

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Desain

Desain grafis menurut Landa (2014, hlm. 1) merupakan bentuk dari komunikasi visual dengan fungsi menyampaikan pesan kepada penerimanya. Desain grafis juga merupakan representasi visual dari hasil pertimbangan-pertimbangan, seperti kreasi, penentuan, dan gabungan elemen visual.

2.1.1 Elemen Desain

Elemen dasar dalam desain grafis dibagi menjadi beberapa seperti berikut ini.

2.1.1.1 Garis

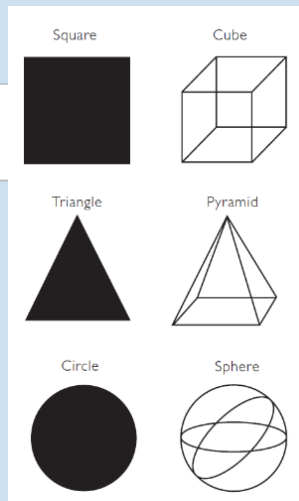
Jalur pergerakan dari sebuah titik yang memanjang ke suatu arah dan dapat dikenali dari ketebalan dan panjangnya. Garis dapat membentuk sesuatu yang lurus, lengkung dan bersudut.



Gambar 2.1 Garis
Sumber: Landa (2014)

2.1.1.2 Bentuk

Gabungan lebih dari dua garis yang kemudian membentuk sesuatu tertutup dengan tiga buah bentuk dasar, berupa lingkaran, kotak dan segitiga.



Gambar 2. 2 Bentuk
Sumber: Landa (2014)

2.1.1.3 Warna

Pembiasan cahaya pada permukaan suatu objek dengan pembagian warna hangat antara lain, merah, jingga, dan kuning. Sedangkan warna dingin antara lain hijau, biru, dan ungu. Warna juga memiliki tingkat keterangan dan keburaman.



Gambar 2. 3 Sistem Warna Aditif
Sumber: Landa (2014)

2.1.2 Prinsip Desain

Menurut Landa (2014, hlm. 29) prinsip desain menjadi pilar utama dalam sebuah desain dan saling berhubungan satu sama lain. Berikut prinsip-prinsip tersebut.

2.1.2.1 Format

Ukuran untuk membatasi elemen dan komposisi dalam sebuah desain dengan mempertimbangkan cara melihat format, aspek rasio, dan posisi.

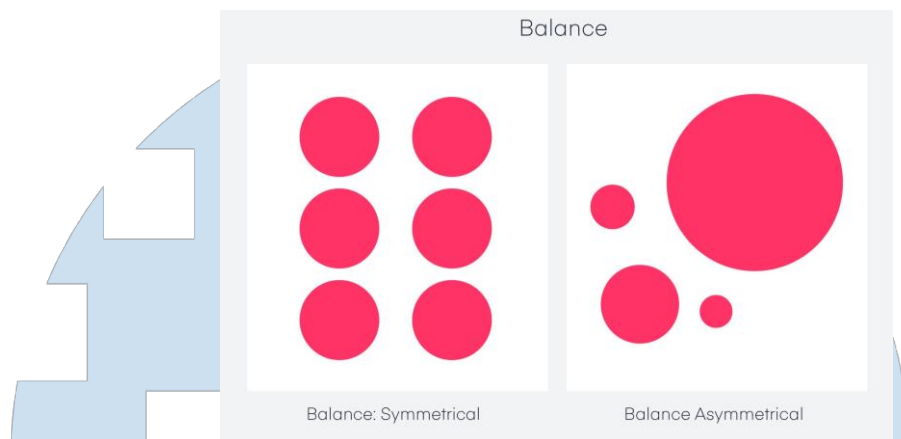


Gambar 2. 4 Format Desain Berdasarkan Aspek Rasio
Sumber: Landa (2014)

2.1.2.2 Keseimbangan

Stabilitas yang tercipta dalam desain pada akhirnya menciptakan kesan harmonis dan selaras. Komposisi berat dan penempatan bobot visual dari elemen-elemen desain menjadi kuncinya. Keseimbangan dibagi menjadi 2 jenis, yaitu simetris dan asimetris. Simetris membuat refleksi sama persis pada sisi lain dengan pusat pada garis tengah. Sedangkan asimetris, penyeimbangan tanpa merefleksikan elemen yang ada pada sisi lain dengan pusat garis tengah.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

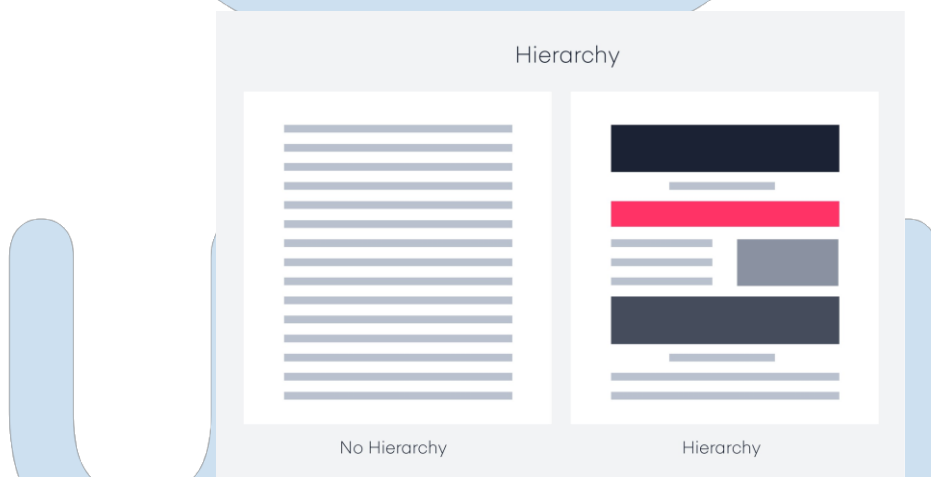


Gambar 2. 5 Keseimbangan

Sumber: <https://marketing.invisionapp-cdn.com/cms/images/lr1orcar/marketing-pages/cf70b49ddf845f664f73a47c1c0c65f38bfcc82f-2881x2161.png?w=2000&fm=jpg&q=90>, (2023)

2.1.2.3 Hierarki Visual

Susunan elemen grafis dengan penekanan dalam sebuah desain hal ini menciptakan keteraturan dan konsistensi. Informasi yang lebih penting akan lebih dulu terlihat atau tersampaikan.



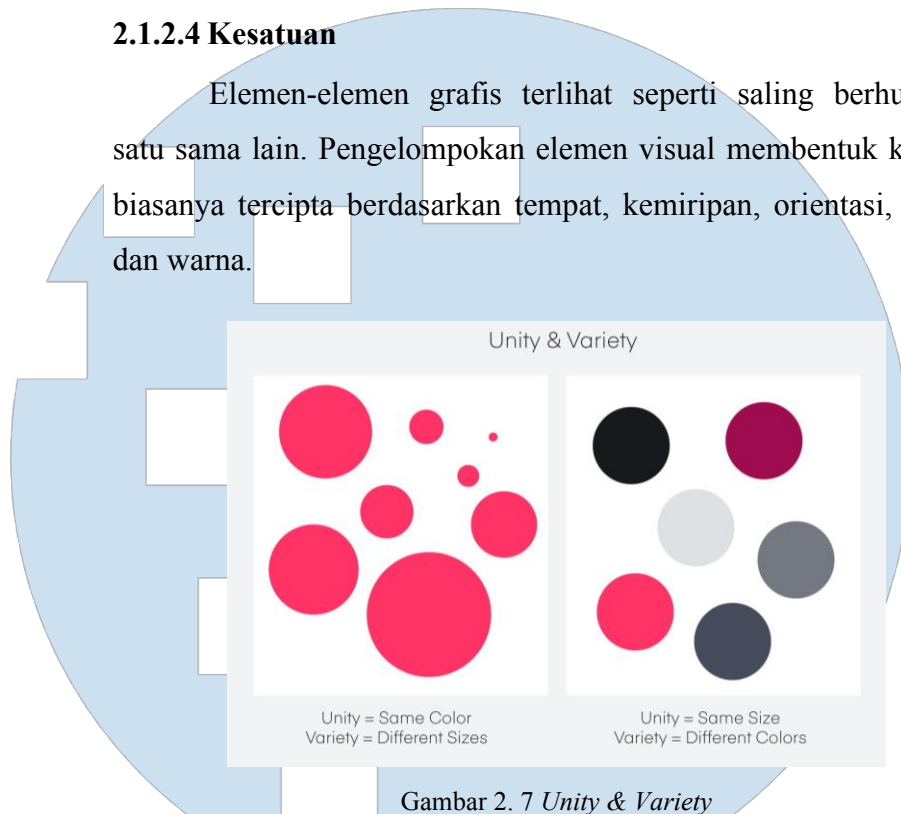
Gambar 2. 6 Hiearki Visual

Sumber: <https://marketing.invisionapp-cdn.com/cms/images/lr1orcar/marketing-pages/9545de78a78ae7260fbc588d7bd0511b645a8b46-2881x2161.png?w=2000&fm=jpg&q=90>, (2023)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.1.2.4 Kesatuan

Elemen-elemen grafis terlihat seperti saling berhubungan satu sama lain. Pengelompokan elemen visual membentuk kesatuan biasanya tercipta berdasarkan tempat, kemiripan, orientasi, bentuk, dan warna.



Gambar 2. 7 Unity & Variety

Sumber: <https://marketing.invisionapp-cdn.com/cms/images/lr1orcar/marketing-pages/19df5a16708ce558f463b6144c5cee396ff6ec9f-2881x2161.png?w=2000&fm=jpg&q=90>, (2023)

2.1.3 Tipografi

Menurut Landa (2014, hlm. 44) tipografi diidentifikasi dengan gaya visual yang konsisten pada satu unit karakter mencakup simbol, angka, tanda baca, huruf dan aksen. Dalam sebuah desain, tipografi digunakan agar karya mudah dipahami, dapat dibedakan, dan dibaca dengan jelas.

2.1.3.1 Klasifikasi

Tipografi memiliki beberapa klasifikasi seperti berikut ini:

1) *Old Style*

Tipografi *roman* dengan tanda bentuk *serif*, dibentuk menggunakan pena bermata lebar.

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

A dark blue rectangular box containing the words "Old Style" in a white, classic serif font. The letters are set on a light blue horizontal baseline. Five green circles with numbers 1 through 5 are placed around the letters: 1 is at the top of the 'O', 2 is at the top of the 'l', 3 is at the top of the 'S', 4 is at the top of the 't', and 5 is at the top of the 'e'.

Old Style

Gambar 2. 8 *Old Style Typeface*

Sumber: <https://uploads.toptal.io/blog/image/127341/toptal-blog-image-1539195626948-5aaa2c7e6d6fca5dbf0105e4e614eff7.png>, (2023)

2) *Transitional*

Tipografi jenis *serif* yang menggantikan gaya huruf lama ke arah moderen.

A dark blue rectangular box containing the word "Transitional" in a white, transitional serif font. The letters are set on a light blue horizontal baseline. Four green circles with numbers 1 through 4 are placed around the letters: 1 is at the top of the 'T', 2 is at the top of the 'n', 3 is at the top of the 's', and 4 is at the top of the 'l'.

Gambar 2. 9 *Tradisional Typeface*

Sumber: <https://uploads.toptal.io/blog/image/127341/toptal-blog-image-1539195626948-5aaa2c7e6d6fca5dbf0105e4e614eff7.png>, (2023)

3) *Modern*

Tipografi ini berjenis *serif* yang secara geometris dapat diukur sehingga bentuknya lebih proporsional dari tipografi romawi.

A dark blue rectangular box containing the word "Modern" in a white, modern serif font. The letters are set on a light blue horizontal baseline. Four green circles with numbers 1 through 4 are placed around the letters: 1 is at the top of the 'M', 2 is at the top of the 'o', 3 is at the top of the 'd', and 4 is at the top of the 'n'.

Gambar 2. 10 *Modern Typeface*

Sumber: <https://uploads.toptal.io/blog/image/127341/toptal-blog-image-1539195626948-5aaa2c7e6d6fca5dbf0105e4e614eff7.png>, (2023)

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

4) *Slab Serif*

Tipografi jenis *serif* dengan karakteristik tebal.



Slab Serif

Gambar 2. 11 *Slab Serif Typeface*

Sumber: <https://uploads.toptal.io/blog/image/127341/toptal-blog-image-1539195626948-5aaa2c7e6d6fca5dbf0105e4e614eff7.png>, (2023)

5) *Sans Serif*

Tipografi dengan klasifikasi bentuk goresan yang tegas dan pipih.



Grotesque g

Gambar 2. 12 *Sans Serif Typeface*

Sumber: <https://uploads.toptal.io/blog/image/127341/toptal-blog-image-1539195626948-5aaa2c7e6d6fca5dbf0105e4e614eff7.png>, (2023)

6) *Blackletter*

Tipografi dengan karakteristik bentuk guratan yang lugas dan huruf kental dengan sedikit kurva, dikenal dengan sebutan *gothic*.



Blackletter

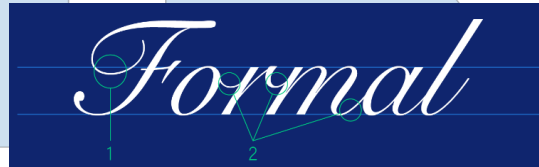
Gambar 2. 13 *Blackletter Typeface*

Sumber: <https://uploads.toptal.io/blog/image/127341/toptal-blog-image-1539195626948-5aaa2c7e6d6fca5dbf0105e4e614eff7.png>, (2023)

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

7) *Script*

Tipografi yang menciptakan huruf yang dianggap mirip dengan tulisan tangan.



Gambar 2. 14 *Script Typeface*

Sumber: <https://uploads.toptal.io/blog/image/127341/toptal-blog-image-1539195626948-5aaa2c7e6d6fca5dbf0105e4e614eff7.png>, (2023)

8) *Display*

Tipografi dengan ukuran besar, sehingga cocok digunakan sebagai judul.



Gambar 2. 15 *Display Typeface*

Sumber: <https://uploads.toptal.io/blog/image/127341/toptal-blog-image-1539195626948-5aaa2c7e6d6fca5dbf0105e4e614eff7.png>, (2023)

2.1.3.2 *Copywriting*

Menurut Landa (2010, hlm. 94-100) dalam buku “*Advertising by Design*”, baik visual maupun teks tidak ada yang harus beradu menjadi pusat perhatian. Visual dan teks seharusnya saling bersinergi untuk menghasilkan komunikasi visual yang baik. Oleh karena itu, penting untuk menentukan jumlah teks dan baris agar promosi yang dilakukan menjadi efektif.

Berikut beberapa metode yang dapat digunakan dalam penggunaan visual dan kata:

1. Kata yang menggambarkan visual.
2. Kata yang berbanding terbalik dengan visual, sehingga menimbulkan kesan ironi.

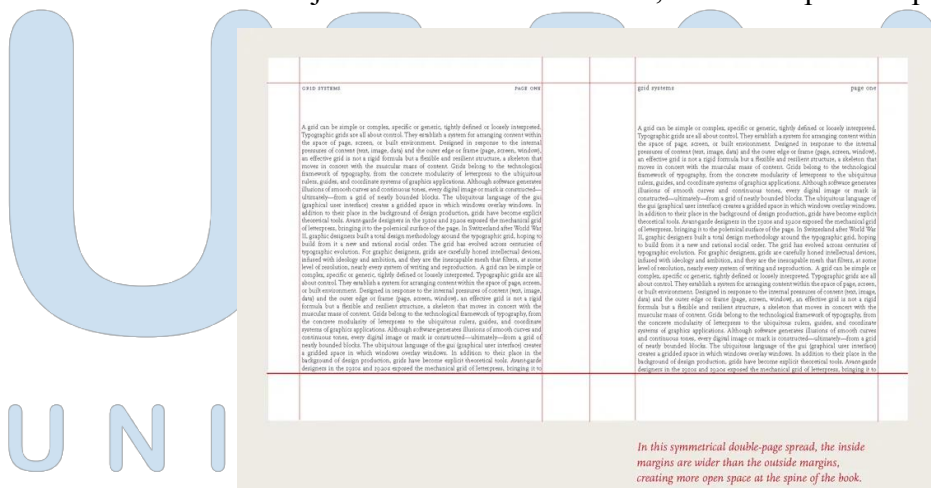
3. Kata yang berterus terang, visual aneh, absurd, dan lucu.
4. Visual yang berterus terang, kata yang aneh, absurd, dan lucu.

2.1.4 Grid

Landa (2014, hlm. 174) menjelaskan bahwa seorang desainer membutuhkan *grid* sebagai panduan dalam menyusun tampilan menjadi visual yang proporsional baik secara cetak maupun digital. Berikut jenis-jenis *grid* berdasarkan kolom, margin, vertikal dan horizontal:

1) Single-Column Grid

Dasar *grid* yang wajib diketahui dalam kerangka sebuah halaman. Berisi satu kolom teks dengan bingkai di setiap tepinya untuk membuat halaman konten visual terlihat proporsional. *Margin* memiliki ruang kosong dan berfungsi sebagai pembatas konten visual atau tipografi agar tidak melewati batas yang ada. *Margin* juga menjadi pertimbangan nilai estetika dan fungsional suatu visual dengan membuat visual menjadi simetris atau asimetris, lebar atau pun sempit.



Gambar 2. 16 Single-Column Grid

Sumber: <https://public-images.interaction-design.org/literature/articles/materials/5eow9i8z24ncqX81Zy4bZj0p4SaL28Q4x4cwCxNy.gif>, (2023)

2) Multi-Column Grids

Proporsi dan jumlah kolom dalam *grid* ini menjaga agar isi konten terlihat rapi dan runtut. Jumlah Kolom disesuaikan dengan jumlah konten yang akan dimuat.

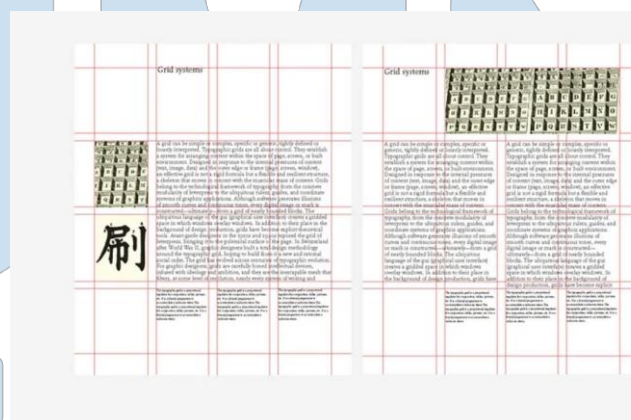


Gambar 2. 17 Multi-Column Grid

Sumber: <https://public-images.interaction-design.org/literature/articles/materials/t6ODUDKtZS7tSwE96HhgyvOhDmGvCYgiKcdD4tSb.jpg>, (2023)

3) Modular Grid

Berisi kolom-kolom dari hasil persimpangan garis *horizontal* dan *vertical* yang bertemu. Berisi teks atau gambar dengan membagi informasi menjadi zona-zona. Struktur *grid* ini dapat menghasilkan banyak variasi dan sifatnya fleksibel.



Gambar 2. 18 Modular Grid

Sumber: https://miro.medium.com/v2/resize:fit:828/format:webp/1*ZVpjNG0jpKuxXaDFOysBeg.png, (2023)

2.1.5 Fotografi

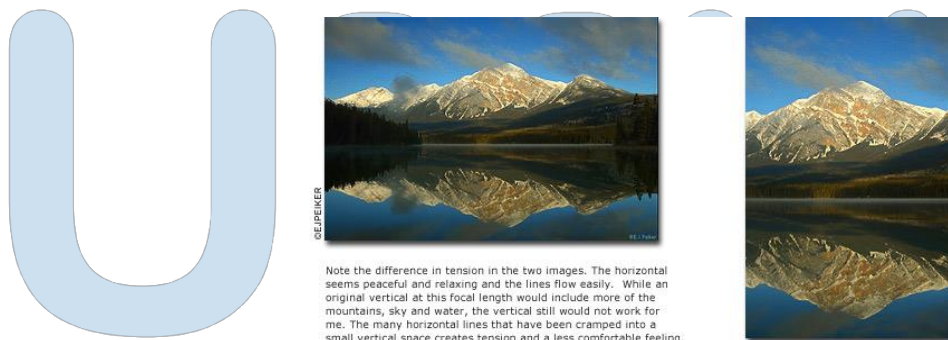
Fotografi menurut Hedgecoe (2005, hlm. 35-36) merupakan penyampaian pesan emosional dalam sebuah instrumen yang dapat menjangkau audiens luas. Objek gambar dalam sebuah foto mempunyai kesan tiga dimensi yang ditimbulkan, sehingga membuatnya memiliki maksud yang tersembunyi di dalamnya.

2.1.5.1 Komposisi Fotografi

Terdapat komponen-komponen dasar dalam melakukan proses foto, yaitu:

1) Proporsi

Pengambilan sebuah foto dalam fotografi dibagi menjadi dua pilihan, yaitu *horizontal* dan *vertical*. hal ini mempengaruhi proporsi dari sebuah foto. Jika menggunakan *horizontal*, maka akan menghasilkan foto yang nyaman dipandang karena memiliki format yang luas. Sedangkan, pengambilan gambar menggunakan *vertical*, terdapat kesan dominan atau penekanan dalam hasil fotonya.



Gambar 2. 19 Proporsi

Sumber:

http://www.photoinf.com/General/Gloria_Hopkins/Composition_in_Nature_Photography_and_the_Elements_of_a_Photo_2/pyramidlake.jpg, (2023)

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) Keseimbangan

Dalam sebuah foto, keseimbangan didapatkan dari beberapa unsur seperti *tone* warna, bentuk, ruang dan lainnya. Komposisi bisa didapatkan dengan metode *crop*.

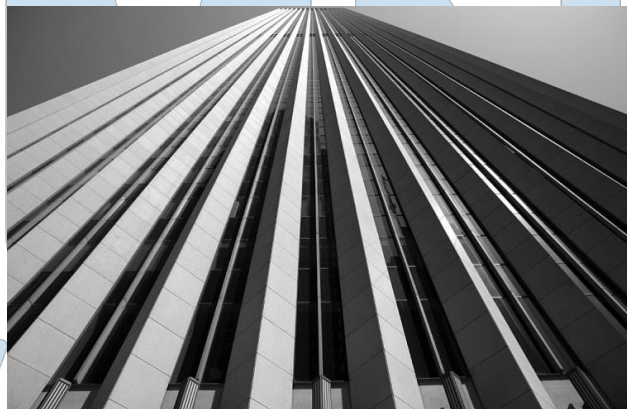


Gambar 2. 20 Keseimbangan dalam Fotografi
sumber:

<https://www.dictio.id/uploads/db3342/original/3X/5/b/5b86842ca50718a21f0a589c1927399d80ea6dd3.jpg>, (2023)

3) Garis

Sisi tepi dari sebuah objek dapat dijadikan acuan penggunaan garis dalam sebuah foto. Mengaplikasikan garis, dapat menjadikan objek sebagai pusat perhatian mata serta meningkatkan komposisi.

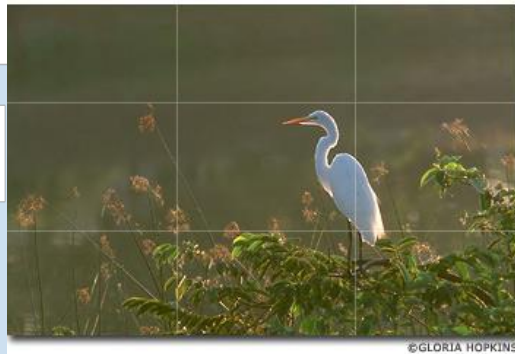


Gambar 2. 21 Garis dalam Fotografi
sumber:

https://www.markdesign.net/images/blog/resize_755_2000/51dbc-skyline-architecture-blog-aon-center-5.jpg, (2023)

4) Penekanan

Titik fokus dalam sebuah foto. *Rule of third* merupakan metode dalam penekanan sebuah foto. Metode ini diaplikasikan dengan membagi menjadi 9 bagian dengan garis pembagi *horizontal* dan *vertical*. Penekanan biasanya ditempatkan pada titik garis pembagi bertemu.



Gambar 2. 22 Penekanan dalam Fotografi
sumber:

http://www.photoinf.com/General/Gloria_Hopkins/Composition_in_Nature_Photography_and_the_Elements_of_a_Photo_2/greatgret.jpg, (2023)

5) Framing

Membuat objek utama tidak terlihat keluar dari foto. Penggunaan komposisi ini biasanya digunakan untuk objek foto bergerak sehingga terlihat lebih proporsional.



Gambar 2. 23 Framing dalam Fotografi

sumber: <https://encrypted-tbn3.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcQgLTVFsaNBnNkBvM8VUzpi74OharrukSnt76EgYNgJRrdpR1dV>, (2023)

2.2 Promosi

Menurut Michael Ray dikutip dalam Morrissan (2010, hlm. 16), promosi adalah sebuah kegiatan mengkomunikasikan suatu produk, jasa, atau ide oleh suatu perusahaan dengan tujuan memersuasi konsumen untuk membeli dan menggunakan produk tersebut.

2.2.1. Jenis Promosi

Menurut Morissan (2010, hlm. 17), terdapat beberapa jenis promosi, berupa iklan, pemasaran langsung, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan penjualan personal.



Gambar 2. 24 Bauran Promosi
Sumber: Morissan (2010)

Terdapat beberapa jenis promosi, yaitu:

1. Iklan

Salah satu bentuk promosi yang efektif karena bersifat persuasif dengan penggunaan media interaktif dengan jangkauan yang besar, berisi penyampaian suatu produk, jasa atau ide.

2. Penjualan personal

Komunikasi terjadi secara langsung melalui kontak langsung atau pun melalui telepon. Melalui jenis promosi ini, penjual dapat langsung menyesuaikan tanggapan dari umpan balik yang didapatkan langsung oleh pembeli

3. Promosi Penjualan

Promosi penjualan sering ditemui dengan memberikan potongan harga, hadiah tambahan, undian dan lainnya. Hal

ini bertujuan untuk menarik perhatian target market dan mempertahankan pelanggan lama.

4. Hubungan Masyarakat

Humas memiliki kaitan erat dengan komunikasi dan opini publik, karena berfungsi merangkum komunikasi masyarakat dengan perusahaan.

5. Pemasaran Langsung

Dilakukan secara langsung dengan calon konsumen oleh perusahaan dengan media berupa *flyer*, brosur, dan katalog. Internet juga membantu respon konsumen tersampaikan secara langsung.

6. *Interactive Marketing*

Promosi dilakukan dengan internet sebagai medianya, karena bersifat interaktif dengan target dan tidak pernah padam.

2.2.2. Tujuan Promosi

Morissan (2010, hlm. 29) mengatakan bahwa promosi dilakukan untuk mengatasi masalah yang terjadi dengan dasar penelitian. Tujuan dalam kegiatan promosi berupa:

- 1) Memperkenalkan perusahaan, atas dasar keberadaan perusahaan yang belum diketahui sebagian besar konsumen melalui data.
- 2) Menyampaikan informasi berupa pengetahuan kepada konsumen mengenai pemahaman fungsi dari produk yang dihasilkan oleh perusahaan.
- 3) Memberi tahu informasi produk dan kegiatan-kegiatan baru yang ada untuk mengubah citra perusahaan.

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

2.2.3. Fungsi Promosi

Moriarty, Mitchell, Wells (2015, hlm. 37), terdapat tiga fungsi promosi, yaitu berfungsi dalam mengidentifikasi produk, jasa atau ide yang sedang dipromosikan. Selain itu, juga memberikan informasi mengenai manfaat produk, hingga membujuk target untuk membeli produk, jasa atau ide yang dipromosikan.

2.2.4. Media Promosi

Menurut Landa (2010, hlm. 208-243), media promosi dikategorikan sebagai berikut:

1) *Print*

Mengkomunikasikan pesan dengan elemen visual berupa garis, visual, *product shot*, *tagline*, dan *sign-off* dalam media cetak. Poster, *billboard*, majalah dan koran termasuk dalam media cetak.

2) *Website*

Website adalah halaman-halaman yang dikelompokkan bersama dengan internet sebagai aksesnya. Media ini dapat mengarahkan audiens menggantikan media konvensional ke media digital.

3) *Mobile Advertising*

Mobile advertising merupakan media dengan strategi pengiklanan atau promosi yang terintegrasi melalui *mobile* seluler. Media ini memiliki jangkauan pasar yang sangat luas.

4) *Social Media*

Media komunikasi *online* yang dapat memberikan pengetahuan kepada target audiens dan merupakan media yang paling efektif, relevan, memikat, dan mudah untuk membagikan tentang suatu merek, produk, atau pun layanan jas. Tentunya, media sosial sangat berpengaruh dalam pertumbuhan merek dengan sesuatu yang menarik.

2.3 Iklan

Menurut Ralph (dikutip dalam Morissan, 2010, hlm.17), iklan adalah komunikasi yang melibatkan media massa oleh sponsor, mengenai suatu organisasi, produk, servis, atau ide. Iklan termasuk dalam bentuk promosi yang paling dikenal khalayak umum, karena jangkauannya yang luas.

2.3.1. Jenis-Jenis Iklan

Dalam beriklan terdapat berbagai tingkatan, misalnya dengan target berupa masyarakat secara umum menggunakan iklan tingkat nasional. Sedangkan untuk target konsumen industri, maka tingkatannya juga menyesuaikan. Berikut beberapa jenis iklan berdasarkan tingkatannya.

1) Iklan Nasional

Iklan yang biasanya tampil pada jam tayang utama berisi produk yang sudah tersebar pada sebagian besar wilayah negara tersebut.

2) Iklan Lokal

Promosi oleh iklan lokal sering dilakukan dalam bentuk *direct action advertising* dengan menekankan pada harga yang lebih murah, pelayanan khusus, suasana berbeda, dan lainnya. Hal ini bertujuan untuk memperoleh penjualan secara cepat dengan mendorong konsumen untuk menggunakan jasa lokal terdekat.

3) Iklan Primer dan Selektif

Iklan ini lebih berfokus dalam menjelaskan manfaat dari produk yang masih baru atau pun meningkatkan lagi minat konsumen terhadap produk yang telah mendominasi pasar.

2.4 Pariwisata

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 tentang pariwisata, bahwa wisata adalah kegiatan yang dilakukan oleh seorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi suatu tempat dalam jangka waktu sementara untuk tujuan hiburan, pengembangan diri atau mempelajari daya tarik wisata di tempat tersebut.

2.4.1. Jenis-Jenis Pariwisata

Menurut Utama (2014, hlm. 104), wisatawan memiliki motif yang berbeda-beda dalam mengunjungi tempat wisata. Berikut jenis wisata berdasarkan motifnya.

1) Wisata Budaya

Wisata ini biasanya berisi tentang sejarah dengan maksud mempelajari kehidupan pada daerah tertentu dengan mengunjungi pusat pembelajaran budayanya.

2) Wisata Bahari

Wisata ini berhubungan dengan wisata air (danau, pantai, teluk atau laut) dengan kegiatannya berupa memancing, berlayar, menyelam, berselancar, dan lain sebagainya.

3) Wisata Cagar Alam

Wisata ini digemari oleh pecinta keindahan flora dan fauna langka dengan mengunjungi daerah cagar alam, taman lindung, dan sebagainya yang kelestariannya dilindungi oleh undang-undang dan pemerintah.

4) Wisata Konveksi

Wisata ini dipergunakan untuk kepentingan konferensi, musyawarah, dan lainnya yang berkaitan dengan politik.

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

5) Wisata Pertanian

Wisata ini biasanya digunakan untuk tujuan edukasi sekaligus rekreasi dengan mengunjungi proyek pertanian, perkebunan, dan ladang.

6) Wisata Buru

Wisata ini dilakukan dalam wilayah hutan yang memiliki izin berburu oleh pemerintah negaranya untuk melakukan aktivitas berburu.

7) Wisata Ziarah

Wisata ini dilakukan oleh individu atau serombongan menuju tempat-tempat suci berdasarkan kepercayaannya untuk kepentingan sejarah, agama, atau budaya.

2.5 Wisata Pulau Tunda

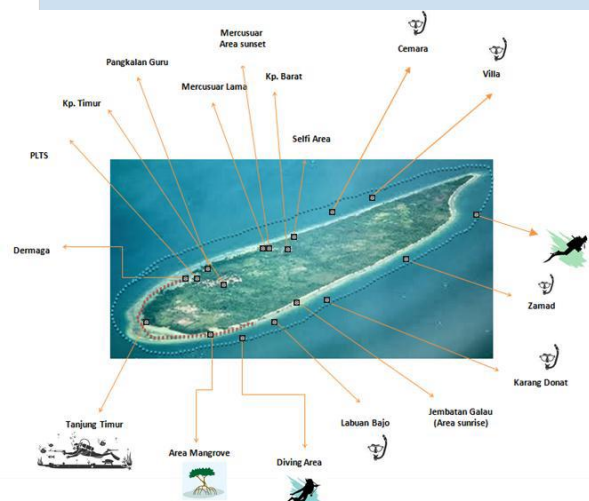
Wisata di pulau tunda dikelilingi oleh wisata bahari berupa pantai dan laut. Adapun beberapa kegiatan atau hal yang dapat dilakukan di sana, sebagai berikut.

2.5.1. Pulau Tunda

Pulau Tunda adalah sebuah pulau kecil yang letaknya berdekatan dengan Kepulauan Seribu. Pulau ini terkenal akan keindahan bawah lautnya dengan beragam biota laut di dalamnya. Pulau ini secara administratif terletak di Kecamatan Tirtayasa, Kabupaten Serang. Berdasarkan hasil observasi penulis, terdapat beberapa bagian wilayah yang dijadikan pemukiman oleh warga setempat dengan pembagian menjadi dua kampung, yaitu kampung barat dan kampung timur.

Dengan kondisi geografis yang dimiliki, Pulau Tunda mempunyai daya tarik wisata berupa kawasan hutan mangrove, kawasan pantai yang panjang berpasir putih, dan laut indah yang mengelilingi pulau (Umam, 2019). Kondisi laut Pulau Tunda dipenuhi dengan berbagai jenis ikan hias, terumbu karang, lamun, dan biota laut lainnya. Aktivitas wisata

yang dapat dilakukan di Pulau Tunda sangat beragam, seperti kegiatan berlayar, memancing, diving, watersport, snorkeling, bahkan melihat sunset dan sunrise. Pulau ini merupakan pulau yang indah dan eksotis karena kondisi alamnya yang jarang terjamah. Selain itu juga memiliki ekosistem lautan dan pesisir yang kompleks (Zamani, 2016). Secara garis besar, pulau ini dikelilingi oleh tumbuhan mangrove dan pantai berpasir putih. Air laut di sekitarnya tampak jernih dengan ekosistem terumbu karang yang hidup. Terdapat 5 lokasi untuk melakukan aktivitas snorkeling, diantaranya Labuan Bajo, Karang Donat, Zamat, Villa, dan Cemara. Tidak heran Pulau Tunda dijadikan destinasi bagi para pecinta bawah laut.



Gambar 2. 25 Area Snorkeling dan Diving Pulau Tunda
Sumber: Umam (2019)

UJWIN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA