

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Desain Komunikasi Visual

Menurut Baldwin & Roberts (2019) komunikasi visual beroperasi dengan cara-cara yang berbeda yakni secara teori komunikasi yang saling bersaing, bertentangan, atau saling menguatkan. Visual komunikasi memiliki dua bagian yaitu yang pertama berasal dari teknologi informasi yang dimana sebuah idenya terlihat pesannya dari A dan B, lalu yang kedua secara linguistik, melihat komunikasi secara banyak arti dengan berbeda subjek tergantung dengan faktor yang berbeda. Desain komunikasi visual merujuk kepada proses pembuatan, metode perancangan, ataupun disiplin ilmu yang digunakan untuk mendesain (Pangestu & Patriansyah, 2019).

2.1.1 Tipografi

Tipografi menurut Landa (2010), tipografi adalah desain bentuk huruf dan penataannya dalam ruang dua dimensi serta dalam ruang dan waktu. Tipografi juga memiliki jenis ukuran, jenis anatomi, format *font* dan juga tipe klasifikasinya.

2.1.1.1 *Typeface*

Typeface atau jenis huruf adalah kumpulan karakter tunggal dengan gaya visual seragam yang menyatukan. Yang diciptakan oleh karakteristik visual gaya ini adalah kekhasannya setelah dimodifikasi (Landa, 2010).

1. *Serif*

Font ini disebut mudah untuk dibaca karena kebanyakan rancangannya ditemukan pada artikel, novel, majalah, dan koran (Easil, 2024). Bentuk dari *font* tersebut juga memiliki bagian goresan dekoratif pada hurufnya.



Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg

Serif

Gambar 2.1 Contoh *Font Serif*

Sumber: https://assets-global.website-files.com/63a9fb94e473f36dbe99c1b1/651bc87979a4ae211717918b_yYZ0jaxgQ1qujfeHTU9L.jpeg, (2024)

2. *Sans Serif*

Font ini ditandai dengan tidak adanya serif, diperkenalkan pada awal abad kesembilan belas; contohnya adalah *Futura*, *Helvetica*, dan *Univers*. Subkategori jenis huruf *Sans serif* antara lain *Grotesque*, *Humanist*, *Geometric*, dan lain-lain.



Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg

Sans Serif

Gambar 2.2 Contoh *Font Sans Serif*

Sumber: https://assets-global.website-files.com/63a9fb94e473f36dbe99c1b1/651bc87979a4ae211717918b_yYZ0jaxgQ1qujfeHTU9L.jpeg, (2024)

3. *Slab Serif*

Font yang bercirikan serif yang berat dan mirip lempengan, diperkenalkan pada awal abad kesembilan belas; subkategorinya adalah *Egyptian* dan *Clarendon*.



Slab Serif

TYPOGRAPHY SERIES

Gambar 2.3 Contoh *Font Slab Serif*

Sumber:

https://static.wixstatic.com/media/3dafa0_f57c50b27e8548239ee944e6bdbabd8f~mv2.jpg/v1/fill/w_866,h_488,al_c,lg_1,q_85,enc_auto/3dafa0_f57c50b27e8548239ee944e6bdbabd8f~mv2.jpg

4. *Blackletter*

Font ini didasarkan pada bentuk huruf manuskrip abad pertengahan abad ketiga belas hingga kelima belas; mereka juga disebut gotik. Karakteristik blackletter mencakup bobot garutan yang berat dan huruf yang padat dengan sedikit lengkungan. Alkitab Gutenberg dicetak dengan jenis huruf Textura, gaya blackletter. Contoh lainnya termasuk Rotunda, Schwabacher, dan Fraktur

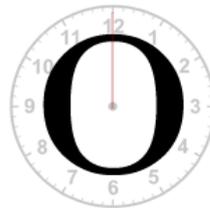


Gambar 2.4 Contoh *Font Blackletter*

Sumber: <https://jakerainis.com/wp-content/uploads/2019/12/blackletter-variations.png>

5. *Transitional*

Font yang berasal dari abad kedelapan belas, mewakili transisi dari gaya lama ke modern. Contohnya adalah *Baskerville*, *Century*, dan *ITC Zapf International*.



TRANSITIONAL
Baskerville

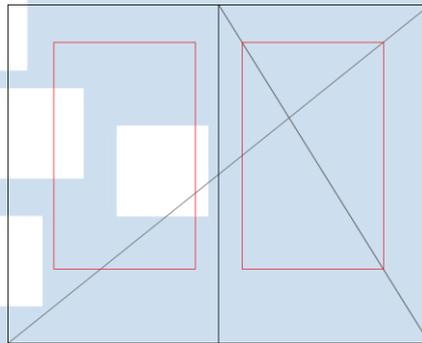
Gambar 2.5 Contoh *Font Transitional*

Sumber: <https://ilovetypography.com/img/2008/01/stress.gif>

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

2.1.2 Grid

Sebuah elemen desain yang terdiri dari vertikal dan horizontal yang membagi format menjadi kolom dan *margin*. Fungsi elemen ini adalah membantu mengatur teks dan gambar (Landa, 2010).



Gambar 2.6 Contoh Grid

Sumber: https://s3-us-west-2.amazonaws.com/courses-images/wp-content/uploads/sites/2782/2017/12/04183543/1000px-Golden_section_page_Tschichold.svg.png

2.1.2.1 Types of Grid

1. Single-column Grid

Grid format ini termasuk halaman yang terdiri dari satu kolom teks yang dikelilingi oleh *margin*. Struktur bingkai proporsional yang mengelilingi materi tekstual dan visual dibentuk oleh *margin*.



Gambar 2.7 Contoh struktur dari *single column grid*

Sumber: <https://public-images.interaction-design.org/literature/articles/materials/5eow9i8z24ncqX81Zy4bZj0p4SaL28Q4x4cWcXNy.gif>

2. *Modular Grid*

Grid ini terdiri dari modul-modul yang merupakan unit-unit terpisah yang dibentuk oleh gabungan garis aliran dan kolom baik dibagi menjadi modul terpisah atau dirangkai menjadi zona.



Gambar 2.8 Contoh struktur dari *modular grid*
Sumber: https://bst.icons8.com/wp-content/themes/icons8/app/uploads/2017/08/site_grid_pin.png (2024)

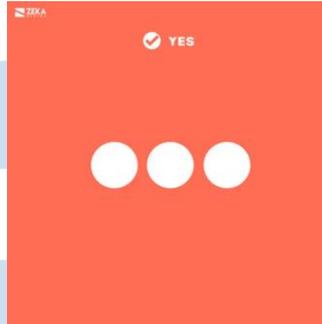
2.1.3 *Layout & Composition*

Landa (2019) menjelaskan bahwa *Layout & Composition* merupakan sebuah bentuk, keseluruhan properti dan struktur spasial yang dihasilkan dari visualisasi dan penataan elemen grafis—jenis dan gambar—dalam hubungannya satu sama lain dan dengan format, yang diciptakan dengan maksud untuk mengkomunikasikan secara visual, menarik, dan ekspresif.

2.1.3.1 *5 Basic Principles of Layout*

1. *Proximity*

Sebuah elemen yang didekatkan secara bersamaan untuk membuat sebuah karya desain jauh lebih dimengerti mau itu serba tulisan ataupun elemen yang lebih ke arah visual.

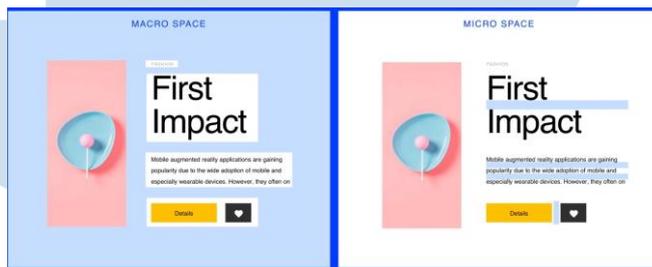


Gambar 2.9 Contoh dari *proximity*

Sumber: <https://i2.wp.com/www.zekagraphic.com/wp-content/uploads/2021/03/Proximity-Visual-Hierarchy-Principles-in-Graphic-Design.jpg?w=1600&ssl=1>

2. *Whitespace*

Sebuah ruang dalam desain yang dapat membatasi bagian-bagian yang berbeda dalam suatu desain.



Gambar 2.10 Contoh dari *whitespace*

Sumber: https://uxspot.io/images/1_Sdmp6BLIdI84n3SEPHvFIQ.webp

3. *Contrast*

Sebuah unsur desain yang warna, bentuk, ataupun ukurannya berbeda dengan yang lainnya dan berfungsi untuk menarik perhatian para pembaca.



Gambar 2.11 Contoh dari *contrast*

Sumber: <https://www.yurishwedoff.com/using-contrast-to-create-visual-impact-in-graphic-design/> (2023)

4. *Hierarchy*

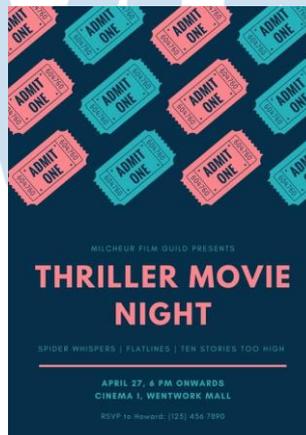
Sebuah teknik visual untuk menunjukkan mulai darimana informasi yang disampaikan dalam sebuah desain.



Gambar 2.12 Contoh dari *hierarchy*
Sumber: <https://assets-global.website-files.com/>

5. *Repetition*

Sebuah unsur desain dimana desainnya sendiri wajib memiliki tampilan yang konsisten seperti mengambil elemen yang sama untuk diulang.



Gambar 2.13 Contoh dari *repetition*
Sumber: <https://thewebsitearchitect.com/wp-content/uploads/2020/11/multiple-ticket-icons-graphic.jpg>, (2020)

2.1.4 Color

Warna menurut Landa (2019), merupakan sebuah elemen yang tergolong provokatif dengan bantuan sebuah cahaya. Sebagian cahaya yang mengenai suatu benda dapat diserap sedangkan sisanya dipantulkan. Hal ini disimpulkan bahwa warna yang terpantul diketahui sebagai warna subtraktif.

2.1.4.1 Elements of Color

1. Hue

Termasuk nama suatu warna yaitu merah atau hijau, biru atau oranye. Dalam suhu, *Hue* termasuk warna yang dianggap terlihat sebagai warna yang dipersepsikan. Sebagai contoh, *warm tone* yang warnanya merah, oranye, dan kuning sedangkan *cool tone* yang warnanya biru, hijau, dan ungu.



Gambar 2.14 Hue color

Sumber:

<https://giggster.com/guide/static/fed42130c194b0c240a4ec10408adf97/8282f/hsl-cover-2.png>

2. Value

Komponen warna ini termasuk sebuah ukuran gelap atau terangnya warna seperti merah gelap atau biru terang. Dalam desain grafis, nilai massa yang terpakai seperti tipe blok, paragraph, atau kolom mengambil kualitas nada abu-abu.



Gambar 2.15 value of color

Sumber:

<https://giggster.com/guide/static/fed42130c194b0c240a4ec10408adf97/8282f/hsl-cover-2.png>

3. Saturation

Sinonim dari komponen ini adalah *Chroma*. Komponen warna ini adalah gelap atau kusamnya warna.



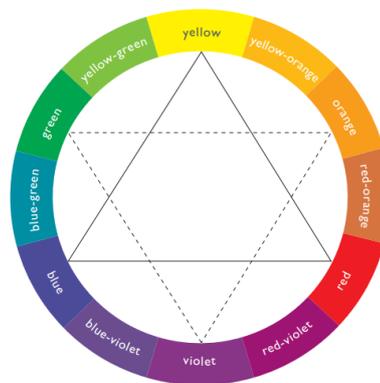
Gambar 2.16 saturation atau chroma

Sumber:

<https://giggster.com/guide/static/fed42130c194b0c240a4ec10408adf97/8282f/hsl-cover-2.png>

2.1.4.2 Color Theory

Dalam teori warna, Landa (2019) mengungkapkan bahwa Tiga warna primer (merah, biru, dan kuning) pada roda warna dihubungkan oleh segitiga sama sisi yang bertuliskan, yang menunjukkan kelompok warna dasar dan hubungannya. Warna sekunder pada pigmen (oranye, hijau, dan ungu) merupakan campuran dari warna primer. Mereka memiliki kontras warna yang lebih sedikit dibandingkan kelompok primer karena mereka adalah campuran.



Gambar 2.17 Color Wheel

Sumber: *Graphic Design Solutions* oleh Robin Landa (2019)

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

2.1.4.3 *Color Schemes*

1. *Monochromatic*

Palet *monochromatic* dapat berkontribusi pada kesatuan dan keseimbangan visualisasi dan komposisi.

2. *Analogous*

Skema warna ini membantu membangun kesatuan dan ketenangan, seperti skema *monochromatic*, namun lebih beragam.

3. *Complementary*

Warna komplementer didasarkan pada hubungan antara dua warna berlawanan pada roda warna pigmen. Warna-warna yang berlawanan ini cenderung bergetar secara visual dan dapat mengekspresikan ketegangan atau kegembiraan melalui kontrasnya yang kuat.

4. *Split Complementary*

Skema warna mencakup tiga *hue*: satu warna ditambah dua warna yang berdekatan dengan pelengkapannya pada roda warna. Sifat getar komplemen terpisah adalah kontras tinggi namun agak lebih tersebar dibandingkan komplemen dan kurang dramatis dibandingkan skema warna komplementer namun tetap intens secara visual.

5. *Triadic*

Skema warna triadik mencakup tiga warna yang berada pada jarak yang sama satu sama lain pada roda warna. Kelompok triadik dasar adalah primer dan sekunder.

6. *Tetradic*

Skema warna tetradik terdiri dari empat warna dalam komplemen ganda.

7. *Cool*

Warna *cool* adalah *hue* dari warna biru, hijau, dan ungu yang terletak kira-kira di separuh kiri roda warna pigmen. Jika suatu komposisi didasarkan pada palet warna yang sejuk, komposisi tersebut akan terasa tersinkronisasi.

8. *Warm*

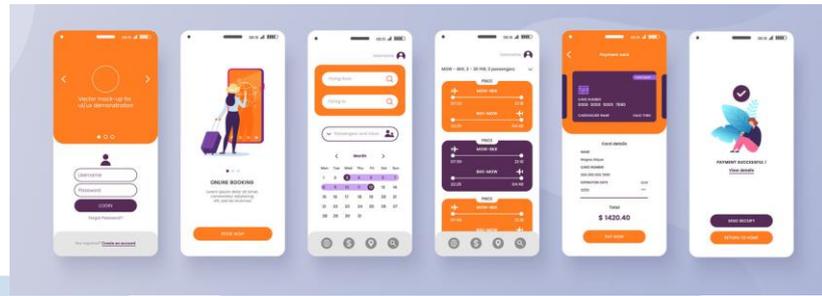
Warna *warm* adalah *hue* dari warna merah, oranye, dan kuning yang terletak kira-kira di separuh kanan roda warna. Saat digunakan jika digabungkan, warna-warna hangat terlihat serasi dan lebih mudah diseimbangkan dibandingkan kombinasi palet hangat/sejuk.

2.1.5 *UI/UX*

2.1.5.1 *User Interface*

User Interface (UI) menurut Sharma & Tiwari (2021) adalah sebuah *asset* untuk membantu *user* atau pengguna dalam berinteraksi pada layar komputer. Contohnya jika seorang pengguna sedang berbelanja secara *online*, pada fitur yang ada terdapat beberapa tombol seperti *add to cart* atau *buy now* yang dapat pengguna interaksi secara langsung.

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 2.18 *User Interface*

Sumber: <https://s3.gomedia.us/wp-content/uploads/2022/09/go-media-user-interface-design-mobile-1920x686.jpg>

2.1.5.2 *User Experience*

User Experience (UX) menurut Sharma & Tiwari (2021) adalah sebuah pertukaran informasi antara pengguna dan pelayanan organisasi dari suatu aplikasi dalam pembahasan mengenai masukan. Seperti contoh jika ada pihak organisasi yang mengajak pengguna untuk melakukan *user testing* kepada aplikasinya yang dibuat, maka pengguna bisa mengetahui letak kesalahan dan *technical error*nya ada pada bagian mana lalu memberi sebuah masukan yang berbeda mulai dari menambahkan sebuah komponen tambahan ataupun fitur terbaru.



Gambar 2.19 *User Experience*

Sumber: <https://usabilitygeek.com/wp-content/uploads/2013/07/user-experience-areas.jpg>

2.2 Ilustrasi

Male (2014) menyimpulkan bahwa ilustrasi berperan sebagai media identitas dan persuasi. Ilustrasi biasanya berkaitan dengan dunia periklanan yang paling ditentukan dalam bentuk ilustrasi yang terarah. Dalam ilustrasi secara umum ada lima kategori kontekstual: Informasi, Komentar, Fiksi Naratif, Persuasi, dan Identitas.



Gambar 2.20 Ilustrasi Perang oleh Viking

Sumber: *Illustration: A Theoretical & Contextual Perspective* oleh Alan Male (2014)

2.2.1 Jenis-jenis Ilustrasi

1. Ilustrasi Naturalis

Jenis ilustrasi yang merupakan suatu gambar yang mempunyai warna dan bentuk yang sama tanpa adanya penambahan maupun pengurangan di gambar tersebut.



Gambar 2.21 Ilustrasi Naturalis

Sumber:

https://cdn.domestika.org/c_fit,dpr_1.0,f_auto,q_80,t_base_params,w_610/v1618919417/content-items/%25CC%2581n%2520naturalista-original.jpg

2. Ilustrasi Dekoratif

Jenis ilustrasi yang mempunyai fungsi untuk menghiasi sesuatu dengan bentuk yang disederhanakan.



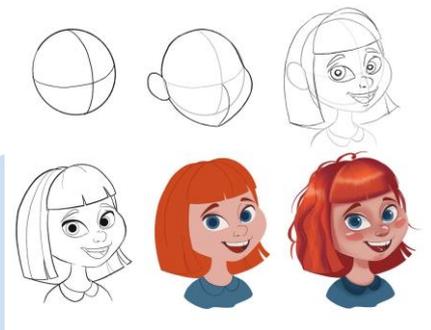
Gambar 2.22 Ilustrasi Dekoratif

Sumber:

<https://cdn.dribbble.com/users/3311637/screenshots/11371767/media/c1d3e97e5c81dc88f2a0d0439db3d66e.png?resize=1000x750&vertical=center>

3. Ilustrasi Kartun

Jenis ilustrasi yang memiliki ciri khas tertentu seperti gambar yang digunakan untuk menghiasi gambar-gambar yang bercerita seperti komik, majalah, buku cerita anak-anak.



Gambar 2.23 Ilustrasi Kartun

Sumber: https://static.tildacdn.one/tild3033-3936-4135-a636-373463656263/photo_2022-05-26_181.jpeg

2.2.2 Proses Konseptual Ilustrasi

Konseptual ilustrasi yang dijabarkan oleh Males (2014) dalam pemahaman kognitif yang akurat dan komprehensif tentang aspek-aspek topik yang diteliti dan dikumpulkan dengan baik menentukan kapan harus mulai memecahkan masalah komunikasi visual. Masalahnya mungkin terletak pada

merancang dan mengilustrasikan segala sesuatu untuk kebutuhan gambar dan media yang berbeda.

2.3 Kampanye

Dalam sebuah kampanye menurut Rice & Atkin (2009), kampanye yang efektif dalam memberi pengaruh kesehatan dan prososial adalah kampanye publik komunikasi. Dalam merancang sebuah kampanye tersebut membutuhkan sebuah desain dan diimplementasikannya secara efektif seperti rencana strategi secara pragmatis dan juga menciptakan pesan yang sesuai dengan hukum media kampanye yang efektif.



Gambar 2.24 Ilustrasi Kampanye

Sumber: https://gdb.voanews.com/17A30CB1-AFD5-47BB-8EE3-EB88E8C0230D_w1200_r1.jpg

Dalam sebuah kampanye menurut Rice & Atkin (2009), kampanye yang efektif dalam memberi pengaruh kesehatan dan prososial adalah kampanye publik komunikasi. Dalam merancang sebuah kampanye tersebut membutuhkan sebuah desain dan diimplementasikannya secara efektif seperti rencana strategi secara pragmatis dan juga menciptakan pesan yang sesuai dengan hukum media kampanye yang efektif.

2.3.1 Jenis-jenis Kampanye Teoritis

Dalam Matriks Komunikasi-Persuasi klasik atau model input-output menurut Rice & Atkins (2009), variabel input komunikasi mencakup sumber, pesan, saluran, dan audiens; faktor-faktor ini, yang merupakan inti dari sebagian besar model komunikasi.

2.3.1.1 *Output Process*

Proses ini menempatkan tanggapan khalayak terhadap rangsangan kampanye sebagai proses melalui tahap dasar pemaparan dan pemrosesan sebelum efek dapat dicapai pada tingkat pembelajaran, hasil, dan perilaku.

2.3.1.2 *Exposure*

Eksposur mencakup penerimaan pesan secara sederhana dan tingkat perhatian terhadap isinya. Pemrosesan mencakup pemahaman mental, argumen pro dan kontra, persepsi interpretatif, serta koneksi kognitif dan reaksi emosional yang dihasilkan oleh pesan kampanye.

2.3.1.3 *Learning*

Learning terdiri dari perolehan informasi, pembangkitan kognisi terkait, pembentukan citra, dan perolehan keterampilan. Mengalah mencakup perolehan dan perubahan sikap, keyakinan, dan nilai-nilai.

2.3.2 *Komunikasi Persuasif*

Dalam komunikasi persuasif, yang menjanjikan dapat dengan mudah dibagi menjadi lima kelas: sumber, pesan, saluran, khalayak, dengan suatu tujuan yaitu, siapa mengatakan apa, melalui media apa, kepada siapa, mengenai topik apa.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.4 *Interactive Graphic Novel*

Dalam metodologi *interactive graphic novel*, Ayer (2014) berpendapat bahwa *interactive graphic novel* masih baru dan relatif belum diteliti. Dengan penelitian lewat analisis konten tersebut, ada sebanyak 5 kategori yang ditentukan implikasinya mengenai pernyataan tersebut yakni: *Narrative Structure*, *Level of Interactivity*, *Rich Media Features*, dan *Lenght*.



Gambar 2.25 Cerita interaktif *Florence* buatan developer Mountains
Sumber: <https://stanforddaily.com/wp-content/uploads/2023/03/Florence-3-2.png>

2.4.1 *Kategori Interactive Graphic Novel*

1. *Narrative Structure*

Narasi dari *Interactive Graphic Novel* bisa berbentuk secara linier dan non-linier. Cerita linier terdiri dari alur yang tetap yang tidak dapat diubah, sedangkan non-linier mengacu pada alur yang dapat diubah.

2. *Level of Interactivity*

Pada tahapan interaktivitasnya, ada 3 macam yang dipertimbangkan: tingkat rendah, tingkat menengah, dan tingkat tinggi. Tingkat rendah mengharuskan pengguna dengan cukup klik atau *scroll* konten *interactive graphic novel* tersebut. Untuk tingkat menengah, diklasifikasikan adanya kemampuan *zoom*. Lalu, tingkat yang tinggi tergolong dapat memberikan pengguna kemampuan untuk mengubah hasil struktur non-linear.

3. *Rich Media Features*

Kategori ini merujuk pada cara berbagai media yang disajikan seperti contoh *pop-up* yang dimana kontennya muncul secara otomatis pada titik tertentu, *animation* yang grafiknya bergerak, *audio* pada latar belakang dan audio yang telah diatur waktunya, *video* yang dapat diklik dan menunjukkan konten tambahan, dan ilustrasi.

4. *Length*

Tergantung dari panjang, sedang, atau pendeknya durasi dari *interactive graphic novel* tersebut biasanya membutuhkan waktu kurang dari satu sampai dua menit untuk diselesaikan atau lebih dari itu.

2.5 *Gaming Addiction*

Game addiction, atau kecanduan game adalah sebuah kecanduan pada permainan yang pada umumnya bersifat digital. Kemudahan teknologi juga berperan besar dalam kemudahan dan cepatnya persebaran game yang bisa digapai dimanapun dan kapanpun. Game addition sendiri sudah terhitung sebagai salah satu jenis gangguan mental, yang dikategorikan atau disamakan dengan adiksi obat-obatan dan adiksi judi. Ketiga kategori tersebut memiliki dampak atau ciri-ciri yang sama, yaitu adanya peningkatan dopamine atau reward system dalam otak yang membuat orang tersebut terus menginginkan hal tersebut lagi dan lagi (Mohammad et al, 2023).

2.5.1 **Penyebab**

Hampir sama dengan adiksi yang lain, ada tingkatan-tingkatan seberapa parahnya kondisi adiksi tersebut. Pada tingkat awal disarankan untuk membatasi atau mengurangi paparan game. Jika sudah tidak bisa membatasi diri, maka sudah dapat dikategorikan sebagai tingkatan yang parah. (Mohammad, et al 2023).

2.5.2 Pencegahan

Dalam tingkatan ini disarankan untuk melakukan konsultasi dengan psikolog dan melakukan terapi intensif. Sama dengan adiksi lain, seringkali pihak yang bersangkutan tidak menyadari bahwa dirinya memiliki kecanduan. Sehingga keluarga atau orang sekitar juga menjadi pihak utama yang dapat menolong dan mengingatkan pihak yang berkecanduan (Mohammad, et al 2023).

2.4.3 Peran Orang Tua

Peran orang tua dalam keluarga sangat penting bagi anak karena peran orang tua dapat mempengaruhi perilaku anak (Mu'awwanah, Supena, 2021). Orang tua dapat melakukan hal-hal yang dapat membantu dalam mengembangkan diri anak mereka, yakni memberikan sebuah dukungan dan penghargaan ketika melakukan sebuah prestasi yang baik, membentuk pola komunikasi secara dialogis, menciptakan kebiasaan baik yang dicontohkan oleh anak, dan juga memahami karakteristik awal pada anak (Susanti, 2023).

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA