

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Desain Komunikasi Visual

Umar Hadi (1993) mengatakan desain komunikasi visual adalah ekspresi ide dan pesan desainer kepada target audiens melalui simbol berupa gambar, warna, tulisan dan lain-lain. Desain akan komunikatif ketika bahasa yang disampaikan dapat dipahami oleh publik.

##### 2.1.1 Elemen Grafis

Penulis dalam perancangan ini menggunakan elemen-elemen grafis sebagai acuan dalam membuat desain media informasi. Samara (2011) menjelaskan dalam bukunya *Graphic Designer's Essential Reference* bahwa elemen grafis merupakan dasar dari desain. Terdapat 4 macam elemen grafis, yaitu, titik, garis, bentuk dan tekstur. (hlm. 16)

##### 2.1.2 Prinsip Desain

Penulis dalam perancangan ini menggunakan prinsip-prinsip grafis sebagai acuan dalam membuat desain media informasi. Landa (2014) menjelaskan dalam bukunya *Graphic Design Solutions* Dalam membuat sebuah desain diperlukan prinsip dasar desain. Prinsip desain adalah kombinasi pengetahuan tentang pembuatan konsep, tipografi, gambar, visualisasi, elemen formal sebagai pembentuk pesan. Menurut Landa (2014) prinsip desain tersebut adalah (hlm. 25):

###### 2.1.2.1 Balance

Keseimbangan atau *balance* berasal dari distribusi bobot visual yang seimbang antara kedua sisi sumbu. Target audiens lebih mudah merasakan ketidakseimbangan, jadi keseimbangan harus diperhatikan saat menyusun komposisi. Keseimbangan visual dipengaruhi oleh ukuran, bentuk, nilai, warna dan tekstur (Landa, 2014).

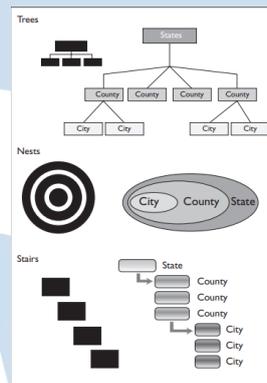


Gambar 2.1 Balance

Sumber: Landa (2014)

### 2.1.2.2 Visual Hierarchy

Hirarki visual atau *visual hierarchy* mengacu pada susunan elemen visual dengan cara yang menekankan elemen tertentu. Elemen yang disorot adalah elemen utama yang ingin dimiliki oleh desain visual untuk mengatur proporsinya. Penekanan elemen ini dapat ditekankan oleh elemen isolasi, penempatan, ukuran, kontras, petunjuk, struktur diagram, struktur sarang dan struktur tangga (Landa, 2014).

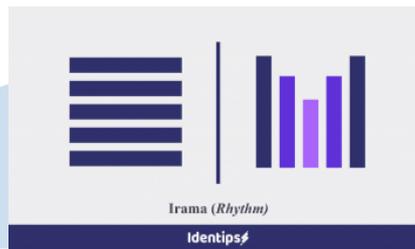


Gambar 2.2 Visual Hierarchy

Sumber: Landa (2014)

### 2.1.2.3 Rhythm

Ritme atau *rhythm* dibuat dengan menggunakan pola berulang kali. Pengulangan pola ini mengajak audiens untuk mengeksplorasi karya. Ada banyak faktor untuk menciptakan ritme, yaitu warna, tekstur, pola, dsb (Landa, 2014).

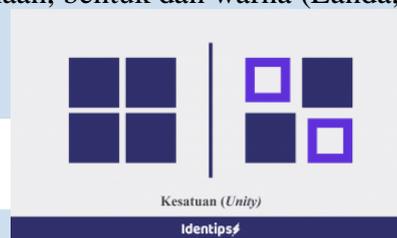


Gambar 2.3 Rhythm

Sumber: Evetry.com (2022)

#### 2.1.2.4 Unity

Kesatuan atau *unity* tercipta ketika semua elemen desain menyatu secara harmonis. Pikiran manusia cenderung menghubungkan apa yang dilihatnya satu sama lain. Satuan ini terdiri letak, arah, kesamaan, bentuk dan warna (Landa, 2014).

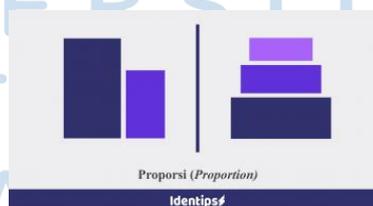


Gambar 2.4 Unity

Sumber: Evetry.com (2022)

#### 2.1.2.5 Scale and Proportion

Dalam sebuah desain, skala adalah ukuran elemen grafis yang terlihat dalam kaitannya dengan elemen grafis lainnya dalam komposisi. Skala dapat berhubungan dengan pemahaman kita tentang ukuran relatif benda nyata di lingkungan kita. Memanipulasi skala dapat memberikan variasi visual pada komposisi, skala dapat menambahkan kontras dan dinamisme di antara bentuk dan manipulasi skala dapat menciptakan ilusi ruang tiga dimensi (Landa, 2014).



Gambar 2.5 Scale and Proportion

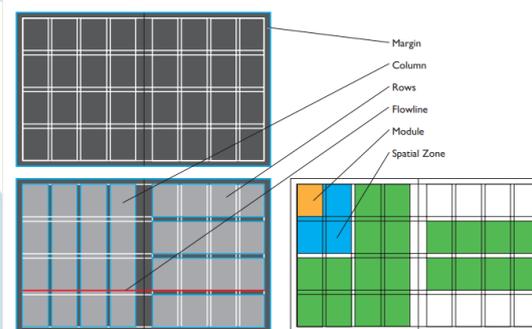
Sumber: Evetry.com (2022)

### 2.1.3 Layout

Penulis dalam perancangan ini menggunakan layout jenis *modular grid* sebagai acuan dalam membuat desain media informasi. Amborse, G. dan Haris, HAL. (2009) *Layout* adalah penataan elemen desain dalam kaitannya dengan ruang yang diisi berdasarkan model estetika secara keseluruhan. Anda juga bisa menyebutnya manajemen bentuk dan ruang. Tujuan *layout* adalah untuk menyajikan elemen tekstual dan visual yang ingin dikomunikasikan dengan cara tertentu, sehingga pembaca menerima pesan dengan cara yang informatif.

#### 2.1.3.1 Grid

Menurut Landa (2014), *grid* adalah arah visual yang terdiri dari garis-garis vertikal dan horizontal yang membentuk struktur yang terbagi menjadi kolom dan batas. Implementasi *grid* dapat digunakan pada media cetak seperti majalah, buku, brosur, web, desain, dll. Anatomi *grid* dibagi menjadi 5 bagian, yaitu:



Gambar 2.6 Anatomi Grid

Sumber: Landa (2014)

#### 1) Margin

*Margin* adalah struktur yang membentuk bingkai relatif yang dibuat oleh hasil ukuran kolom untuk menggambarkan jarak antara tepi depan kertas dan konten sehingga elemen grafis tidak berakhir di dekat bagian bawah halaman. *Margin* dapat diisi dengan judul, informasi, nomor halaman, dan lainnya.

## 2) *Coloumn*

Kolom adalah susunan dalam bentuk vertikal yang menyediakan ruang untuk elemen grafik seperti informasi, isi, gambar, teks, yang jumlah dan ukurannya dapat diatur sesuai kebutuhan.

## 3) *Spatial Zone*

Zona spasi adalah susunan berupa kombinasi grid yang dapat digunakan untuk mengatur posisi teks dan gambar.

## 4) *Flowline*

*Flowline* adalah garis horizontal datar yang terbentuk di ruang kosong yang sudah memiliki kisi-kisi untuk mengontrol penempatan gambar.

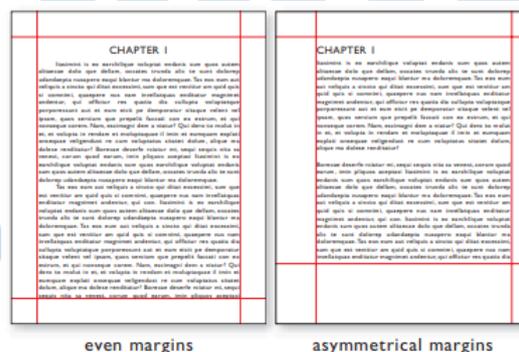
## 5) *Module*

Modul adalah area kosong pada selembar kertas yang terdiri dari kumpulan kolom dan baris berukuran berulang/konsisten.

Landa (2014), dalam bukunya yang berjudul *Graphic Design Solutions* membagi jenis *grid* menjadi 3 yaitu:

### 1) *Single – Column Grid*

*Single column grid* biasanya digunakan untuk memuat teks berkelanjutan seperti laporan, esai, atau buku. Teks menjadi objek utama saat menggunakan *single column grid*.

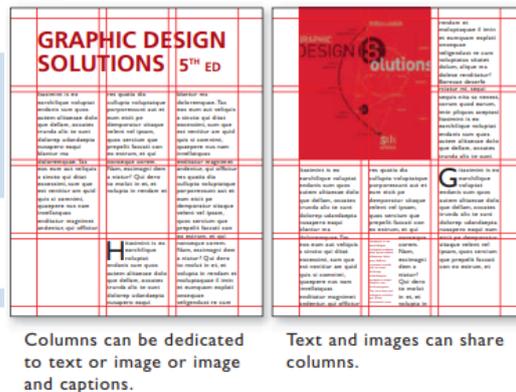


Gambar 2.7 *Single Column Grid*

Sumber: Landa (2014)

## 2) Multicolumn Grid

*Multicolumn grid* sangat bagus untuk digunakan di majalah, situs web, atau majalah yang menggabungkan elemen visual yang berbeda karena lebih fleksibel untuk digunakan daripada *single column grid*.



Gambar 2.8 Multicolumn Grid

Sumber: Landa (2014)

## 3) Modular Grid

*Modular grid* adalah jenis *grid* terbaik untuk menyatukan informasi kompleks yang biasanya ditemukan di kalender, surat kabar, spreadsheet, dan grafik. Jenis *grid* ini menggabungkan kolom vertikal dan horizontal untuk menciptakan ruang yang lebih kecil.



A text block or image can occupy one module or more. Information can be chunked into one module or into a zone.

Gambar 2.9 Modular Grid

Sumber: Landa (2014)

## 2.1.4 Tipografi

Penulis dalam perancangan ini menggunakan menggunakan prinsip tipografi sebagai acuan dalam penentuan jenis *font* yang digunakan dalam media informasi yang dibuat. Berdasarkan pernyataan Sihombing, D. (2001:58) tipografi adalah representasi visual dari suatu bentuk komunikasi yang bersifat verbal, visual dan efektif. Tidak hanya pengertian, tetapi tipografi memiliki bentuk visual yang dapat menyampaikan kesan dan menggambarkan suara yang disajikan dalam bentuk kumpulan *font*.

### 2.1.4.1 Prinsip Tipografi

Prinsip tipografri menurut pernyataan Heller, S. (2012) tentang prinsip penulisan tipografi dibagi menjadi 8 bagian yaitu:

#### 1) *Inform*

Cara menyampaikan sesuatu kepada pembaca yang berhubungan dengan topik permasalahan, mengungkapkan ide hingga menimbulkan rasa penasaran pada khalayak.

#### 2) *Advocate*

Advokat pada dasarnya adalah cara mengajak masyarakat untuk menerima pesan atau informasi yang dibuat oleh desainer sebagai salah satu prinsip desain grafis.

#### 3) *Play*

Salah satu prinsip desain yang digunakan oleh desainer adalah menghibur, mengungkapkan dan memberikan informasi kepada khalayak melalui informasi yang menarik, setelah itu target menjadi terhibur dan tertarik.

#### 4) *Caution*

Prinsip ini memberikan kesan klasik dalam menyampaikan pesan dalam desain grafis. Contoh tersebut mengingatkan masyarakat untuk berhati-hati terhadap isi pesan yang diterima oleh khalayak.

5) ***Entertain***

Ini adalah salah satu prinsip yang disukai semua orang karena memberikan kesenangan dan hiburan kepada khalayak dengan informasi tanpa membuat pembaca tidak senang.

6) ***Express***

Ini adalah prinsip yang umum digunakan saat ini, menyebar dengan cepat saat para desainer menggunakan slogan dan kata-kata grafis untuk mengekspresikan keyakinan, filosofi, dan refleksi pribadi dengan tujuan mempengaruhi khalayak.

7) ***Educate***

Mendidik, yang tujuannya untuk menyampaikan informasi dan menyampaikan pesan, merupakan gabungan dari semua prinsip tipografi.

8) ***Transform***

*Transform* adalah kombinasi grafis untuk memasuki perspektif khalayak.

#### 2.1.4.2 Karakter Tipografi

Berdasarkan pernyataan Sihombing, D. (2001) tipografi memiliki fitur dan karakteristik yang berbeda untuk setiap *font*. Berikut adalah terminologi yang biasa digunakan untuk menamai setiap komponen visual yang disusun dalam bentuk fisik huruf.

1) ***Baseline***

Garis lurus horizontal yang membentuk bagian bawah setiap huruf kapital.

2) ***Capline***

Garis lurus mendatar yang menjadi batas atas setiap huruf kapital.

3) ***Meanline***

Garis horizontal yang membatasi bagian atas setiap huruf kecil.

4) ***X-Height***

Jarak dari garis dasar ke garis tengah. *X-height* adalah tinggi badan huruf kecil.

5) *Ascender*

Ada beberapa huruf yang tingginya melebihi garis tengah dan batas *x-height*.

6) *Descender*

Bagian dari huruf kecil yang berposisi di bagian bawah garis *baseline*.

7) *Cap Height*

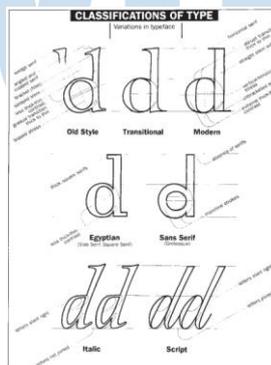
Seperti garis dasar, tinggi huruf kapital adalah jarak antara kepala huruf kapital.

8) *Serif*

Memiliki ketebalan dan ujung sirip dengan bentuk lancip ataupun tumpul merupakan karakteristik yang dimiliki suatu huruf alfabet. *Sans-serif* adalah jenis *font serif* lainnya yang tepi hurufnya tidak memiliki tonjolan selain ketebalannya, membuatnya lebih cocok untuk digunakan dalam judul teks atau untuk menekankan suatu pola.

### 2.1.4.3 Klasifikasi Tipografi

Menurut Landa (2014), *font* adalah pembentukan huruf, angka atau karakter untuk membentuk karakter yang dapat dikenali meskipun dimodifikasi dengan model yang berbeda. Beberapa *font* yang ada hingga saat ini memiliki karakter dan sejarah tipografi yang berbeda.



Gambar 2.10 Klasifikasi Tipografi

Sumber: Landa (2014)

### 1) *Modern*

*Font modern* memiliki ciri geometris khusus dengan garis tebal atau tipis, vertikal dan sangat simetris dibandingkan dengan font romawi.

#### 2) *Traditional*

*Font* ini milik *serif*. Penggambaran campuran gaya modern dan lama.

#### 3) *Sans Serif*

*Font* ini merupakan *font* yang tidak memiliki garutan kecil dan padat. *Font* ini memiliki karakter yang tegas, fungsional, dan modern.

#### 4) *Old Style*

Jenis huruf ini memberikan sedikit kontras pada *font* antara garis tebal dan tipis, *serif* runcing, dan sumbu simetri yang miring ke kiri.

#### 5) *Slab Serif*

*Slab serif* adalah klasifikasi *serif* dengan sifat seperti lempengan dan ketebalan.

## 2.1.5 Warna

Penulis dalam perancangan ini menggunakan prinsip warna sebagai acuan dalam pembuatan konten media informasi. Menurut Landa (2014), warna terdiri dari gelombang cahaya yang hanya bisa dilihat dengan bantuan cahaya. Ketika cahaya mengenai suatu objek dan sebagian cahaya diserap, sisa cahaya yang tidak terserap dipantulkan dan tampak sebagai getaran pada mata manusia. Benda berwarna yang dilihat orang setiap hari juga merupakan pantulan cahaya atau warna. Warna dibagi menjadi tiga kategori: warna primer, warna sekunder, dan warna tersier (Lauer & Pentak, 2016). Definisi kelompok-kelompok warna ini adalah sebagai berikut:

### 1) **Warna Primer**

Warna primer atau warna utama adalah merah, biru, dan kuning.

Semua warna dapat dibuat dengan menggabungkan dua atau tiga

warna primer ini. Jika digabungkan, ketiga warna ini menghasilkan cahaya putih.

## 2) Warna Sekunder

Warna sekunder adalah warna yang dibuat dengan menggabungkan dua warna primer.

## 3) Warna Tersier

Warna tersier adalah warna yang dibuat dengan menggabungkan warna primer dengan warna sekunder.



Gambar 2.11 Roda Warna

Sumber: [https://hendryanggriawan.com/\(2022\)](https://hendryanggriawan.com/(2022))

Landa (2014), Warna tidak hanya terbagi menjadi beberapa kategori warna, tetapi juga terdiri dari tiga unsur yaitu *value*, *hue*, dan *saturation*.

### 1) *Value*

*Value* atau nilai adalah kecerahan atau kegelapan suatu warna. Nilai suatu warna dapat diubah dengan mencampurkannya dengan hitam (gelap) atau putih (terang). Tugas dari pengaturan *value* adalah menciptakan efek yang berbeda baik secara visual maupun emosional.

### 2) *Hue*

*Hue* adalah nama warna yang ditemukan dalam spektrum warna. Roda warna yang didasarkan pada hubungan antara warna atau corak diciptakan pada abad ke-18 dan diperbaiki oleh Johannes Itten pada abad ke-20. Pada roda warna, warna

terbagi menjadi tiga kategori yaitu warna primer, sekunder, dan tersier sedangkan temperatur warna dibagi menjadi dua kategori yaitu warna dingin dan warna hangat atau panas.

### 3) *Saturation*

*Saturation* adalah terang atau redupnya suatu warna dan dapat disesuaikan dengan mencampurkan warna tersebut dengan warna netral seperti hitam, abu-abu, dan putih atau dengan mencampurkan warna tersebut dengan warna komplementer (Lauer & Pentak, 2013). Hal ini karena pasangan warna komplementer memiliki temperatur warna yang berlawanan, sehingga jika digabungkan akan menghasilkan warna yang lebih netral. Warna cerah dan jenuh tampak lebih baik bila dikombinasikan dengan warna yang kurang jenuh.

Dalam hal mencampur warna, tidak ada aturan yang harus diikuti. Namun, ada pedoman yang lebih dikenal dengan harmoni warna. Pedoman tersebut berdasarkan pendapat Eiseman (2017) dalam bukunya yang berjudul “*The Complete Color Harmonies, Phanton Edition*”, yang membagi kompatibilitas warna menjadi beberapa kategori, yaitu:

#### 1) *Monotone*

Menurut Eiseman, monoton mengacu pada penggunaan warna-warna netral dalam berbagai *shades* dan *tint*. Desain tidak dibatasi oleh temperatur warna atau naungan tetapi dengan penggunaan warna-warna netral. Untuk mendukung penggunaan warna yang monoton, desainer dapat melengkapi karyanya dengan menambahkan tekstur dan bentuk.

#### 2) *Analogous*

Warna analog menggunakan kombinasi tiga warna yang berdekatan pada roda warna untuk menciptakan kesan yang menyenangkan dan harmonis bagi penontonnya. Skema warna analog terdiri dari warna dominan dan dua warna sekunder.

### 3) *Monochromatic*

Warna monokromatik adalah penggunaan kelompok atau keluarga warna dalam *tone*, *tint*, dan *shade* yang berbeda. Desain monokromatik digunakan untuk menciptakan efek dramatis tergantung pada kebutuhan perancang. Contoh penggunaan skema monokrom dalam penggunaannya adalah film atau drama.

### 4) *Complimentary*

Warna komplementer adalah campuran dua warna berlawanan pada roda warna. Kedua warna ini saling melengkapi karena perpaduan warna dingin dan hangat menciptakan kontras yang meningkatkan intensitas warna lain dalam sebuah karya.

### 5) *Split-complimentary*

Model komplementer belah adalah model yang memadukan tiga warna dari roda warna. Model ini menciptakan harmoni warna-warni dan harmonis, tetapi tidak sekuat ansambel bebas. Namun, kontras visualnya sangat bagus.

### 6) *Triads*

Saat tiga *hue* yang membentuk segitiga sigabungkan, skema warna *triad* terbentuk. Skema warna dari ketiganya merupakan variasi dari skema warna pelengkap yang umum, menciptakan harmoni warna tanpa dominasi. Ketiga warna tersebut memiliki hierarki yang sama dengan warna lainnya.

### 7) *Tetrads*

Pola *tetrad* menggabungkan empat warna yang membentuk persegi panjang pada roda warna. Model ini menciptakan karya dengan berbagai warna tanpa ada warna yang dominan.

## 2.1.6 Ilustrasi

Penulis dalam perancangan ini menggunakan teori ilustrasi untuk membantu proses pembuatan karakter yang digunakan sebagai mediator. Menurut Male dalam bukunya "*Illustration, A Theoretical and Contextual*

*Perspective*”, gambar dapat menyampaikan pesan kepada audiens dalam konteks tertentu. Ilustrasi datang dalam berbagai bentuk, termasuk lukisan, ukiran, grafik iklan, gambar, dan kartun. Ilustrasi bukanlah desain grafis atau seni murni karena didasarkan pada kebutuhan objektif untuk menyelesaikan karya.

#### **2.1.6.1 Proses Konseptual**

Menurut Male (2017), proses pemecahan masalah komunikasi visual dapat dimulai dengan penelitian mendalam dan persiapan aspek-aspek penting dari subjek tersebut. Proses konseptual dibagi menjadi dua fase:

1) *Brainstorming* dan *creative process*

Metode yang paling umum dalam proses *brainstorming* adalah menuliskan semua pemikiran pada media seperti kertas atau lebih dikenal dengan nama *mindmapping*. Beginilah cara ide dibuat, yang kemudian dipilih dan diimplementasikan dengan sebaik-baiknya.

2) *Completion*

Proses penyelesaian dimulai dengan evaluasi terhadap beberapa ide atau konsep yang dihasilkan pada fase *brainstorming* dan berlanjut ke visualisasi yang lebih kompleks dari ide-ide tersebut. Tanda berakhirnya proses ini adalah penerimaan konsep klien yang dipilih. Konsep harus secara jelas menggambarkan gaya, komposisi, warna dan juga posisi teks.

#### **2.1.7 Gaya Ilustrasi**

Meskipun masing-masing ilustrator memiliki gaya menggambarinya masing-masing, ilustrasi secara umum dapat dibagi menjadi dua kategori, yaitu ilustrasi literal dan ilustrasi konseptual. Ilustrasi literal adalah ilustrasi yang menampilkan sesuatu secara realistis atau sesuai dengan aslinya, sedangkan ilustrasi konseptual adalah ilustrasi yang menggambarkan suatu

teori, bentuk atau gagasan menjadi sesuatu yang baru. Male (2017) membagi dua kategori ini menjadi dua kategori lebih lanjut, yaitu *pictorial truth* dan *metaphoric*, dengan kategori metaforis dibagi menjadi tiga kategori sebagai berikut:

1) Ilustrasi konseptual atau surealis

Sekitar tahun 1950, ilustrasi sureal mulai berkembang di Amerika, diawali dengan gagasan bahwa perlu adanya visualisasi yang dapat memancing pikiran yang lebih dalam pada penonton. Ilustrasi sureal adalah ilustrasi yang imajinatif tetapi tidak nyata atau literal. Kategori ilustrasi ini mewakili konten menggunakan berbagai ide dan metode ilusi, komunikasi dan simbolisme. Ilustrasi surealis biasanya digunakan untuk menyajikan masalah ekonomi, politik, dan sosial.

2) Diagram

Ilustrasi diagram adalah gambar yang harus disertai dengan informasi atau konteks. Diagram biasanya digunakan untuk menggambarkan sifat-sifat suatu objek, system, dan proses, baik buatan manusia maupun organik. Penggunaan grafik tidak hanya terbatas pada buku teks atau Pendidikan akademik, tetapi dapat dikembangkan lebih lanjut dan diinovasi menjadi representasi visual untuk mendukung informasi.

3) Abstraksi

Ilustrasi abstrak adalah kebalikan dari ilustrasi bergambar, di mana karya yang dibuat oleh seniman tidak ada hubungannya dengan kenyataan. Bentuk yang dihasilkan merupakan hasil kreasi para seniman tersebut dan sebagian besar dibuat dengan menggunakan teknik kolase. Ilustrasi abstrak terdiri dari bentuk geometris formal atau informal, tekstur dan elemen non-literal. Biasanya, gambar abstrak disertai dengan teks dan digunakan untuk melengkapi sampul buku, iklan, atau poster.

Seperti kategori metafora, kategori *pictorial truth* juga terbagi menjadi tiga kategori sebagai berikut:

1) *Hyperrealism*

Hiperrealisme adalah ilustrasi yang bertujuan untuk menggambarkan kehidupan sehari-hari, pemimpin politik, agama atau budaya secara detail dan realistis. Umumnya ilustrasi jenis ini digunakan dalam dunia bisnis karena penggambaran yang realistis dapat menambah kredibilitas gambar. Gaya hiperrealisme juga sering digunakan untuk mendeskripsikan hal-hal yang sulit dicapai melalui fotografi. Karena dalam gaya hiperrealisme jika dibandingkan dengan fotografi, ketajaman dan detail setiap elemen gambar dapat disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhannya.

2) *Stylised realism*

Realisme bergaya adalah ilustrasi yang hasil akhirnya realistis, tetapi masih dapat dimodifikasi agar sesuai dengan gaya ilustrasi ilustrator. Ini dengan sengaja mengubah elemen gambar tertentu seperti proporsi, pola, atau bentuk objek. Misalnya, proporsi dan bentuk bisa realistis, tetapi bervariasi dalam kontras dan tekstur untuk mendukung rasa gerakan. Realisme bergaya dapat digunakan untuk hiburan atau untuk menekankan informasi yang disampaikan.

3) *Sequential imagery*

Gambar berurutan biasanya menciptakan ilusi bahwa gambar mewakili ruang nyata atau tiga dimensi. Inti dari gambar sekuensial adalah merepresentasikan suatu peristiwa melalui rangkaian gambar yang terhubung untuk menyampaikan pesan. Gambar berurutan dapat digunakan untuk tujuan pemasaran, periklanan, informasi dan pendidikan, hiburan, komentar editorial, dan lainnya. Gaya ilustrasi ini juga bisa digunakan untuk membuat buku komik atau novel grafis.

### 2.1.8 Peran Ilustrasi

Menurut Male (2017), ilustrasi memiliki beberapa peran, yaitu:

1) Dokumentasi, referensi dan instruksi

Gambar yang digunakan untuk menyampaikan pesan tidak perlu realistis dalam hal bahasa visual atau materi pelajaran. Karena petunjuk, pelatihan, dan penjelasan yang digunakan sangat luas dan dapat dipilih sesuai dengan kebutuhan artis. Secara umum, informasi lebih baik diserap melalui gambar. Ilustrasi dapat digunakan untuk membuat ensiklopedia, ensiklopedia anak-anak, dokumenter TV, permainan edukatif, dan lainnya.

2) *Commentary*

Inti dari ilustrasi editorial adalah komentar visual. Secara historis dan hari ini, ilustrasi memainkan peran penting dalam dunia penerbitan. Tujuan ilustrasi editorial adalah untuk mengiringi jurnalisme majalah dan surat kabar. Industri media mencakup berbagai topik dan subjek setiap hari, sehingga kemungkinan untuk menggunakan dan menerapkan gambar editorial sangat besar.

3) *Storytelling*

Ilustrasi naratif atau mendongeng sering digunakan dalam buku anak-anak, novel, gambar fiksi, dan kartun. Dalam cerita fiksi, ilustrasi tidak hanya menarik perhatian pembaca, tetapi juga membantu mengilustrasikan cerita dengan memunculkan respons emosional dan imajinatif dari pembaca.

4) Persuasi

Persuasi sangat erat kaitannya dengan dunia periklanan. Kebanyakan pemasaran tidak dimaksudkan untuk menyinggung, itu dimaksudkan untuk menjual. Namun, ini tidak mengesampingkan bahwa desainer menghadapi dilema moral selama proses desain. Perencanaan pemasaran harus

mempertimbangkan kendala moral yang terkait dengan wilayah, agama, atau masalah etika lainnya.

#### 5) Identitas

Identitas berarti kesadaran merek atau pengakuan publik terhadap merek. Perusahaan atau brand biasanya berusaha meningkatkan brand awareness melalui pemasaran BTL (below the line) dan ATL (above the line). Selain itu, perusahaan juga mengandalkan penggunaan simbol atau gambar khusus yang berkaitan dengan perusahaan. Ikon atau gambar disebut logo. Logo dapat berkisar dari bentuk kompleks hingga geometri sederhana. Beberapa logo lainnya merupakan variasi font.

### 2.1.9 Maskot

Penulis dalam perancangan ini menggunakan teori maskot sebagai acuan pembuatan maskot menjadi mediator untuk media informasi yang dibuat. Menurut Ardhi (2013), salah satu perhatian perusahaan untuk memudahkan konsumennya mengingat suatu merek adalah menciptakan karakteristik kedalam suatu produk merek tersebut, seperti penggunaan *brand ambassador* dan maskot. Maskot dapat mewakili identitas, karakteristik, visi dan misi perusahaan tertentu. Konsumen dapat dengan mudah mengadopsi citra merek melalui isyarat visual dan mengingat maskot dan dapat memperkuat persepsi merek di benak konsumen. Maskot juga merupakan cara untuk mempromosikan merek dan memfasilitasi penelitian strategis. Iklan merek misalnya, maskot bertindak sebagai perantara, mendekatkan orang dan merek produk.

#### 2.1.9.1 Peran Maskot

Berdasarkan Dreambox (2023), Maskot dibuat untuk mewakili suatu perusahaan dan erat kaitannya dengan peran *brand*, memahami maskot sangat penting hubungannya dengan *branding* yang dilakukan oleh perusahaan. Berikut adalah peran dari maskot:

### 1) Bertindak seperti *public figure*

Maskot perusahaan sangat penting dalam proses *branding*. Maskot harus didesain sedemikian rupa sehingga nantinya dapat divisualisasikan dalam media audio-video atau diimplementasikan dalam bentuk 3D. Maskot perusahaan juga harus memiliki karakter sendiri. Sehingga dia bisa berakting sesuai plot yang disesuaikan dengan karakternya.

### 2) Menggambarkan perusahaan

Terkadang maskot lebih diingat daripada perusahaan pembuatnya. Karena maskot merangkum poin-poin penting perusahaan. Mulai dari *brand* hingga identitas dan motto hingga produk perusahaan tercermin dari maskot yang mereka ciptakan. Dengan maskot ini, perusahaan dapat memperkuat persepsi masyarakat terhadap mereknya.

### 3) Menjadi mediator

Jika sebuah perusahaan hanya mengelola mereknya dengan promosi, hasilnya akan kurang maksimal. Pelanggan dan perusahaan seperti orang yang berlawanan dan ada celah diantara mereka. Dibutuhkan pihak ketiga atau perantara yang bisa mempertemukan mereka. Dan disinilah peran maskot. Hubungan perusahaan dengan konsumen tentunya akan semakin kuat jika dapat ditemukan perantara.

### 4) Menjadi penghibur konsumen

Maskot perusahaan juga berfungsi sebagai sarana hiburan untuk mendorong konsumen agar lebih mengenal produknya. Maskot yang ramah, lucu, dan

cerewet tentunya membawa konsumen selangkah lebih dekat untuk membeli produk perusahaan.

#### **5) Mendorong *repurchase***

Pembelian Kembali sangat penting bagi perusahaan. Maskot yang unik dan berkesan pasti akan diingat konsumen. Hal ini juga secara tidak langsung mempengaruhi alam bawah sadar mereka untuk melakukan pembelian ulang.

#### **2.1.10 Fotografi**

Penulis dalam perancangan ini menggunakan teori fotografi sebagai acuan dalam pengambilan foto yang digunakan dalam perancangan. Menurut Landa (2010), fotografi adalah hasil visual yang dihasilkan oleh kamera. Fotografi memiliki arti yang luas karena berbagai genre termasuk potret, benda mati, mode, makanan, olahraga, acara, dan aktivitas lainnya. Foto dapat digunakan untuk seni rupa, jurnalisme, iklan, dan desain grafis.

##### **2.1.10.1 Fotografi Desain**

Fotografi desain Berdasarkan pernyataan Harsanto (2017), sangat penting untuk bertindak dengan benar saat mendesain fotografi. Setelah tahun 1990-an, dunia fotografi mulai memasuki era teknologi digital, mengubah budaya kerja industri dari yang berbasis keterampilan manual manusia menjadi budaya kerja yang sepenuhnya terkomputerisasi (digital). Era analog sedikit demi sedikit ditinggalkan karena di era digital kegiatan fotografi dan paradigma fotografi berubah. Dunia fotografi dulu dianggap sebagai hobi yang sulit dan mahal, namun saat ini fotografi dalam desain grafis relatif murah dan mudah. Teknologi dapat berkembang dan paradigma berubah, namun fungsi dan pentingnya karya fotografi dalam desain grafis tetap penting dan diperlukan.

### 2.1.10.2 Unsur Fotografi

Sebagai desain grafis dengan prinsip desain, Karyadi, B. (2017, hlm. 12-15), fotografi memiliki unsur-unsur sebagai berikut:

1) Komposisi

Komposisi foto terdiri dari beberapa susunan elemen, sehingga keseimbangan antar komponen gambar menyampaikan pernyataan yang jelas.

2) Sumber pengambilan gambar

Menurut Karyadi, B. (2017, hlm. 12-13), cahaya merupakan unsur yang paling penting, karena dalam fotografi, cahaya berasal dari cahaya alami (matahari dan cahaya buatan (petir, lilin, lampu, lampion, dll)). Ada beberapa cara untuk mengambil foto, antara lain:

a) *Front Light*

Pencahayaan ini menciptakan efek foto yang relatif tak terhitung jumlahnya yang mengurangi tekstur subjek/objek yang difoto dan membuat subjek/objek terlihat datar.

b) *Top Light*

Di bagian ini ada efek dramatis, subjek tidak sepenuhnya terpisah dari latar belakang dan hanya ada sedikit bayangan.

c) *Back Light*

*Backlighting* atau lampu latar menciptakan efek siluet atau cahaya tepi atau objek yang dikelilingi oleh cahaya di sekitar objek.

d) *Side Light*

Pencahayaan ini menciptakan efek yang menonjolkan permukaan dan bentuk objek fotografi, pencahayaan

samping menciptakan kesan tiga dimensi dan objek fotografi menonjol dari latar belakang.

e) *Base Light*

Lampu utama biasanya digunakan sebagai lampu pengisi untuk mengurangi kontras lampu utama.

3) Fungsi dan Tujuan Fotografi

Menurut Harsanto (2019, hlm. 16-19), Fotografi memiliki 3 tujuan:

a) Dokumentasi

Tujuan fotografi dokumenter adalah untuk mengabadikan suatu peristiwa di masa lalu dan masa kini. Kekuatan warna foto merupakan faktor penting untuk fungsi dokumen.

b) Periklanan

Fotografi promosi berhubungan dengan iklan karena memberikan bukti identitas perusahaan yang kuat dan memiliki bukti yang kuat. Fotografi periklanan memiliki gambar yang sederhana namun komunikatif yang mudah dipahami.

c) Jurnalistik

Fotografi jurnalistik bertujuan untuk melaporkan suatu peristiwa sosial yang sesuai dengan keadaan sebenarnya dan dilakukan tanpa manipulasi.

## 2.2 Media Informasi

Media informasi mampu menyebarkan informasi kepada masyarakat. Penyebarluasan informasi ditujukan kepada masyarakat agar mereka dapat memperoleh sumber informasi maupun pengetahuan baru dari sumber yang mereka terima. Menurut Karg dan Breasel (2021), masyarakat dapat menggunakan media untuk meningkatkan kesadarannya. Selain itu, ada beberapa media yang membantu khalayak memahami informasi yaitu radio, televisi, surat kabar, rekaman audio,

buku elektronik dan video. Media informasi dapat digunakan untuk mendapatkan pengetahuan baru, hal ini diterima oleh Rejeki (2019) melalui buku literasi media informasi dan *citizenship*, media informasi melalui teknologi digital merupakan cara komunikasi yang efektif salah satu medianya adalah media sosial. Mendapatkan informasi dan belajar tentang budaya dapat dilakukan melalui jaringan *online* karena mereka dapat berbagi pengalaman dengan masyarakat melalui cerita.

### **2.2.1 Media Sosial**

Penulis dalam perancangan ini menggunakan media sosial *Instagram* sebagai media utama perancangan. Menurut Chris Brogan (2010), media sosial didefinisikan sebagai sarana komunikasi dalam bentuk media *online* yang memungkinkan interaksi yang sebelumnya tidak dapat diakses oleh orang biasa. Nasrullah (2015) menyatakan bahwa media sosial memiliki beberapa karakteristik yaitu jaringan, informasi, arsip, interaksi, simulasi sosial dan konten buatan pengguna. Keunggulan media sosial adalah *user generate content* dimana konten tersebut diproduksi oleh pengguna sebagai lawan dari media yang masih dipengaruhi oleh jurnalis dan media sosial dapat memastikan bahwa informasi tersimpan dan dapat diakses setiap saat di perangkat apapun.

Andreas M Kaplan dan Michael Haenlein (2010), mengelompokkan jenis media sosial berdasarkan penggunaannya sebagai dasar klasifikasi. Kaplan dan Haenlein mempresentasikan karakteristik mereka sebagai berikut:

- 1) Fungsi pertama, situs web proyek komunitas, pengguna platform ini memiliki hak untuk mengubah, menambah, dan bahkan menghapus konten yang terdapat di situs web.
- 2) Fungsi kedua, *blog* dan *microblog*, pengguna memiliki hak untuk mengekspresikan pendapat mereka secara bebas tentang subjek tersebut.

- 3) Fungsi ketiga, konten adalah media menjadi platform dimana penggunanya dapat berbagi dan menambahkan konten multimedia seperti teks, foto, video dan lainnya langsung di platform tersebut.
- 4) Fungsi keempat, jejaring sosial memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan pengguna lain dengan mendaftarkan informasi pribadi, grup atau sosial untuk terhubung dan juga tersedia untuk pengguna terdaftar lainnya.

Selain memiliki karakteristik, media sosial memiliki beberapa fungsi yang juga didasarkan pada cara penggunaannya dan manfaat bagi kehidupan masyarakat umum. Tenia (2017) mengelompokkan fungsi media sosial menjadi lima bagian, yaitu:

**1) Mengakses sebuah informasi**

Menggunakan media sosial sebagai alat untuk mendapatkan informasi baru atau memperbarui informasi yang sudah diketahui.

**2) Komunikasi daring**

Media sosial digunakan sebagai sarana komunikasi antara individu atau kelompok orang dengan menggunakan media sosial yang sama.

**3) Penggerak masyarakat**

Media sosial digunakan sebagai alat untuk menyampaikan pesan yang ditujukan langsung kepada sekelompok orang. Umumnya ini adalah pesan yang berharga secara sosial, tetapi banyak perusahaan tidak menggunakan media sosial sebagai penggerak komunitas bisnis.

**4) Untuk berbagi**

Media sosial dapat digunakan sebagai sarana kegiatan bakti sosial.

**5) Hiburan**

Fungsi media sosial sebagai hiburan yang dimaksud adalah penggunaan media sosial yang biasanya digunakan pengguna untuk bersenang-senang di waktu senggang.

## 2.2.2 Instagram

*Instagram* merupakan aplikasi *smartphone* berbasis gambar yang memungkinkan pengguna mengambil foto atau video dan menerapkan *filter* untuk membagikannya di berbagai layanan *virtual online*, termasuk di *Instagram* itu sendiri. Aplikasi *Instagram* dirilis pada 6 Oktober 2010, dan sementara difokuskan pada platform *smartphone* belum bisa diakses melalui komputer. Nama *Instagram* berasal dari kata “instan” dan “telegram”, dimana foto yang diambil dan dilihat di aplikasi *Instagram* bersifat instan dan informasi dapat dikirimkan dengan cepat, mirip dengan telegram (Dan Frommer, 2010).

*Instagram* dapat menjangkau generasi muda dengan cara yang lebih menarik bagi khalayak dibandingkan dengan layanan jejaring sosial lainnya. Telah dilaporkan bahwa anak muda sekarang menghabiskan lebih banyak waktu di *instagram* daripada di *facebook* (salomon, 2013). Mungkin karena pengguna ponsel muda sangat termotivasi untuk mengambil gambar di ponsel mereka dan segera membaginya dengan orang lain (Abbottetal, 2013). Berbagi gambar bukan hanya kata-kata membuat komunikasi dengan teman dan kelompok pengguna yang lebih besar dengan minat yang sama menjadi lebih ideal, nyaman, dan menarik (Bakhshietal, 2013).

Dalam aplikasi *instagram* terdapat beberapa fitur, dalam perancangan media informasi ini penulis menggunakan dua fitur di *instagram*, yaitu *instagram feeds* dan *instagram reels*.

### 1) *Instagram feeds*

Fitur ini digunakan untuk foto dan video. Pengguna dapat membagikan foto dan video mereka melalui fitur *feed instagram*. Fitur ini memiliki informasi ukuran yang dapat disesuaikan dengan pengguna ketika ingin mengunduh sesuatu.

Jenis Feeds	Rasio ukuran gambar	Resolusi
<i>Square photo</i>	1:1	1080 x 1080 px
<i>Landscape photo</i>	1,91:1	1080 x 608 px

<i>Portrait photo</i>	4:5	1080 x 1350 px
<i>Square video</i>	1:1	1080 x 1080 px
<i>Landscape video</i>	1,91:1	1080 x 608 px
<i>Potrait video</i>	4:5	1080 x 1920 px

Tabel 1-0-1 Ukuran dan resolusi Instagram feed

Sumber: Metta (2022)

## 2) *Instagram reels*

Fitur ini digunakan untuk mengunggah video berdurasi 60—90 detik dengan fitur tambahan seperti music, komentar, dan efek. Fitur *instagram reels* bisa muncul di halaman *explore* jika akun yang mengunggahnya memungkinkan untuk dilihat oleh publik. Tujuannya adalah untuk memberikan kesempatan kepada produser konten untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

Jenis Reels	Rasio ukuran gambar	Resolusi
<i>Potrait video</i>	9:16	1080 x 1920 px

Tabel 1-0-2 Ukuran dan resolusi Instagram reels

Sumber: Metta (2022)

## 2.3 *Sugar Glider*

*Sugar glider* atau nama latinnya *Petaurus Breviceps* merupakan hewan yang sangat lucu dan unik, hewan ini endemik di daerah Papua dan Australia, hewan ini merupakan hewan kecil yang berjenis marsupial karena memiliki kantong untuk menampung anaknya. Hewan ini disebut *sugar glider* karena kegemarannya dengan makanan manis dan memiliki kemampuan untuk meluncur dari tempat tinggi.



Gambar 2.12 *Sugar Glider*

Sumber: animals.sandiegozoo.org (2023)

### 2.3.1 Deskripsi Fisik

*Sugar glider* memiliki ukuran tubuh yang kecil, memiliki kepala yang panjang dan tubuh sekitar 120—350mm, panjang ekor 150—480mm, kaki belakang 60mm dengan berat tubuhnya 50—150gram (Pasatta, 1999). Hewan ini memiliki bulu berwarna abu-abu atau coklat kemerahan. Terdapat garis hitam di bagian tengah kepala yang memanjang dari atas hingga belakang punggungnya, matanya hitam dan bulat yang mampu melihat pada malam hari, hewan ini memiliki pendengaran yang peka terhadap suara seperti kelelawar (McKinnon, 1992).

*Sugar glider* memiliki selaput kulit yang memanjang dari bagian luar kaki pergelangan kaki depan ke belakang yang dapat dibentangkan. *Sugar glider* betina memiliki kantung di bagian bawah tubuhnya (Pasatta, 1999). *Sugar glider* memiliki 5 jari bercakar tajam yang digunakan untuk mencari makan. Gigi bawah panjang dan melengkung untuk membantu saat memakan serangga. (Smith, 1973).

### 2.3.2 Persebaran dan Habitat

Pasatta (1999) menyebutkan bahwa *sugar glider* memiliki sebaran berbagai habitat di utara dan timur Australia dan Tasmania, Papua, Kepulauan Bismarck, Kepulauan Louisiade, Kepulauan Halmahera dan Maluku Utara. Hewan ini terletak pada ketinggian 3.000 m dpl. Mereka membangun sarang di pohon kayu putih di wilayahnya. Di Papua dan sekitarnya, hewan ini biasa ditemukan di hutan dan perkebunan kelapa. Hewan hutan ini hidup di pepohonan, mereka hidup berkoloni yang terdiri dari 6—10ekor dengan betina yang lebih banyak dari jantan pada setiap koloni (Smith, 1973).

### 2.3.3 Makanan *Sugar Glider*

Secara umum, 75% diet *sugar glider* harus terdiri dari berbagai macam buah dan sayuran serta 25% protein. Seperti namanya, mereka cenderung menyukai buah dan sayuran yang manis. Mereka juga sangat menyukai suguhan yang termasuk kedalam diet mereka. Berikut adalah beberapa contoh buah, sayuran, protein dan suguhan untuk *sugar glider*:

1. Buah dan Sayuran

Apel, apricot, alpukat, pisang, buah beri, blewah, wortel, ceri, jagung manis, kurma, buah ara, anggur, melon, manga, jeruk, pepaya, pir, nanas, ubi jalar, plum dan kismis.

2. Protein

Daging (potongan kecil daging kalkun, ayam, dll tanpa lemak yang dimasak tanpa tambahan bumbu atau saus), telur rebus, yogurt, tahu dan selai kacang.

3. Suguhan

Serangga hidup (jangkrik, ulat bambu, cacing tanah, dll tinggi lemak).

*Sugar glider* bisa menjadi pemilih makanan sehingga mereka tidak selalu mendapatkan semua nutrisi yang mereka butuhkan. Karena itu, disarankan untuk menambahkan suplemen, seperti multivitamin reptil atau suplemen kalsium ke dalam makanan mereka. Pemelihara *sugar glider* harus selalu menyediakan air segar untuk menjaga *sugar glider* tetap terhidrasi (vetcare pet hospital, 2023).

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA