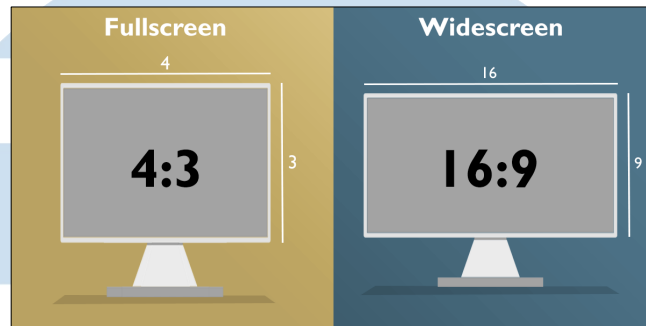
2.3 Prinsip Desain

Menurut Landa (2014) dalam membuat desain terdapat beberapa prinsip yang perlu diterapkan secara konsisten pada setiap proyek desain. Prinsip desain perlu dikombinasikan dengan pengetahuan tentang pembuatan konsep, tipografi, gambar dan visualisasi, dan lainnya. Prinsip-prinsip dasar desain saling bergantung satu sama lain. Berikut merupakan prinsip-prinsip desain (hlm. 29-37).

1. Format

Format didefinisikan sebagai parameter atau batasan pada ruang desain. Format juga mengacu kepada bidang bervariasi yang digunakan dalam suatu proyek desain seperti kertas, layar ponsel, *billboard*, dan lainnya. Ukuran pada format ditentukan oleh kebutuhan proyek, kegunaan dan fungsi, biaya, dan lainnya. Setiap format memiliki lebar dan tinggi sesuai standar namun terdapat format yang sama dengan ukuran yang berbeda seperti poster, brosur yang dapat dilipat menjadi beberapa bagian, dan layar ponsel atau

komputer. Pada saat tertentu, format harus ditentukan dari awal dan desainer harus mampu bekerja dengan batasan tersebut.



Gambar 2.13 *Aspect ratios*

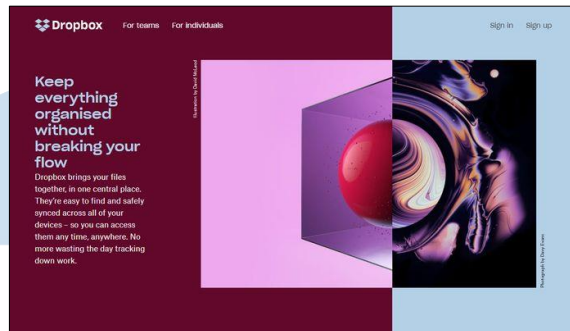
Sumber: <https://www.eksposure.com/wp-content/uploads/2023/01/4-3-and-16-9-aspect-ratio.png>

2. Keseimbangan

Keseimbangan didefinisikan sebagai stabilitas dalam berat visual dengan melakukan pemerataan semua unsur komposisi desain sehingga tercipta harmoni. Komposisi yang seimbang dapat lebih mempengaruhi audiens karena ketidakseimbangan pada desain cenderung memiliki reaksi negatif kepada para audiens dan berakhir dengan penolakan ketidakseimbangan. Keseimbangan pada desain dibagi menjadi tiga, yaitu:

a. Keseimbangan Asimetris

Asimetris adalah pemerataan bobot visual dengan menyeimbangkan satu elemen dengan elemen *counter pointing* tanpa adanya elemen *mirroring* pada kedua sisi dari sumbu tengah atau *central axis*. Di dalam mencapai keseimbangan asimetris baik posisi, bobot visual, ukuran, nilai, warna, bentuk, dan lainnya perlu dipertimbangkan.



Gambar 2.14 Keseimbangan Asimetris pada Website

Sumber: <https://glints.com/id/lowongan/wp-content/uploads/2021/08/layout-dropbox.jpg>

b. Keseimbangan simetris

Simetri merupakan keseimbangan dengan distribusi bobot visual yang sama pada kedua sisi dari sumbu pusat atau dapat disebut sebagai *mirroring*. Keseimbangan simetris dapat mengkomunikasikan kepada audiens tentang harmoni dan stabilitas.



Gambar 2.15 Keseimbangan Simetris pada Website

Sumber: <https://indonesiamendesain.com/wp-content/uploads/2020/07/Mac-Pro-Apple-simetri.png>

c. Keseimbangan Radial

Keseimbangan radial merupakan simetri yang dapat dicapai melalui simetri yang berorientasi horizontal dan vertikal.



Gambar 2.16 Keseimbangan Radial pada Website
 Sumber: <http://www.vanseodesign.com/blog/wp-content/uploads/2009/10/tilly-moss.jpg>

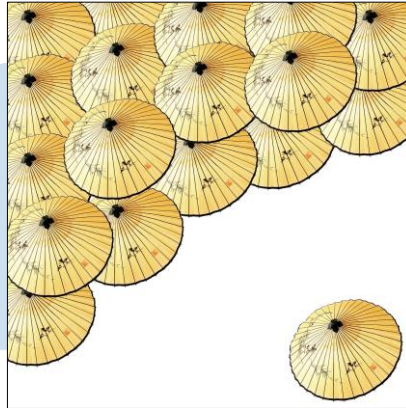
3. Hirarki Visual

Hirarki visual merupakan prinsip utama untuk mengatur informasi dengan memperhatikan penekanan (*emphasis*) pada suatu elemen grafis sehingga dapat mengatur titik fokus audiens untuk melihat. Landa (2014) menjelaskan ada enam cara yang dapat digunakan untuk menunjukkan *emphasis* pada visual, yaitu adalah sebagai berikut:

a. *Emphasis by Isolation*

Emphasis by Isolation dapat dicapai dengan melakukan pemisahan atau isolasi kepada sebuah bentuk sehingga dapat membuat audiens menjadi lebih fokus kepada bentuk tersebut.

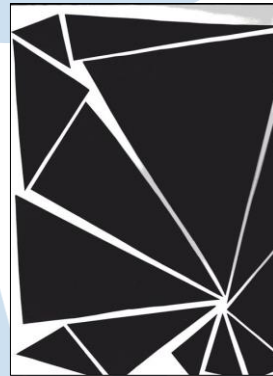
U N I V E R S I T A S
 M U L T I M E D I A
 N U S A N T A R A



Gambar 2.17 *Emphasis by Isolation*
Sumber: <https://pin.it/1sZLQoD>

b. *Emphasis by Placement*

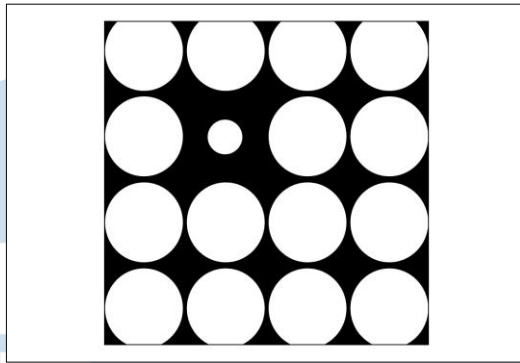
Emphasis by Placement dapat dicapai dengan melakukan penempatan elemen grafis pada posisi tertentu untuk memfokuskan pandangan audiens ke titik yang diinginkan.



Gambar 2.18 *Emphasis by Placement*
Sumber: <https://pin.it/vDeItGV>

c. *Emphasis Through Scale*

Emphasis through Scale dapat dicapai dengan menonjolkan suatu objek melalui ukuran dibandingkan objek visual lainnya.



Gambar 2.19 *Emphasis Through Scale*
Sumber: https://anm104f11.files.wordpress.com/2011/11/015-emphasisabsenceturnedcontrast_002.jpg

d. *Emphasis Through Contrast*

Emphasis through Contrast dapat dicapai dengan mengatur kekontrasan seperti gelap dan terang, halus dan kasar. Sebagai gambaran pada area visual yang memiliki warna gelap maka objek yang memiliki warna terang akan menjadi titik fokus audiens. Kontras yang dimaksud juga dapat berupa bentuk, lokasi, posisi, dan ukuran.



Gambar 2.20 *Emphasis Through Contrast*
Sumber: <https://thevirtualinstructor.com/blog/wp-content/uploads/2018/05/Emphasis4.jpg>

e. *Emphasis Through Direction and Pointers*

Emphasis through Direction and Pointers dapat dicapai dengan membuat elemen lain seperti panah dan *pointers* memberikan

penekanan dengan menunjukkan ke arah yang diinginkan untuk menjadi titik fokus audiens.



Gambar 2.21 *Emphasis Through Direction and Pointers*

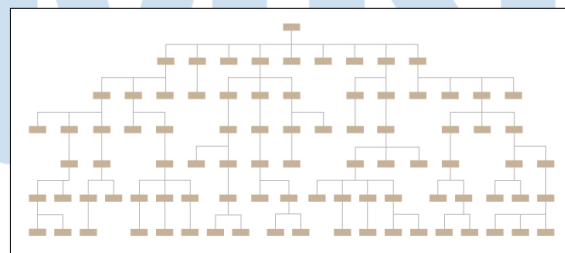
Sumber: <https://public-media.interaction-design.org/images/uploads/1b499bc7c4e1c72ff972e11ac50609bc.jpg>

f. *Emphasis Through Diagrammatic Structures*

Emphasis through Diagrammatic Structures dibagi menjadi 3, yaitu:

a. *Trees Structure*

Trees Structure menempatkan elemen utama pada bagian atas yang terhubung dengan elemen pendukung melalui garis untuk memberikan hubungan hierarki.



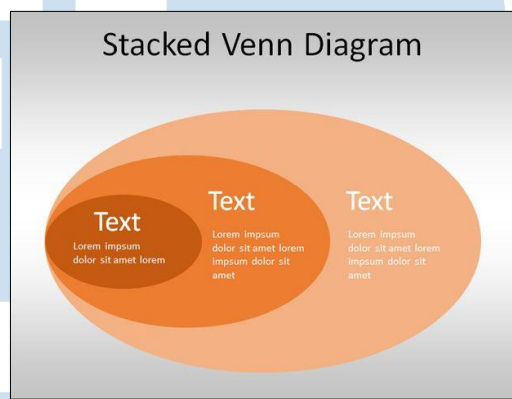
Gambar 2.22 *Trees Structure*

Sumber:

https://datavizcatalogue.com/methods/images/top_images/tree_diagram.png

b. *Nests Structure*

Nest Structure dapat dicapai melalui *layering* dengan elemen utama pada lapisan pertama dan elemen lain di belakangnya atau melalui *containment* dimana elemen utama berisi tentang informasi yang kurang penting. *Layering* berfungsi untuk memberikan hubungan hierarki antara informasi satu dengan informasi lainnya.



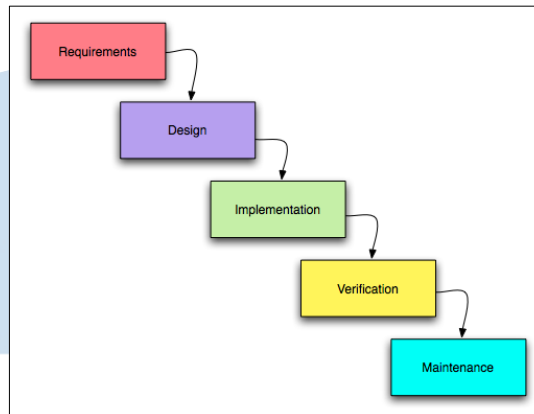
Gambar 2.23 *Nest Structure*

Sumber: <https://d7c2r9g9.rocketcdn.me/wp-content/uploads/stacked-venn-diagram.jpg>

c. *Stairs Structure*

Stairs Structure menunjukkan hierarki dengan menggambarannya seperti anak tangga menurun dimana elemen utama terletak diatas dan dibawahnya merupakan elemen pendukung.

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 2.24 *Stairs Structure*

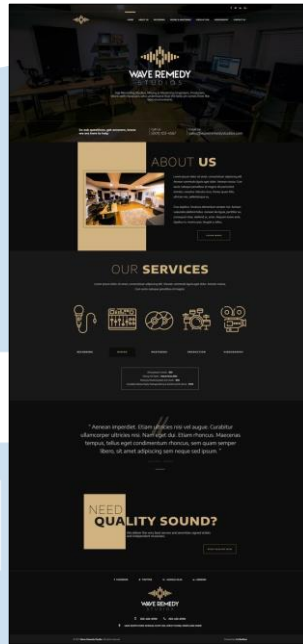
Sumber:

https://www.umsl.edu/~hugheyd/is6840/images/Waterfall_model.png

4. Irama

Irama dalam desain mirip dengan irama musik karena sama-sama memiliki repetisi pola elemen yang kuat dan konsisten, sehingga dapat memicu ketertarikan audiens sekaligus membuat mata penikmatnya mengikuti pergerakan ritme di setiap halamannya. Setiap pembuatan irama dalam desain disisipkan dengan beberapa komponen penting, seperti tekstur, warna, hubungan tokoh, keseimbangan, dan penekanan. Pembuatan irama dalam desain juga harus memiliki urutan yang jelas agar dapat mempertajam aliran visual yang dibuat.

Untuk membangun sebuah ritme yang baik, diperlukan pemahaman terkait perbedaan antara repetisi dan variasi. Dalam desain grafis, repetisi pada ritme diselingi oleh variasi, sehingga mampu menciptakan ketertarikan visual. Variasi dibentuk berdasarkan modifikasi pada pola dengan cara mengubah elemen, seperti bentuk, posisi, ukuran, warna, atau bobot visual. Variasi yang dibuat dapat meningkatkan ketertarikan visual pada *audiens*.



Gambar 2.25 Rhythm Website Design

Sumber:

<https://i.pinimg.com/564x/17/77/96/17779631b94d61e9ed8c28f60c345a20.jpg>

5. Kesatuan

Elemen grafis yang berbeda dapat menjadi sebuah kesatuan yang saling berkaitan satu sama lain. Prinsip untuk membuat sebuah kesatuan, yaitu adanya koneksi dan ketertiban, serta pemahaman unsur visual yang didasari oleh bentuk, orientasi, rupa, dan warna (hlm. 36).



Gambar 2.26 Unity Website Design

Sumber: https://cdn.tutsplus.com/cdn-cgi/image/width=620/webdesign/uploads/legacy/170_UnityWebDesign/Unity%20in%20Web%20Design/coke.png

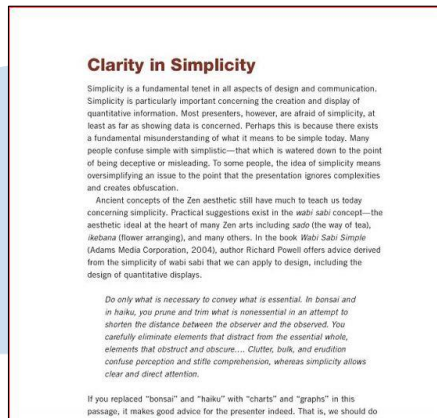
6. Grid

Grid merupakan sebuah struktur komposisi yang terdiri dari garis vertikal dan horizontal yang formatnya terbagi ke dalam bentuk kolom dan *margin*. *Grid* biasanya digunakan sebagai acuan pembentukan struktur pada buku, brosur, majalah, situs pada dekstop dan seluler, dan sebagainya. Struktur kerangka yang ada dalam sebuah *grid* menyediakan kesesuaian, kesatuan, kontinuitas, dan aliran visual pada halaman digital dan cetak. Desain *margin* didasari oleh pertimbangan fungsional dan estetika (Landa, 2014, hlm. 174-175).

a. *Single-Column Grid*

Single-column grid atau yang disebut sebagai *manuscript grid* terdiri dari satu kolom yang dikelilingi oleh *margin*, ruang kosong di bagian tepi atas, bawah, kiri, dan kanan dari setiap halaman digital atau cetak. *Margin* memiliki beberapa fungsi, seperti sebagai struktur bingkai yang proporsional untuk poster cetak dan layar ponsel di bagian tipografi dan konten visual, sebagai penentu kedekatan jarak gambar dan teks dengan tepi format. Dalam segi pertimbangan estetis, *margin* yang sempit akan menampilkan konten yang baik (hlm. 175).





Gambar 2.27 Single-Column Grid

Sumber:

<https://i.pining.com/564x/56/31/ce/5631ce531e1710e3f109d73393e35aed.jpg>

b. *Multicolumn Grid*

Multicolumn grid merupakan kombinasi dari banyak *grid* yang bergantung pada ukuran dan proporsi format dan dibuat dengan menyesuaikan informasi yang ada pada desain, baik dalam bentuk simetris maupun asimetris. *Multicolumn grid* memiliki jumlah kolom yang berbeda-beda sesuai dengan faktor pemicunya, seperti konsep, tujuan, dan cara penyajian isinya. Satu atau lebih banyak kolom dapat hanya berisikan teks atau gambar atau bahkan gabungan dari keduanya (hlm. 177-181).

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



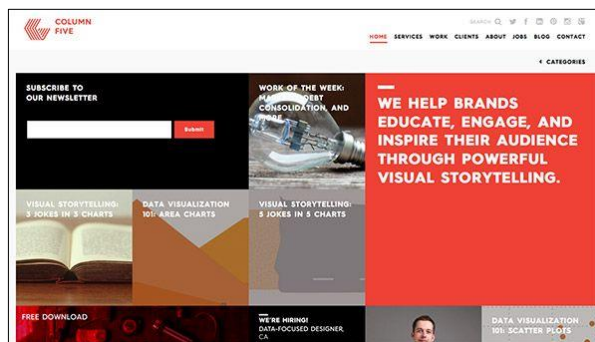
Gambar 2.28 Multicolumn Grids

Sumber:

<https://i.pining.com/564x/10/5d/d2/105dd2dd411f0d6f1f8c7ab431d14804.jpg>

c. *Modular Grid*

Modular grid terdiri dari modul yang unit individualnya terbuat dari potongan kolom dan garis aliran, dengan fleksibilitasnya dalam mengatur elemen-elemen visual. Satu atau lebih modul dapat ditempati teks dan gambar dan zonanya harus dirancang agar hierarki visual jelas (hlm. 181).



Gambar 2.29 Modular Grid

Sumber:

<https://i.pining.com/originals/33/cc/84/33cc848a79cf293dede9175220059dcc.jpg>

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

7. Tipografi

Menurut Landa (2014), tipografi merupakan desain satu set karakter yang tergabung oleh konsistensi properti visual. Properti visual membuat jenis huruf menjadi mudah dikenali walaupun huruf tersebut telah mengalami modifikasi sebelumnya. Jenis huruf meliputi aksen, angka, huruf, simbol, dan tanda baca (hlm. 44). Landa (2014) juga mengungkapkan bahwa jenis tipografi yang ada saat ini tergolong banyak dengan klasifikasi utama yang didasarkan pada gaya dan sejarah. Jenis-jenis klasifikasi *typeface* dalam bentuk yang berbeda dijabarkan sebagai berikut.

1. *Old Style*

Old style merupakan tipografi romawi yang diperkenalkan pada akhir abad kelima belas dengan bentuk huruf yang tergambar dengan pena bermata lebar, serta ditandai dengan lengkungan, serif tanda kurung, tekanan bias. Contoh tipografi jenis *Old Style*, yaitu Caslon, Garamond, Teks Hoefler, dan Times New Roman.



Gambar 2.30 *Old Style Font*

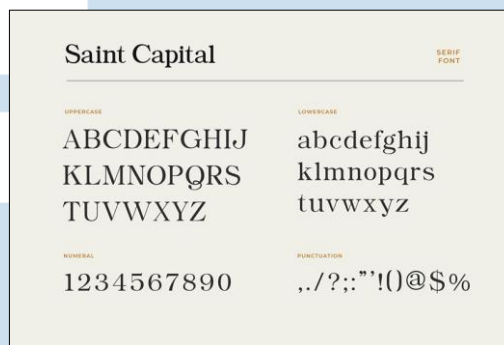
Sumber:

https://en.bestfonts.pro/fonts_images/6159a8ced164bebdd02fd1ae/19946_664d4f3a5e787ec07f7c11dd23609136.png

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. *Transitional*

Transitional merupakan jenis tipografi serif yang berasal dari abad kedelapan belas, sekaligus merupakan perwakilan transisi dari gaya lama ke modern dengan menunjukkan karakteristik dari kedua gaya tersebut. Contoh tipografi jenis *transitional*, yaitu Baskerville, Century, dan ITC Zapf Internasional.



Gambar 2.31 *Transitional Font*

Sumber: https://cms-assets.tutsplus.com/cdn-cgi/image/width=850/uploads/users/2092/posts/36256/image-upload/transitional-serif_13.jpg

3. *Modern*

Modern merupakan jenis tipografi serif yang dikembangkan pada akhir kedelapan belas dan awal abad kesembilan belas dengan bentuk yang lebih geometris dibandingkan dengan tipografi *Old Style*. Tipografi jenis ini ditandai dengan kontras *stroke* tebal-tipis terbesar dan tekanan vertikal. Contoh tipografi jenis *modern*, yaitu Didot, Bodoni, dan Walbaum.

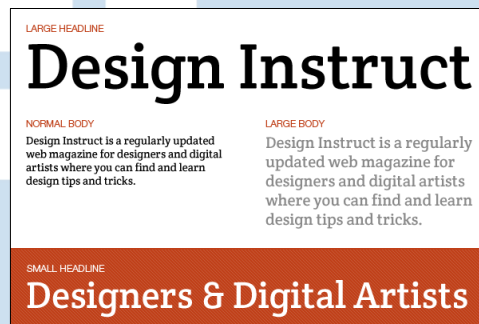


Gambar 2.32 *Modern Font*

Sumber: <https://frs.monotype.com/CatalogImages/23/170.png>

4. *Slab Serif*

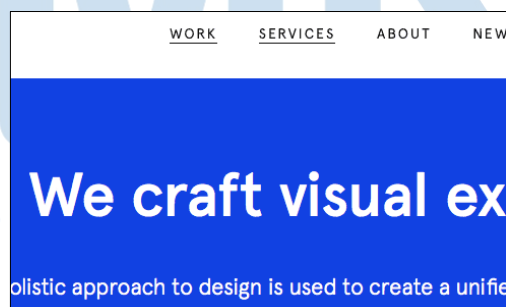
Slab serif merupakan tipografi jenis serif yang ditandai dengan berat seperti lempengan serif dan diperkenalkan pada awal abad kesembilan belas. Subkategori dari jenis ini adalah Mesir dan Clarendon.



Gambar 2.33 *Slab Serif Font*
Sumber: https://www.webfx.com/wp-content/uploads/2021/10/06_free_slab_serif_font_creteround.png

5. *Sans Serif*

Sans serif merupakan tipografi yang tidak memiliki serif dan diperkenalkan pada awal abad kesembilan belas. Contoh tipografi jenis ini, yaitu Futura, Helvetica, dan Univers.



Gambar 2.34 *Sans Serif Font*
Sumber: <https://www.typewolf.com/assets/img/fonts/apercu-font-sample.png>

6. *Blackletter*

Blackletter atau yang disebut juga sebagai *gothic* merupakan tipografi yang didasarkan pada bentuk huruf manuskrip yang diterapkan pada abad ketiga belas hingga abad kelima belas. *Blackletter* memiliki ciri-ciri seperti kadar *stroke* yang berat dan huruf kental pada beberapa kurva. Salah satu contohnya adalah penulisan Alkitab Gutenberg yang dicetak dengan jenis huruf Textura, namun menggunakan gaya *gothic*.



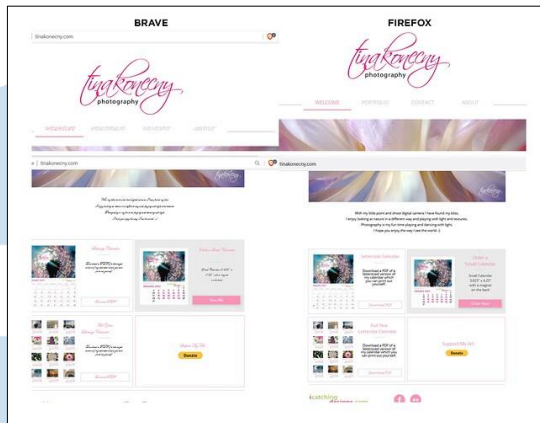
Gambar 2.35 *BlackletterFont*

Sumber: <https://designshack.net/wp-content/uploads/La-Forest-Typeface.jpg>

7. *Script*

Script merupakan jenis tipografi yang menyerupai tulisan tangan. Contoh dari tipografi jenis *script*, yaitu Brush Script, Shelley Script Allegro, dan Script Snell Roundhand.

U M M N
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

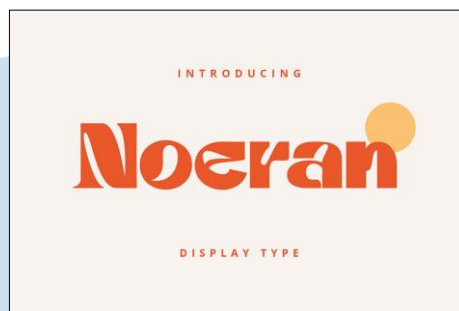


Gambar 2.36 Script Font

Sumber: https://global.discourse-cdn.com/brave/optimized/3X/f/e/fe4f670dfd359d20743c97e031a000bf7f30487c_2_646x500.jpeg

8. Display

Display merupakan jenis tipografi yang dirancang untuk digunakan sebagai *headline* atau judul dan cenderung lebih sulit dibaca sebagai jenis teks. Tipografi jenis ini biasanya dirancang rumit, dihias dengan buatan tangan.



Gambar 2.37 Display Font

Sumber: <https://thedesigntest.net/wp-content/uploads/2022/05/Noeran-Display-Font.jpg>

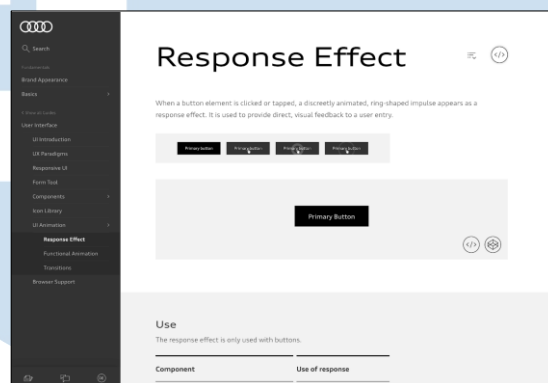
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

2.4 Navigasi pada Website

Menurut Beaird (2020), terdapat tiga navigasi tata letak yang paling umum dalam *website* yang dijabarkan sebagai berikut.

1. *Left-column Navigation*

Left-column Navigation merupakan desain *default* pertama yang berasal dari *World Wide Web* (WWW). Dalam format *Left-column Navigation* jarang terlihat dan cukup langka di masa sekarang, karena format ini terlihat kuno dan statis.



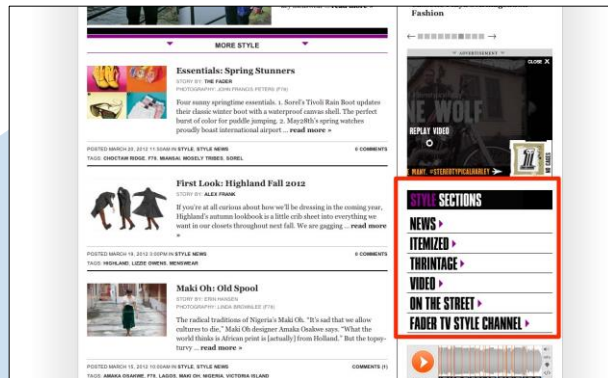
Gambar 2.38 *Left-column Navigation*

Sumber: <https://media.nngroup.com/media/editor/2021/05/11/audi-design-system.png>

2. *Right-column Navigation*

Right-column Navigation merupakan navigasi yang memprioritaskan bentuk yang lebih umum, seperti situs berita. *Right-column Navigation* diciptakan untuk *website* dengan konten yang akan disisipkan pada bagian kiri halaman *website*.

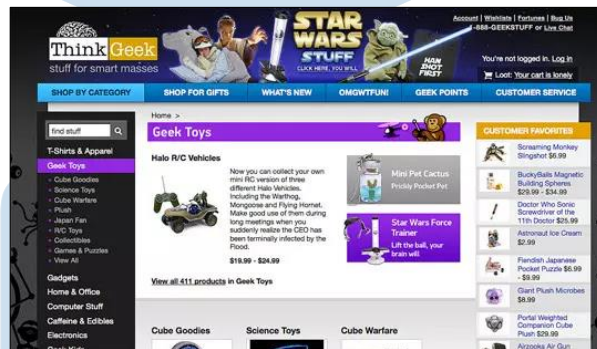
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2.39 *Right-column Navigation*
 Sumber: <https://i.stack.imgur.com/vtKy3.jpg>

3. *Three-column Navigation*

Three-column Navigation digunakan untuk *website* yang memiliki banyak navigasi. Navigasi ini berada pada atas, kiri dan kanan. biasa digunakan oleh CNN atau BBC News, Twitter dan Facebook.

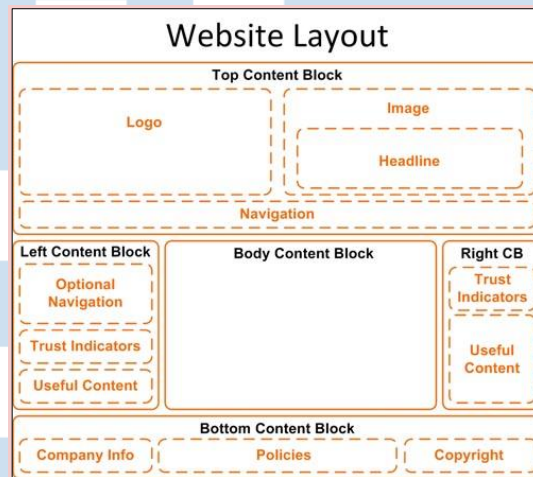


Gambar 2.40 *Three-column Navigation*
 Sumber: <https://uploads.sitepoint.com/wp-content/uploads/2011/08/thinkgeek-site.jpg>

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

2.5 Komponen pada Website

Menurut Beard (2020), komponen yang wajib dimiliki *website* dibutuhkan dalam sebuah halaman *web* dan bergantung pada ukuran dan subjeknya. Komponen-komponen dalam *website* dijabarkan sebagai berikut (hlm. 4-5).



Gambar 2.41 Website Component

Sumber: <https://cdn-oss.ginee.com/official/wp-content/uploads/2021/12/image-1380.png>

1. Containing block

Halaman *web* selalu memiliki wadah, baik dalam bentuk elemen *body* pada halaman atau pun bagian yang berisikan semua atau beberapa bagian. Keberadaan wadah memiliki fungsi untuk membuat posisi *website* tidak berubah-ubah, terutama dalam hal format. *Website* tidak memiliki tempat untuk meletakkan isi halaman apabila tidak memiliki wadah.

2. Logo

Logo yang disajikan dalam *website* menjadi acuan desainer dalam membentuk sebuah identitas dan pada *website* biasanya terletak pada bagian atas setiap halaman *website*. Logo mampu mempermudah audiens untuk mengetahui situs *web* dan konten yang sedang ditelusuri audiens.

3. Navigasi

Sistem navigasi pada *website* yang mudah dijumpai dapat mempermudah penggunaannya dalam menggunakan *website* tersebut. Bentuk navigasi cukup bervariasi, misalnya menu vertikal yang terletak pada samping halaman.

4. Konten

Konten merupakan hal penting dalam *website* yang memuat gambar, teks, suara atau video. Dalam menyusun konten pada *website*, desainer harus mampu menjaga blok konten utama sebagai titik fokus agar audiens dapat memindai halaman berdasarkan kebutuhan.

5. Footer

Footer terletak pada bagian bawah halaman dan biasanya berisikan hak cipta, informasi resmi, dan kontak dari pihak terkait dalam *website*.

6. White Space

White space atau spasi/ruang negatif pada desain grafis mengacu pada bagian halaman kosong yang tidak diisi ilustrasi atau sejenisnya. Sebuah desain yang tidak disisipkan *white space* dengan baik akan menampilkan efek ruang yang berkesan ramai dan cukup mengganggu karena tidak memberikan cukup napas pada desain sehingga pengguna pun akan merasa tidak nyaman.

2.6 User Interface Dan User Experience

Menurut Bank & Cao (2015), *user experience* (UX) merupakan sebuah perasaan abstrak yang terjadi ketika audiens menelusuri dan menggunakan sebuah situs, sedangkan *user interface* (UI) merupakan unsur-unsur yang mampu memunculkan efek interaksi ketika digunakan penggunaannya. Setiap detail yang ada pada *website* memberikan kontribusi pada pengalaman audiens sehingga mampu membuat kenangan dan kesan yang berbeda-beda bagi audiens. Kesan

yang didapatkan oleh audiens tidak dapat ditentukan atau pun dikendalikan oleh desainer *website*, melainkan audiens itu sendiri (hlm 9, 14).

Dalam merancang *user interface*, desainer perlu mengenali secara mendalam hal-hal yang berkaitan dengan audiens, kemudian membuat persona, skenario, dan prioritas persyaratan UI yang diinginkan audiens. Persona dalam desain web merupakan representasi fiktif dari basis audiens. Pembuatan persona mampu membantu desainer untuk mendata secara rinci karakteristik audiens sekaligus mengantisipasi perilaku audiens ketika mengunjungi *website*. Skenario pengguna dibuat dengan tujuan menjadi acuan simulasi terbaik untuk UI sekaligus membantu desainer untuk mencari solusi terkait perbaikan struktur *website*. Selain itu, pembuatan skenario yang didasarkan pada persona melatih desainer untuk dapat memetakan setiap tindakan *user* (hlm. 22-26).

Menurut Seogaard (2018), pengalaman berupa pernyataan perasaan audiens selama menggunakan sebuah layanan atau produk disebut sebagai *user experience* (UX). Situs *web* atau aplikasi dalam beberapa bentuk merupakan sebagian besar dari produk yang dimaksud. Secara umum, praktisi UX memiliki ketertarikan pada hubungan antara manusia dengan komputer ataupun aplikasi, sistem, dan situs *web*. Desainer UX merupakan seseorang yang meneliti dan menelusuri hal-hal yang berkaitan dengan pengalaman audiens ketika mendengar dan mencoba produk yang ditawarkan untuk memastikan audiens tersebut memperoleh pengalaman terbaik (hlm. 2).

2.7 User Interface pada Website

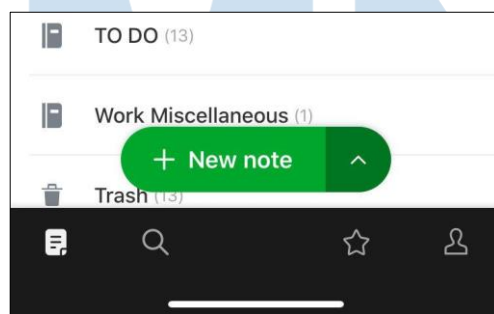
Menurut McKay (2013), *user interface* memiliki konsep komunikasi antarmuka percakapan pada pengguna dan produk sehingga mampu mencapai tujuan audiens. UI yang dirancang baik cenderung tampak alami dalam hal komunikasi, profesional, *user friendly*, dan efisien. Desain antarmuka pengguna merupakan keterampilan komunikasi yang bersifat objektif dan berprinsip untuk mengkomunikasikan tugas yang ada pada audiens, melakukan pemilihan yang didasari prinsip desain sehingga tampak lebih objektif dan bermakna. Apabila UI tidak memiliki elemen yang mampu mengkomunikasikan tujuannya, maka UI

tergolong tidak pantas dan tidak dapat dipertahankan. UI yang disebut tidak pantas adalah UI yang membuat audiens bingung dan tidak dapat memahami tujuan dari perancangan UI tersebut, seperti ketidakterbacaan pada tulisan di dalamnya, alur yang canggung, dan sebagainya. Terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan ketika merancang sebuah komunikasi dalam UI, yaitu sebagai berikut (hlm. 3, 4, 14).

- a. Menggunakan bahasa yang ramah dan mudah dipahami.
- b. Berorientasi pada tujuan dan hasil, serta terarah.
- c. Mengikuti model mental dan alur yang biasanya diikuti oleh sebagian besar target *audiens*.
- d. Membuat tampilan UI dengan sederhana dan tidak berbelit-belit.

Pendekatan dalam bentuk komunikasi dengan memanfaatkan keterampilan komunikasi intrapersonal sangatlah diperlukan sebagai bentuk pendekatan dalam pembuatan desain UI. Kombinasi yang tepat dalam pembuatan desain UI memicu komunikasi UI yang efektif, seperti yang dijabarkan sebagai berikut (hlm. 17).

- a. UI hanya memuat atau memberikan informasi atau konten yang berguna, relevan, dan diperlukan.

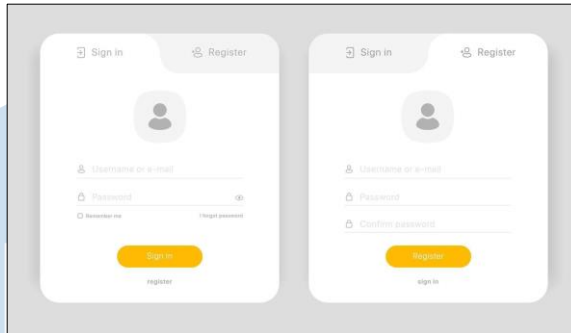


Gambar 2.42 Konten UI Berguna pada Website

Sumber:

https://content.invisioncic.com/Mevernote/monthly_2020_05/IMG_1653.JPG.6d9fc05b79f8b4da3c28bb3e9441230a.JPG

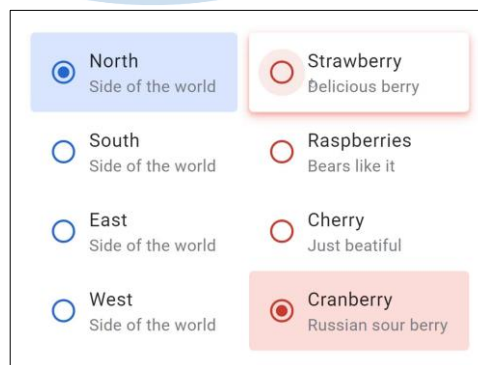
- b. Memiliki tujuan yang jelas. UI dibuat dengan tujuan mempermudah target dalam memahami tugas.



Gambar 2.43 Tujuan UI Jelas pada Website
Sumber:

https://static.vecteezy.com/system/resources/previews/013/734/339/non_2x/set-of-sign-up-and-sign-in-forms-registration-and-login-forms-page-professional-and-user-friendly-web-and-ui-ux-design-elements-modern-sign-in-and-register-page-username-email-and-password-vector.jpg

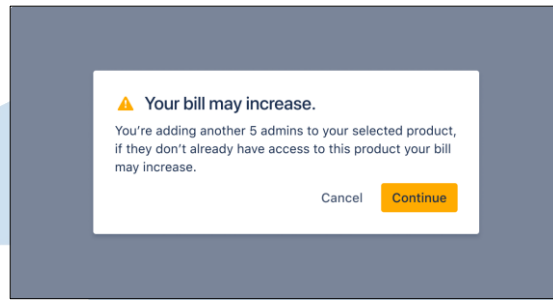
- c. Jelas dan alami. Ketika melakukan komunikasi melalui UI, bahasa yang digunakan adalah bahasa yang biasanya digunakan pengguna secara alami ketika melakukan percakapan. Teks yang digunakan di dalamnya menghindari penggunaan jargon yang memuat singkatan, akronim, dan kata-kata yang tidak perlu.



Gambar 2.44 Teks UI Jelas pada Website

Sumber: <https://assets.materialup.com/uploads/2eb0fa3b-0ac6-422a-81c2-7d58224bbb51/preview.png>

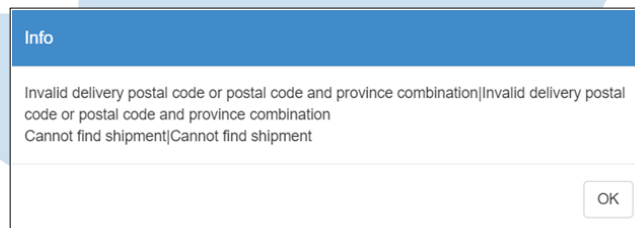
- d. Mudah dipahami untuk audiens karena tidak memerlukan eksperimen atau pun pengetahuan khusus untuk dapat dipahami.



Gambar 2.45 Informasi UI Mudah Dipahami pada Website
Sumber:

https://images.ctfassets.net/8j5aqoy0ts8s/5R5KjC16HYNAgHxum46qO9/e617aa7801ec8030f87010ee01cb711f/titles_do.png

- e. Spesifik dan eksplisit. UI menyediakan data-data terkait hal yang harus dilakukan oleh target secara spesifik.



Gambar 2.46 Informasi UI Spesifik pada Website
Sumber:

https://s3.amazonaws.com/cdn.freshdesk.com/data/helpdesk/attachments/production/46436545/original/13HP_ddyJvN-q3CrYFnhFst_opOSFUmXRQ.png?1562783634.jpg

- f. Ringkas, efisien dan tidak berlebihan. Informasi yang didapatkan melalui UI memicu pengambilan keputusan terbaik yang didasari rasa percaya diri oleh target.

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



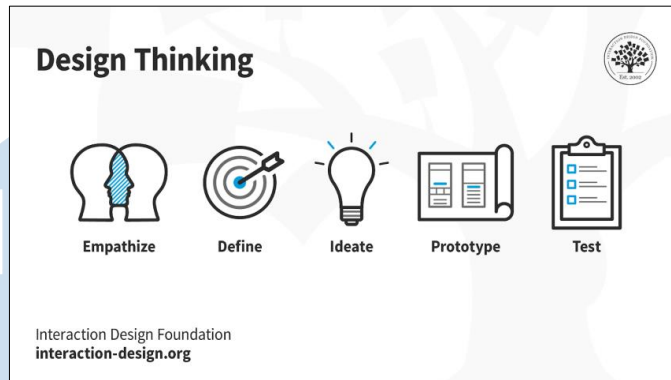
Gambar 2.47 UI Efisien pada Website
Sumber: https://usabilitypost.com/images/0904/iphone_photo_options.png

2.8 *User Experience* pada Website

Menurut Soegaard (2018), *user experience* mencakup beberapa topik yang sebagiannya bersifat tumpang tindih dan sisanya saling melengkapi. UX adalah tentang bagaimana cara menciptakan pengalaman terbaik bagi pengguna melalui layanan yang ditawarkan, seperti situs web dan sebagainya. Penting bagi seorang desainer untuk memahami lebih istilah “pengalaman pengguna” pada konteks desain. Keberhasilan perancangan bergantung pada penciptaan karya dan pengalaman yang dirasakan pengguna ketika menelusuri dan menggunakan layanan yang telah dirancang.

2.8.1 *Design Thinking*

Design thinking merupakan sebuah proses desainer dalam memahami pengguna, menantang asumsi, dan mengartikan kembali titik permasalahan sehingga dapat menemukan solusi terbaik. Biasanya ide-ide banyak diciptakan pada sesi *brainstorming*. Perancangan strategi dan solusi dalam *design thinking* memberikan solusi pendekatan berdasarkan UX sehingga meningkatkan kemungkinan proyek yang dikerjakan akan berhasil ketika perancangan selesai dilakukan. Menurut D.School, *design thinking* terdiri dari lima fase, yaitu sebagai berikut (hlm. 4).



Gambar 2.48 *Design Thinking Theory*
 Sumber: <https://public-images.interaction-design.org/literature/articles/materials/PONMo61b9QMX0GZvguvRft35nhDu3KG6Asa2NkI3.jpg>

1. *Empathize* adalah fase yang dijalankan desainer dalam bentuk empati ke pengguna perancangan.
2. *Define* adalah fase di mana desainer mulai menentukan kebutuhan, permasalahan, dan pengetahuan yang dimiliki oleh target.
3. *Ideate* adalah fase yang terjadi ketika desainer mulai membuat asumsi dan menciptakan ide untuk solusi yang bersifat inovatif.
4. *Prototype* adalah fase perancangan yang dibuat oleh desainer sebagai solusi dari permasalahan yang telah ditentukan.
5. *Test* adalah tahap uji coba yang dilakukan kepada target untuk mengetahui masukan dari target sebelum hasil perancangan tersebut benar-benar disebarluaskan.

2.9 *Photography*

Menurut Ensenberg (2011), fotografi adalah salah satu bahasa yang digunakan untuk berkomunikasi dengan tujuan untuk menjangkau banyak orang ataupun audiens secara luas dengan mudah. Selain itu, fotografi merupakan penilaian yang berdasarkan dari masing-masing individu, karena hal tersebut merupakan hasil dokumentasi dari setiap individu yang

mempunyai sudut pandang yang berbeda dan merupakan cara berekspresi dari individu masing-masing.

2.9.1 *Rules of Composition*

Menurut Ensenberg (2011), *Rules of Composition* adalah peraturan yang diaplikasikan secara visual terhadap sebuah foto. Peraturan ini berlaku sebagai panduan yang diaplikasikan pada saat pengambilan foto berlangsung, pengaturan ini terdapat di bagian *viewfinder* di kamera.

1) *Rule of Third*

Rule of Third merupakan komposisi visual dasar, sebuah *frame* dibagi jadi tiga baris dan juga tiga kolom, membentuk suatu persegi panjang sama besar dengan 9 buah. Subjek utama foto biasa diposisikan sejajar dengan *grid*, atau pada titik interaksi dua garis. *Rule of Thirds* memiliki tujuan agar foto memiliki komposisi gambar yang lebih baik.



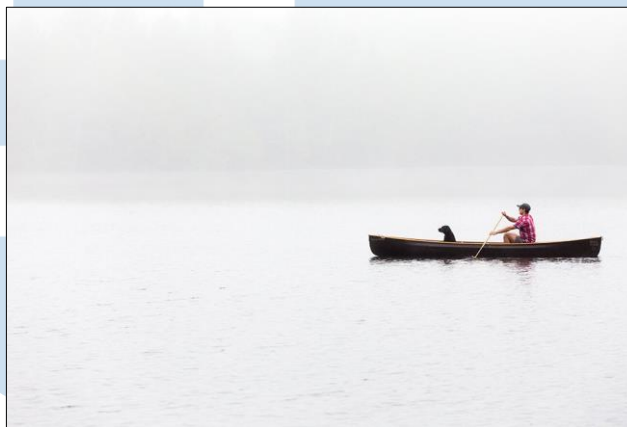
Gambar 2.49 *Rule of Third*

Sumber: <https://www.springfieldart.net/wp-content/uploads/Drawing-the-Collection-Lesson-4-image.jpg>

2) *Rule of Space*

Komposisi *Rule of Space* biasanya diaplikasikan pada subjek foto yang bergerak atau tidak diam, dimana komposisi ini dapat

membantu menonjolkan pergerakan dari objek tersebut, dengan memberi kesan bergerak bebas, juga mengurangi fokus pada elemen latar belakang agar tidak menjadi fokus perhatian. Untuk pengaplikasian komposisi *Rule of Space, frame* dibagi menjadi 9 persegi layaknya *Rule of Thirds*, kemudian komposisi dibagi berdasarkan arah subjek utama foto bergerak. Jika subjek sedang melihat ke titik sekitar kiri *frame*, sisakan dua hingga tiga area dari *frame* yang ada di sebelah kanan, dan juga sebaliknya.



Gambar 2.50 *Rule of Space*

Sumber: <https://photographyhero.com/wp-content/uploads/2017/08/space-001.jpg>

3) *Rule of Odds*

Aturan komposisi ini dipertujukan untuk subjek foto dengan jumlah ganjil, sebagaimana objek foto dengan jumlah ganjil dianggap lebih menarik secara estetika. Aturan komposisi ini bertujuan agar komposisi foto terlihat lebih geometris dan simetris. Secara umum, foto dengan komposisi yang simetris dan geometris terlihat lebih nyaman dibandingkan sebuah foto yang hanya berfokus pada satu elemen atau subjek. Foto yang mengaplikasikan rule of odds adalah sebuah foto yang menggambarkan satu subjek utama dengan dua atau lebih subjek pendukung, dengan jumlah total subjek angka ganjil.



Gambar 2.51 *Rule of Odds*

Sumber: <https://expertphotography.b-cdn.net/wp-content/uploads/2018/08/Rule-of-odds-high-resolution-3-1-e1599122809945.jpg>

4) *Gestalt Theory*

Salah satu peraturan yang jauh lebih kompleks, *gestalt theory* merupakan peraturan komposisi yang mengandalkan stimulus dan respons natural manusia untuk memberi makna kepada sebuah elemen atau komposisi foto yang abstrak. Contohnya, gumpalan awan di langit dapat terlihat seperti sebuah binatang, hanya karena bentuk abstrak dari awan tersebut mengingatkan audiens terhadap bentuk binatang tersebut. Dalam praktik, *gestalt theory* justru mengandalkan *audiens* untuk menggunakan imajinasi mereka saat diberikan hasil foto yang dianggap tidak selesai, sebagai stimuli agar audiens dapat menyelesaikan cerita dan interpretasi mereka masing-masing terhadap hasil foto tersebut, alhasil menimbulkan rasa puas saat melihat foto tersebut.

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 2.52 *Gestalt Theory*

Sumber:

<https://gallery.1x.com/images/user/3bcaac846b8da17b0708952d2c954754-sd.jpg>

2.9.2 *Photography Composition*

Menurut Ang (2013) *photography composition* merupakan posisi gambar saat mengambil foto yang diambil oleh kamera tanpa memikirkan elemen tertentu. Ada 7 pertimbangan yang perlu diperhatikan saat mengambil foto, agar memperoleh hasil foto yang maksimal.

1) *Format and Proportion*

Pengaturan proporsi memiliki dua cara yang dapat mengatur komposisi dalam sebuah foto. Format tersebut adalah ukuran layar atau *frame* yang digunakan dalam mengambil gambar, seperti contoh pada umumnya dalam memotret menggunakan rasio 16:9 dan rasio 16:7. Proporsi (*proportion*) merupakan subjek foto yang diposisikan agar menimbulkan efek visual tertentu, seperti satu subjek yang difokuskan atau fokus menghilangkan pada objek tertentu.

2) *Balance and Imbalance*

Keseimbangan dalam foto (*Balance dan Imbalance*) merupakan tatanan elemen yang seimbang dan sebuah *frame* yang memiliki subjek foto secara keseluruhan. Proporsi dan tata letak pada setiap

elemen atau subjek foto dalam *frame* yang dihasilkan dalam foto dapat mempengaruhi kesan yang dinamis.

3) *Shape within The Image*

Bentuk dalam gambar (*Shape within The Image*) merupakan bentuk atau bingkai yang ada pada foto yang diambil. Bingkai yang terlihat tidak harus ditunjukkan dengan eksplisit (contoh: foto diambil dalam sebuah kotak atau bingkai kayu yang terdapat subjek foto). Namun bisa ditunjukkan dengan tata letak elemen yang bersinggungan mengelilingi objek dan membentuk bingkai secara tidak langsung.

4) *Suggesting Movement*

Teknik ini bertujuan agar audiens dapat mendapatkan kesan pergerakan subjek foto yang dinamis pada foto yang bersifat statis. Teknik foto ini membuat *audiens* melihat foto secara keseluruhan, tidak hanya terfokus pada satu elemen foto. Efek *suggesting movement* pada foto dapat dimanipulasi oleh perspektif, sudut pandang audiens, ukuran, lekukan garis dan juga efek paralel.

5) *Working with Picture Planes*

Teknik komposisi *Working with Picture Frames* adalah dimana seorang fotografer menunjukkan sebuah objek foto sebagai objek yang tiga dimensional (3D), kedalam sebuah frame foto yang dua dimensional (2D/ *flat*). Untuk memberikan efek 3D, dapat dimanipulasi melalui tata lokasi dan posisi subjek foto, dan banyak elemen lain.

6) *Position and Perspective*

Position and Perspective adalah dua faktor yang saling berhubungan dan saling menyongsong di dalam sebuah komposisi. Semua factor ini memengaruhi perspektif *audiens* dalam menangkap makna dibalik sebuah foto.

7) *Composing with Color*

Permainan warna pada elemen di sebuah foto berpengaruh kepada hasil akhir sebuah foto. Komposisi warna dapat memengaruhi emosi dari audiens yang melihat sebuah hasil foto. Contohnya, warna yang terang dan berlawanan (kontras) seperti merah dan hijau atau kuning dan biru memberikan kesan hidup dan energetik kepada hasil akhir foto yang dihasilkan.

2.9.3 Jenis Fotografi

1) *Landscapes*

Fotografi *landscapes* merupakan fotografi yang memanfaatkan alam sebagai objek fotonya, fotografi *landscapes* juga seolah berbicara kepada *audiens* bahwa dari sekedar foto saja *audiens* dapat merasakan apa yang ada di dalam foto tersebut.

2) *Portraits*

Fotografi *portraits* berbeda dari fotografi *landscapes* yang memanfaatkan alam, sebaliknya *portraits* menggunakan suatu objek khusus sebagai pusat perhatian, seolah mengajak *audiens* untuk fokus terhadap keindahan yang ada pada suatu objek.

2.10 Toeti Heraty

Menurut Sugihastuti (2000), Toeti Heraty Noerhadi merupakan penyair wanita dengan banyak karya yang menonjolkan sajak-sajak citra wanita dengan mengangkat kesetaraan gender, baik dalam bentuk puisi maupun tulisan ilmiah. Citra wanita yang dituliskan oleh Toeti Heraty menggambarkan dua sisi kehidupan wanita, yaitu sebagai makhluk individu dan makhluk sosial. Sebagai seorang individu, wanita digambarkan dengan sosok individu yang memiliki keraguan terkait perannya dalam lingkungan keluarga dan masyarakat, sehingga perannya harus diupayakan dengan suatu sikap yang dapat ditoleransi.



Gambar 2.53 Potret Toeti Heraty

Sumber:

https://dmm0a91a1r04e.cloudfront.net/thzbaNYWUYSSSTncJbqzOMqgax3U=/1024x683/https%3A%2F%2Fkompas.id%2Fwp-content%2Fuploads%2F2018%2F01%2Fkompas_tark_21707176_34_0.jpeg

2.10.1 Deskripsi Toeti Heraty

Prof. Dr. Toeti Heraty Noerhadi-Roosseno lahir pada tanggal 27 November 1933 di Bandung dan meninggal pada hari Minggu, 13 Juni 2021. Toeti Heraty merupakan anak dari Dr. Roosseno Soerjohadikoesoemo dan ibunya bernama RA Oentari. Toeti Heraty merupakan tokoh yang dikenal sebagai penyair, penulis produktif, serta aktivis perempuan yang resmi dianggap sebagai Guru Besar Luar Biasa pada Fakultas Sastra UI pada tahun 1994. Selain itu, beliau aktif beraspirasi sebagai aktivis kebudayaan dalam mengembangkan kelompok kebudayaan dan majunya jalur kesenian dengan para seniman tanah air melalui karirnya di Akademi Jakarta. Hal tersebut, membuat sosok Toeti Heraty dijuluki sebagai ibu para seniman dan kebudayaan Indonesia karena beliau sudah memperluas wawasan dan peluang-peluang dalam bidang seni di Indonesia (Seta, 2021).

2.10.2 Karya Toeti Heraty

Menurut Paramaditha (2021) Toeti heraty memiliki karya-karya yang sudah dipublikasi, diantaranya adalah Sajak-sajak 33 (1971), Aku Dalam Budaya (1979), Seserpih Pinang Sekapur Sirih (1979, co-editor John Mc. Glynn), Mimpi dan Pretensi (1982), Manifestasi Puisi Indonesia-Belanda (1986 co-editor A. Teeuw), Nostalgia-Transendensi (1995), Calon Arang (prosa liris, 2000), Hidup Mati Sang Pengarang (2000), A Time A Season (2003), Calon Arang (versi Inggris); the Story of a Woman Sacrificed to Patriarchy (2006), Selendang Pelangi (2006), Rainbow (2008), Rainha Boki Raja, 16th century Queen of Ternate (2010), Berpijak pada Filsafat (2013), Dialog dengan Kematian dan Lika-Liku Dasawindu Toeti Heraty/Eighty Years Reminiscence (2014).

2.10.3 Prestasi Toeti Heraty

Menurut Adhi (2021), Toeti Heraty menempuh perjalanan pendidikan yang bagus. Beliau merupakan Sarjana Muda Kedokteran Universitas Indonesia pada tahun 1955, Sarjana Psikologi Universitas Indonesia pada tahun 1962, dan pada tahun 1974 menjadi Sarjana Filsafat dari Rijk Universiteit, Leiden, Belanda. Kemudian, pada tahun 1979, Toeti Heraty lulus sebagai Doktor Filsafat dari Universitas Indonesia.

Setelah itu, beliau mengajar di Fakultas Psikologi Universitas Padjajaran, Bandung. Selain itu, Toeti Heraty juga pernah menjadi Ketua Jurusan Filsafat Fakultas Sastra Universitas Indonesia, Ketua Program Pascasarjana Universitas Indonesia Bidang Studi Filsafat, Rektor Institut Kesenian Jakarta, dan Direktur Biro Oktroi Roosseno. Pada tahun 1994, beliau remi menjadi Guru Besar Luar Biasa pada Fakultas Sastra Universitas Indonesia. Kemudian, pada tahun 1968-1971 Toeti menjadi anggota Dewan Kesenian Jakarta, dan tahun 1982-1985 menjadi ketua Dewan Kesenian Jakarta. Toeti Heraty juga merupakan pendiri Jurnal Perempuan, majalah feminis yang mengangkat isu-isu penting tentang

wanita. Kemudian, beliau mengabdikan dirinya pada Suara Ibu Peduli, suatu organisasi non-pemerintah, yang memperjuangkan pemberdayaan wanita.

Toeti Heraty juga aktif mengikuti beberapa festival internasional, di antaranya Festival Penyair International di Rotterdam pada tahun 1981 dan International Writing Program di Universitas Iowa, Iowa City pada tahun 1984. Puisi-puisi Toeti Heraty telah diterjemahkan ke dalam beberapa bahasa asing, yaitu bahasa Belanda, Inggris, Jerman, Rusia dan Prancis.

Puisi Toeti Heraty menggambarkan puisi yang mengkombinasikan “ambiguitas yang disengaja” dengan “perumpamaan yang asosiatif dan tak dinyana”. Oleh karena itu, puisi Toeti Heraty digambarkan sebagai puisi yang sulit dimengerti karena menggunakan gaya ironi dalam menggarisbawahi kedudukan rendah wanita di masyarakat patriakhal, yang membuat puisinya berbeda dengan penyair lainnya.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA