

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Media Informasi**

Media informasi merupakan sebuah sarana yang digunakan dalam upaya menyampaikan sebuah informasi yang ditujukan kepada khalayak luas. Media informasi ini mencakup berbagai cara dan teknologi untuk menyampaikan suatu berita, data, hiburan, atau bentuk-bentuk informasi yang lain. Media informasi ini berperan penting bagi masyarakat dalam menyebarkan pengetahuan, ide, ataupun pendapat.

AIGA dalam Landa (2014) juga menambahkan bahwa penyusunan media informasi membutuhkan keterampilan tinggi dalam mengolah data yang banyak dan rumit sehingga informasi menjadi mudah diakses bagi masyarakat luas. Penyusunan media informasi yang jelas, aksesibel, dan bermanfaat ini menjadi tugas dari seorang desainer grafis (Landa, 2014, hlm. 4).

##### **2.1.1 Dasar Perancangan Buku**

Buku mengemas serangkaian halaman cetak yang berisikan pengetahuan. Buku menyebarkan pengetahuan tersebut kepada khalayak umum (Haslam, 2006). Perancangan sebuah buku merupakan sebuah seni. Dalam merancang sebuah buku, perlu direncanakan ukurannya, desain sampulnya, hingga pemilihan kertas dan jilid. Perancangan sebuah buku berkaitan dengan produksi dan manufaktur (Lupton, 2008).

##### **2.1.1.1 Elemen Desain Grafis**

Berdasarkan Bambang Trim (2012) Jenis-jenis buku dibagi ke dalam 11 macam yaitu:

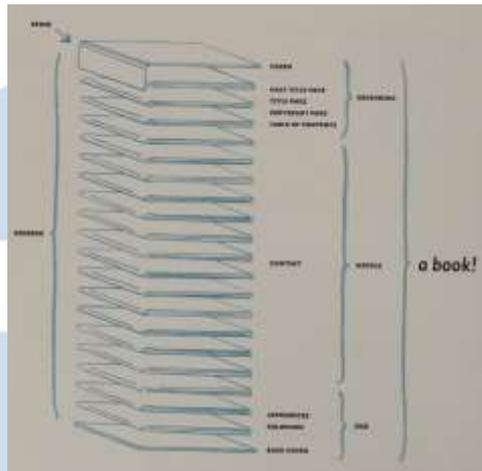
1. Novel, jenis buku yang merupakan tulisan fiksi atau tidak nyata dengan struktur yang cukup kompleks.
2. Ensiklopedia, jenis buku yang berisi tentang ilmu-ilmu pengetahuan dan tersusun sesuai kategori tertentu.

3. Antologi, merupakan buku kompilasi dari karya-karya yang sejenis seperti puisi, esai, atau cerpen.
4. Biografi dan autografi, buku yang berisi perjalanan hidup seseorang.
5. Jurnal, buku yang berisikan catatan harian atau keseharian seseorang.
6. Buku panduan, berisi kiat-kiat dalam melakukan sesuatu.
7. Buku Fotografi, merupakan buku yang berisi hasil karya fotografi.
8. Atlas, buku yang berisi kumpulan peta.
9. Komik, buku yang berisi cerita dengan ilustrasi yang tersusun dalam panel-panel yang menggambarkan cerita tersebut.
10. Dongdeng, buku dengan kisah fiksi yang memiliki nilai moral dan mendidik.
11. Cergam, buku yang berisi cerita dengan ilustrasi yang menggambarkan cerita tersebut, menyerupai komik.

#### **2.1.1.2 Anatomi Buku**

Anatomi sebuah buku terdiri dari komponen awal, komponen tengah dan komponen akhir. Komponen-komponen ini dilapisi oleh sampul pada bagian depan dan belakang. Komponen buku kemudian disatukan pada bagian samping yaitu *spine* menggunakan sebuah jilid (Lupton, 2008).

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

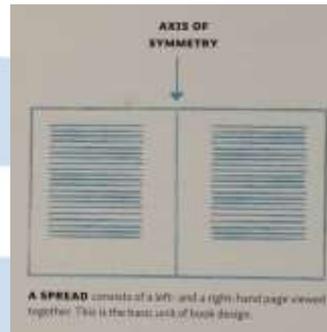


Gambar 2.1 Anatomi Buku  
Sumber: Lupton (2008)

Dalam sebuah buku, terdapat:

1. halaman and *spreads*, adalah bagian buku yang disatukan menggunakan jilid. Halaman awal dan halaman akhir adalah halaman satu-satunya yang berdiri sendiri, selain itu disebut *spread*. *Spread* adalah halaman yang terletak bersebelahan. Dalam merancang sebuah buku, buku dilihat sebagai serangkaian *spread*, bukan halaman. Dengan begitu, desainer dapat merancang buku yang setiap halamannya berkesinambungan, contohnya dalam buku bergambar, gambar bisa menyambung dari sisi kiri ke kanan. Oleh karena itu, bagian *spine* atau tengah dari *spread* harus diperhatikan supaya memotong halaman dengan tepat dan tidak mengganggu rancangan *spread* yang telah dibuat.

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



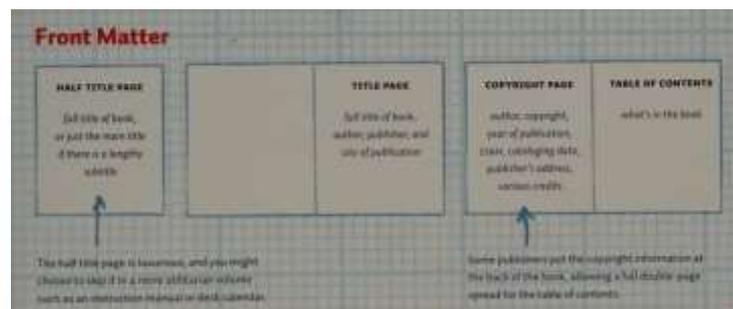
Gambar 2.2 Visualisasi *Spread*  
Sumber: Lupton (2008)

## 2. Daftar isi

Daftar isi merupakan bagian penting dari sebuah buku untuk memastikan bahwa pembaca dapat dengan mudah mencari dan menemukan konten-konten tertentu dalam buku yang dibaca.

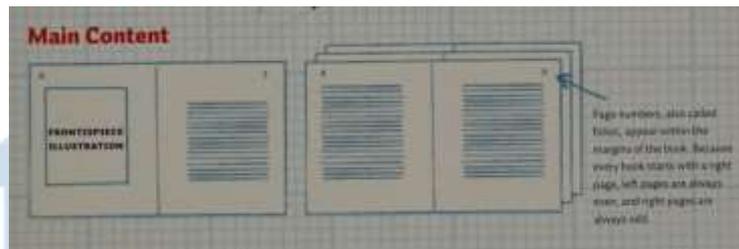
### 2.1.1.3 Komponen Buku

Bagian-bagian pada sebuah buku terdiri dari komponen awal, komponen isi, dan komponen akhir. Pada komponen awal terdapat *half title page*, *title page*, *copyright page*, dan daftar isi.



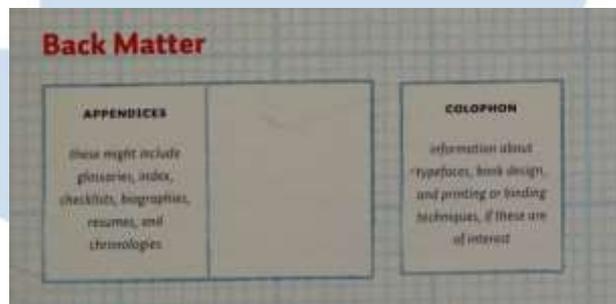
Gambar 2.3 Komponen Awal Buku  
Sumber: Lupton (2008)

Komponen isi terdiri dari tulisan atau konten buku serta halaman buku, genap di sebelah kiri dan ganjil di sebelah kanan.



Gambar 2.4 Komponen Isi Buku  
Sumber: Lupton (2008)

Komponen akhir dapat terdiri dari lampiran yang berisi glosarium, *index*, *checklist*, biografi, resume, dan kronologi. Pada komponen akhir juga terdapat colophon/tanda penerbit yang dapat berisikan informasi mengenai jenis *typeface*, desain buku, ataupun teknik cetak dan jilid.

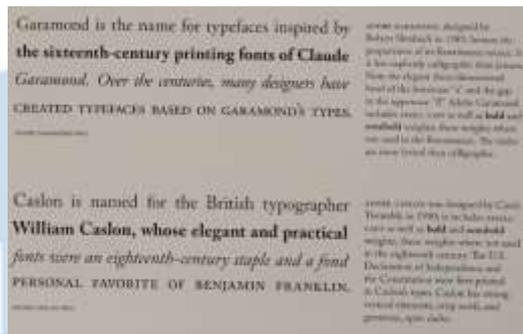


Gambar 2.5 Komponen Akhir Buku  
Sumber: Lupton (2008)

#### 2.1.1.4 Tipografi

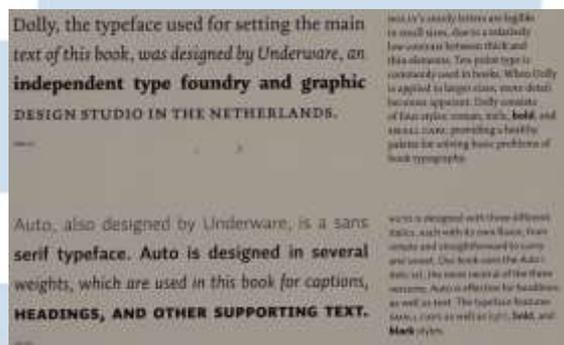
Memilih *typeface* dan menyusunnya dalam sebuah buku adalah bagian penting untuk menciptakan suasana yang mengundang dan tepat dalam buku yang dibuat (Lupton, 2008). Beberapa jenis *typeface* untuk buku berdasarkan tampilannya yaitu:

1. *Historical book faces*, banyak *typeface* yang diciptakan secara khusus untuk sebuah buku termasuk *font-font* tradisional seperti Garamond ataupun Calson yang saat ini dapat ditemukan versi digitalnya serta dirancang sedemikian rupa supaya tetap menjaga dan menampilkan sejarah mereka.



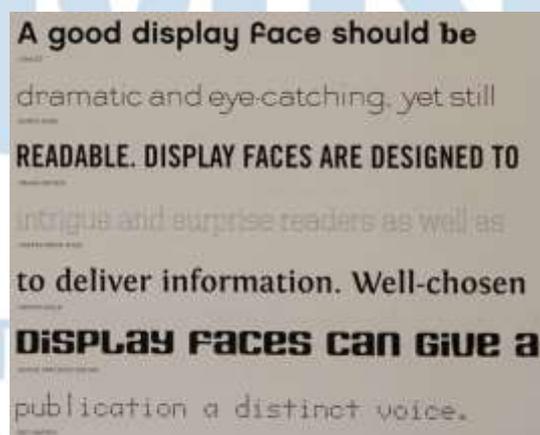
Gambar 2.6 *Historical Book Faces*  
Sumber: Lupton (2008)

2. *Contemporary book faces*, Dolly dan Auto merupakan contoh *typeface* kontemporer.



Gambar 2.7 *Contemporary Book Faces*  
Sumber: Lupton (2008)

3. *Display Faces*, cocok untuk bagian-bagian *highlight* seperti judul, *headline*, ataupun logo yang menggunakan sedikit kata-kata. Jenis *typeface* ini bertujuan untuk membumbui tulisan supaya lebih menarik.



Gambar 2.8 *Display Faces*  
Sumber: Lupton (2008)

### 2.1.1.5 Perancangan Sampul

Sampul secara tidak langsung menjadi bagian promosi dari buku yang dipasarkan. Sampul harus terlihat menarik ketika dipajang di toko buku, begitu pula ketika ditampilkan menjadi gambar kecil pada situs-situs *online* (Lupton, 2008). Dalam merancang sampul, mirip dengan proses perancangan desain pada umumnya, yaitu dilakukan melalui langkah-langkah berikut:

1. Mendefinisikan masalah, memahami apa yang ingin disampaikan dari buku yang dibuat dan apa yang ingin di ekspresikan pada sampulnya.
2. Melakukan penelitian, mencari referensi dari buku-buku sejenis dan memahami strategi desain sampul mereka.
3. *Brainstorming*, tulis dan gali berbagai macam ide seluas-luasnya.
4. Analisis prioritas, perhatikan ide mana yang paling cocok dengan buku yang dibuat, mana yang paling terjangkau untuk diproduksi, perhatikan lagi pilihan-pilihan yang ada yang sesuai dengan sumber daya yang dimiliki.
5. Mencoba merancang, mengimplementasikan desain yang sudah direncanakan menjadi desain yang sebenarnya menggunakan ilustrasi, fotografi, dan lainnya, serta memastikan kualitas dari aset-aset yang digunakan.
6. Evaluasi, menunjukkan desain yang sudah dibuat dan meminta masukan dari pengguna atau target audiens. Pastikan apakah dari desain yang dibuat, tulisan terbaca, pesan atau *tone of voice* mudah dipahami, dan apakah desain yang dibuat sesuai dengan audiens yang dituju.

Dalam merancang sampul, ada bagian-bagian buku lain yang berkaitan dengan sampul seperti:

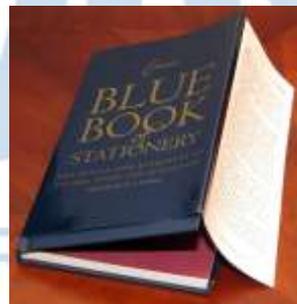
1. *Endpaper*, merupakan selembar kertas yang ditempelkan pada bagian dalam sampul *hard cover* hingga lembar pertama buku. *Endpaper* dapat dirancang menggunakan desain yang sesuai dengan isi buku seperti pola atau warna untuk membentuk sebuah suasana bagi pembaca. Pada sampul *soft cover*, efek serupa *endpaper* dapat diciptakan dengan mencetak warna atau pola pada bagian dalam sampul.



Gambar 2.9 *Endpaper*

Sumber: <https://handbookbinding.wordpress.com/tag/book-anatomy/>

2. *Dust jacket*, bertujuan untuk melindungi buku dari kerusakan dan robek. *Dust jacket* juga dapat dirancang untuk mempromosikan buku dan sebagai media ekspresi tambahan.



Gambar 2.10 *Dust Jacket* pada Buku

Sumber: [https://en.wikipedia.org/wiki/Dust\\_jacket](https://en.wikipedia.org/wiki/Dust_jacket)

## 2.1.2 Produksi dan Manufaktur Buku

Cara dasar yang dapat dilakukan dalam memproduksi sebuah buku adalah dengan percetakan dan buatan tangan (Lupton, 2008).

### 2.1.2.1. Percetakan

Jenis-jenis teknik percetakan berdasarkan Lupton (2008) meliputi:

1. Fotokopi, merupakan teknik paling cepat dan paling murah untuk menghasilkan salinan gambar dan tulisan. Namun, untuk salinan yang lebih dari ratusan cetak, offset atau digital printing justru lebih murah.



Gambar 2.11 Fotokopi

Sumber: <https://umkm.kompas.com/read/2023/08/24/164702583/kiat-sukses-menjalani-bisnis-fotokopi?page=all>

2. *Ink jet* atau *color laser*, merupakan teknik cetak yang biasa dilakukan menggunakan printer rumahan. Teknik ini tidak murah untuk salinan yang banyak namun dapat dilakukan untuk mencetak dengan jumlah sedikit.



Gambar 2.12 Printer Rumahan

Sumber: <https://plazait.co.id/product/printer-hp-color-laser-150nw-4zb95a/>

3. *Letterpress*, merupakan teknik standar untuk percetakan komesil pada jaman dahulu, namun sekarang sudah jarang digunakan. Teknik ini dilakukan dengan mencetak huruf

satu persatu menggunakan stampel dan tinta. Teknik ini sekarang cenderung sulit ditemukan dan mahal.



Gambar 2.13 *Letter Press*

Sumber: <https://printworx.co.uk/letterpress-printing/>

4. *Screen print*, dilakukan dengan mencetak warna menggunakan lapisan layar yang sudah dibolongi sesuai desain yang ingin dibuat. Warna kemudian didorong menggunakan alat pendorong sehingga warna tercetak pada media cetak.



Gambar 2.14 *Screen Printing*

Sumber: <https://bauersboutique.com/blogs/news/3-hacks-on-preparing-your-artwork-for-screen-printing>

5. *Print on demand*, dicetak menggunakan toner (bukan tinta), lebih murah daripada offset printing, dan cepat. Teknik ini digunakan untuk cetak dalam jumlah yang tidak terlalu banyak karena modal cetak untuk setiap unitnya cukup mahal.
6. *Offset lithography*, merupakan teknik standar untuk percetakan komersil masa kini. Teknik ini menggunakan roller yang mencetak warna pada media cetak, hasil cetaknya konsisten dan cocok untuk jumlah banyak.

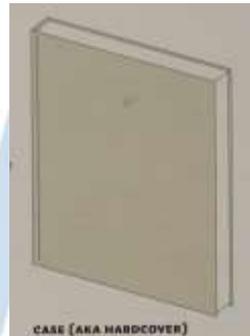


Gambar 2.15 Cetak *Offset*

Sumber: <https://pakfactory.com/blog/what-is-offset-printing/>

Setelah memutuskan teknik percetakan apa yang akan dilakukan untuk buku yang akan dibuat, perlu ditentukan pula teknik penjilidan pada hasil cetak tersebut. Berikut merupakan beberapa teknik jilid berdasarkan Lupton (2008):

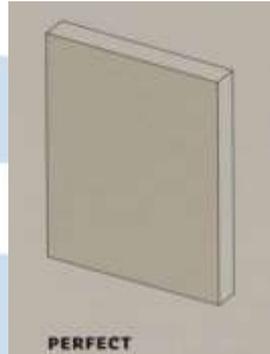
1. *Case (hard cover)*, dijilid dengan cara dijahit menggunakan benang dan dilem pada sebuah kertas linen supaya fleksibel dan kuat. Kemudian, bagian *text block* dipotong dan ditempelkan pada bagian sampul menggunakan *endpapers*. Buku dengan penjilidan *case* ini cenderung kuat dan dapat terbuka datar.



Gambar 2.16 *Case Binding*

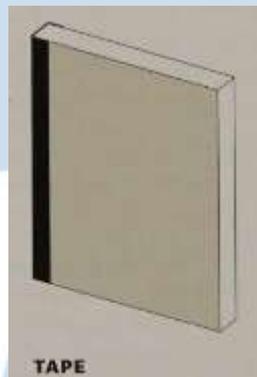
Sumber: Lupton (2008)

2. *Perfect*, lembaran dijilid menggunakan lem pada sisi jilid halaman, kemudian sampul ditempelkan mengelilingi hasil jilid tersebut. Dengan teknik ini, buku tidak bisa dibuka datar.



Gambar 2.17 *Perfect Binding*  
Sumber: Lupton (2008)

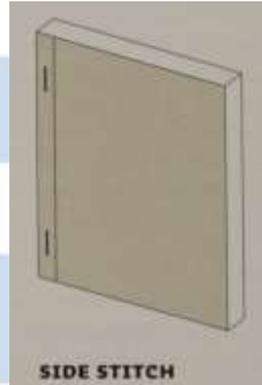
3. *Tape*, dijilid menggunakan *tape* kain dan dilem dengan lem yang diaktivasi dengan panas sehingga ketika dipanaskan, lem mencair dan menempelkan jilid tape pada lembaran buku. Jilid ini membuat buku bisa dibuka datar.



Gambar 2.18 *Tape Binding*  
Sumber: Lupton (2008)

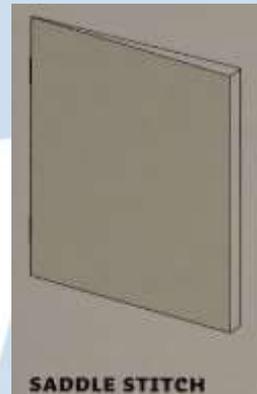
4. *Side stitch*, lembaran buku dan sampul distaples dari depan ke belakang. Hasil jilid ini membuat buku tidak bisa dibuka datar.

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 2.19 *Side Stitch Binding*  
Sumber: Lupton (2008)

5. *Saddle stitch*, sampul dan lembaran buku dilipat kemudian distaples. Karena lembaran dan sampul dilipat, buku ini tidak bisa terlalu tebal supaya tetap bisa distaples. Teknik ini membuat buku bisa dibuka datar dan cenderung murah.



Gambar 2.20 *Saddle Stitch Binding*  
Sumber: Lupton (2008)

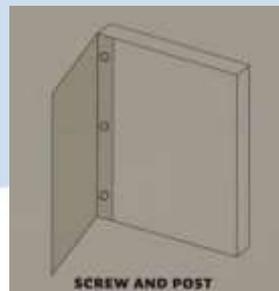
6. *Pamphlet stitch*, mirip dengan *saddle stitch* namun dijahit menggunakan benang.

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



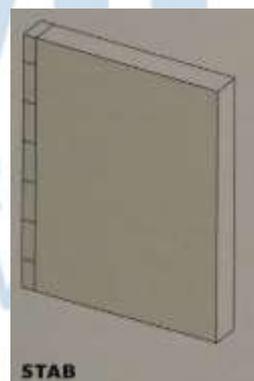
Gambar 2.21 *Pamphlet Stitch Binding*  
Sumber: Lupton (2008)

7. *Screw and post*, sampul dan lembaran buku dibor dan dijilid menggunakan sekrup. Dengan jilid ini, halaman bisa ditambahkan atau dikurangkan. Teknik ini membuat buku tidak bisa terbuka datar.



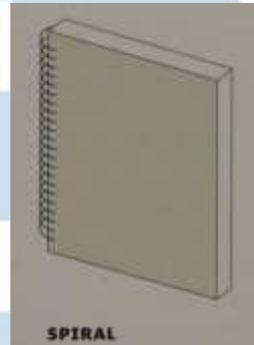
Gambar 2.22 *Screw and Post Binding*  
Sumber: Lupton (2008)

8. *Stab*, merupakan teknik jilid dari Jepang dimana buku dijilid dengan tektik jahit yang dapat terlihat pada bagian *spine* sehingga buku tidak bisa terbuka datar.



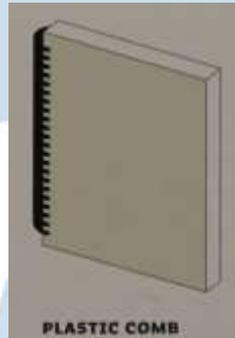
Gambar 2.23 *Stab Binding*  
Sumber: Lupton (2008)

9. *Spiral*, halaman buku dibolongkan kemudian dijilid menggunakan kawat spiral sehingga buku dapat terbuka datar.



Gambar 2.24 *Spiral Binding*  
Sumber: Lupton (2008)

10. *Plastic comb*, teknik cetak yang sangat tidak menarik secara visual, kertas dibolongkan dan diberi jilid *plastic comb*, buku tidak bisa terbuka datar.



Gambar 2.25 *Plastic Comb Binding*  
Sumber: Lupton (2008)

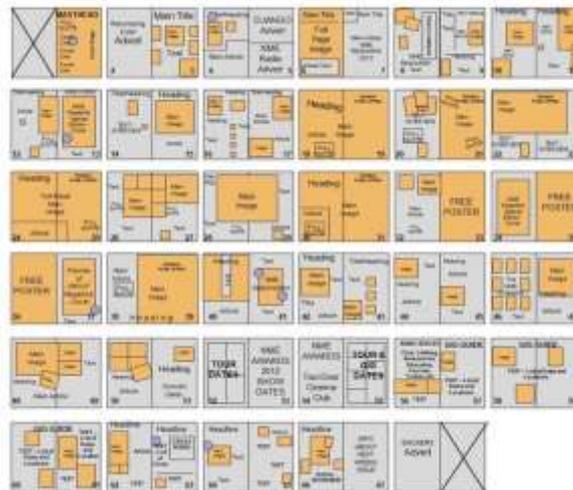
#### **2.1.2.2. Flatplan**

*Flatplan* umumnya digunakan dalam perancangan majalah untuk menunjukkan secara ringkas halaman-halaman isi sebelum diproduksi dimulai (Cook, 2021). Umumnya, *flatplan* ditampilkan pada satu lembar berisikan seluruh halaman dalam majalah. *Flatplan* berguna untuk membantu dalam membangun alur kerja yang efisien dan menghindari kebingungan, kesalahan, duplikasi, dan halaman yang bertabrakan. *Flatplan* membantu dalam melacak proses dan memeriksa ulang konten.

Front Cover	Advert (album tracklist)	Contents Page	Advert (Cosci Cota)	First Article (top ten best rappers in the game)	Second article (legends of the game: Who are they now?)	Advert (Croce) Daddy	Poster of female artist Beyonce	Poster of Lil Wayne	Interview with record label producer, Lex Luger
Advert (Carter IV advertisement)	Article about the hip hop and soul genres	Music Crossword	Interview with new upcoming hip hop talent	Biggie 30th birthday: remember him?	2pac murder case: Is he dead or alive?	Interview with hip hop legend Rev Run	Who's hot and who's not...	New wave of hip hop music	Old school vs New school?
Advert (Westerns via 26)	Poster of female hip hop artist, Nicki Minaj	Top ten greatest rappers of all time	Face 2 Face: Rakim vs KRS1	Are producers sampling too many beats?	Def Jam: how are they doing now?	Minaj debut album hits over 1 million sales	Advert (BET awards 2011)	Billboard quiz	Dray Scott vs Chris Brown
Miss B 75 years? Or out this summer?	Draper: make it turn, only with one hit?	Most anticipated rappers of the year	Cont: Ringtona etc.	Drake, First year in the game	Nicki Minaj, taken the spotlight	Jay Z, still the best rapper alive?	American labels signing UK talent	Upcoming events: Hip hop and Dance: studio in London	Rick Ross BMF tour still going strong.

Gambar 2.26 Contoh *Flatplan* Dalam Rupa Detail Tulisan  
 Sumber: <https://medium.com/@kaibrach/how-to-plan-a-print-magazine-using-a-flatplan-dae139c82a4e>

*Flatplan* dibuat dalam bentuk *spread* dengan memasukkan detail konten berupa topik baik *headline* ataupun *sub-headline* (Brach, 2015).



Gambar 2.27 Contoh *Flatplan* Dalam Rupa *Blocking Layout*  
 Sumber: <https://medium.com/@kaibrach/how-to-plan-a-print-magazine-using-a-flatplan-dae139c82a4e>

*Flatplan* juga dapat dikembangkan menjadi versi yang lebih detail dengan adanya *blocking layout* (Brach, 2015).

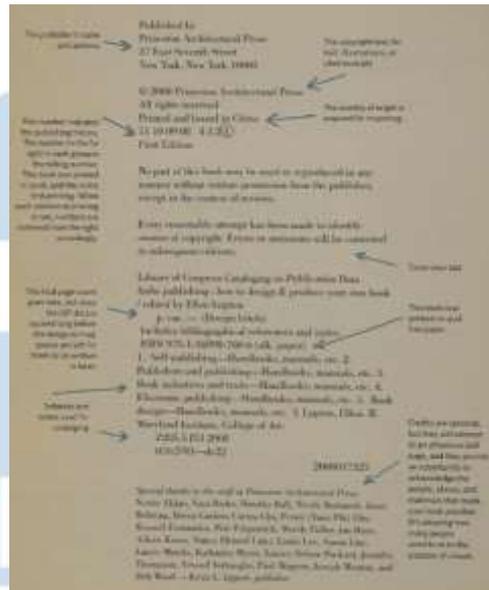


Gambar 2.28 Hasil Desain *Flatplan* Pada Tahap Tinjauan  
Sumber: <https://medium.com/@kaibrach/how-to-plan-a-print-magazine-using-a-flatplan-dae139c82a4e>

Kemudian, *flatplan* dikembangkan menjadi sebuah desain yang komprehensif dan dicetak. Desain yang sudah jadi ditampilkan dan disusun satu-persatu bersebelahan sehingga editor bisa meninjau konten mana yang sekiranya bertabrakan baik dari segi visual ataupun cerita (Brach, 2015).

### 2.1.3 Penerbitan Buku

Lupton (2008) menyampaikan bahwa penerbitan sebuah buku dapat dilakukan secara pribadi dengan distribusi informal melalui pembuatan salinan yang didistribusikan ke orang-orang terdekat. Untuk cara yang lebih resmi, pendistribusian buku perlu dilakukan kepada audiens yang lebih luas. Penerbitan buku meliputi pembuatan dan pendistribusian buku ke tempat-tempat sehingga bisa ditemui orang banyak. Informasi yang terdapat dalam buku yang diterbitkan secara resmi bertujuan supaya toko buku, perpustakaan, penerbit, dan mesin pencari mengetahui keberadaan buku tersebut. Beberapa informasi yang terdapat pada buku resmi berdasarkan buku Ellen Lupton (2008) 'Indie Publishing' adalah:



Gambar 2.29 Anatomi Halaman Hak Cipta  
Sumber: Lupton (2008)

1. ISBN

ISBN merupakan International Standard Book Number berisi tiga belas angka sebagai kode unik penerbitan yang mengidentifikasi penerbit, judul, dan asal buku secara geografis. ISBN dipergunakan dalam buku yang akan didistribusikan melalui saluran-saluran komersial. ISBN yang baru akan diperlukan ketika buku diterbitkan kembali dengan versi yang baru dan dapat diperoleh dengan melakukan registrasi melalui agensi ISBN.

2. Barcode

Barcode merepresentasikan ISBN dan informasi harga. Barcode diperlukan dalam pendistribusian melalui saluran-saluran komersial.

3. Halaman Hak Cipta

Pada halaman hak cipta terdapat informasi berupa nama penerbit dan alamatnya, klaim hak cipta, negara asal produksi pencetakan buku, angka yang menunjukkan sejarah penerbitan bukunya, jumlah halaman buku, jenis kertas yang digunakan, dan kredit.

## 2.2 Desain Grafis

Mengutip dari buku Robin Landa (2014) ‘Graphic Design Solution’, desain grafis merupakan media komunikasi untuk menyampaikan informasi atau pesan dengan bentuk visual. Desain grafis memiliki banyak fungsi dan makna yang dapat memengaruhi perilaku seseorang secara efektif dalam mengambil suatu keputusan.

### 2.2.1 Elemen Desain Grafis

Dalam membuat suatu karya visual, perlu adanya pemahaman tentang elemen-elemen desain grafis. Melalui pemahaman tentang setiap elemen desain grafis, maka kemudian elemen-elemen ini dapat digunakan ataupun dikembangkan lagi untuk menghasilkan media visual yang dapat mengkomunikasikan dan mengekspresikan sesuatu secara maksimal (Landa, 2014, hlm. 19).

#### 2.2.1.1. Warna

Warna muncul karena adanya pantulan cahaya. Warna menjadi salah satu elemen desain yang kuat dan memiliki dampak yang sangat signifikan untuk memberikan suatu gambaran dan persepsi dalam sebuah visual (hlm. 23). Memahami teori warna penting dalam menciptakan dan menggunakan warna dengan tepat untuk diaplikasikan dalam proyek-proyek seni maupun desain (hlm. 16). Untuk dapat memahami teori warna, ada beberapa kategori yang perlu dikenal yaitu (Landa, 2014, hlm. 23);

- (1) *Hue*, merupakan nama dari warna seperti merah, kuning, hijau. *Hue* juga bisa menggambarkan suhu dari suatu warna seperti warna hangat atau warna dingin.
- (2) *Value*, mengarah pada gelap—terang dari sebuah warna seperti biru muda atau biru tua.
- (3) *Saturation*, mengarah pada cerah—pucat dari sebuah warna seperti merah pucat atau merah cerah.



Gambar 2.30 Contoh Perbandingan *Hue*, *Saturation* dan *Value*  
 Sumber: <https://www.virtualartacademy.com/three-components-of-color/>

### A. Teori Warna



Gambar 2.31 *Color Wheel*  
 Sumber: Sherin (2012)

Teori warna umumnya digambarkan menggunakan roda warna atau *color wheel* yang mampu membantu dalam memilih warna ketika membuat suatu karya. *Color wheel* memuat teori-teori dasar tentang warna seperti (Sherin, 2012, Hlm. 19-21);

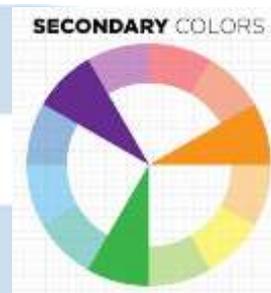
#### 1. Warna Primer



Gambar 2.32 *Color Wheel* Warna Primer  
 Sumber: <https://shop.decoart.com/blog/color-theory-basics-the-color-wheel/>

Warna primer merupakan segitiga utama yang meliputi warna-warna dasar yaitu merah, kuning, dan biru. Melalui pencampuran dari ketiga warna ini, warna-warna lain dapat dihasilkan.

## 2. Warna Sekunder



Gambar 2.33 *Color Wheel* Warna Sekunder

Sumber: <https://shop.decoart.com/blog/color-theory-basics-the-color-wheel/>

Warna sekunder yang meliputi warna hijau, jingga, dan violet adalah hasil dari pencampuran yang seimbang antara dua warna primer.

## 3. Warna Tersier



Gambar 2.34 *Color Wheel* Warna Tersier

Sumber: <https://shop.decoart.com/blog/color-theory-basics-the-color-wheel/>

Warna tersier meliputi warna kuning keorenan, oren kemerahan, merah keunguan, biru keunguan, biru kehijauan, dan kuning kehijauan adalah hasil pencampuran dua warna primer dimana salah satunya lebih banyak dibanding yang lain.

## 4. Warna Komplementer



Gambar 2.35 *Color Wheel* Warna Komplementer

Sumber: <https://shop.decoart.com/blog/color-theory-basics-the-color-wheel/>

Warna komplementer diperoleh dari warna dengan *hue* yang saling bertolak belakang, letaknya bersebrangan dalam *color wheel*. Kedua warna ini berlawanan sehingga dapat menarik perhatian dan menjadi satu kesatuan yang melengkapi.

#### 5. Warna *Split*-Komplementer

### SPLIT-COMPLEMENTARY COLORS



Gambar 2.36 *Color Wheel* Warna *Split*-Komplementer

Sumber: <https://shop.decoart.com/blog/color-theory-basics-the-color-wheel/>

Warna *Split*-Komplementer diperoleh dari kombinasi satu warna primer dan dua warna yang bersebalahan kiri dan kanan dari warna komplementernya dalam *color wheel*. Paduan ketiga warna ini menghasilkan komposisi yang lebih halus dibandingkan komposisi komplementer.

#### 6. Warna Analogus



Gambar 2.37 *Color Wheel* Warna Analogus

Sumber: <https://shop.decoart.com/blog/color-theory-basics-the-color-wheel/>

Warna analogus diperoleh dari kombinasi antara satu warna primer dan dua warna sekunder yang berada di sebelah kiri dan kanannya dalam *color wheel*. Perpaduan warna ini menghasilkan komposisi yang harmonis karena perbedaan *hue*-nya tidak terlalu signifikan.

## 7. Warna Triad



Gambar 2.38 *Color Wheel* Warna Triad

Sumber: <https://shop.decoart.com/blog/color-theory-basics-the-color-wheel/>

Warna triad diperoleh dari kombinasi tiga warna yang berjarak sama dalam *color wheel*, membentuk segitiga sama sisi.

## 8. Warna Tetrad



Gambar 2.39 *Color Wheel* Warna Tetrad

Sumber: <https://shop.decoart.com/blog/color-theory-basics-the-color-wheel/>

Warna tetrad adalah komposisi empat warna yang dibentuk dengan menggabungkan dua set warna komplementer, membentuk segi empat.

## B. Psikologi Warna

Setiap warna yang digunakan dalam berbagai desain seperti desain kemasan, desain logo, desain interior, hingga arsitektur memberikan pesan dan kesan tertentu yang berdampak kuat pada persepsi dan reaksi seseorang. Warna memberikan pesan tersirat, menjadi elemen yang sangat penting untuk memengaruhi pengambilan keputusan. Warna sendiri menjadi simbol yang tertanam dalam persepsi manusia sehingga pemilihan warna yang sesuai penting untuk menggambarkan makna yang sesuai juga (Morton, 1997).

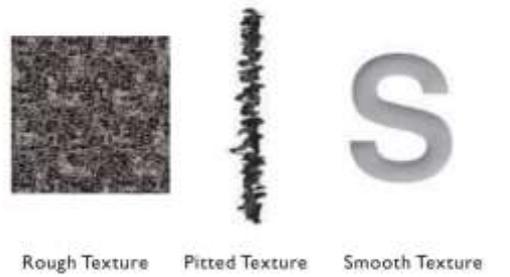
Claudia Cortes dalam jurnal ‘Mapping Emotion to Color’ yang ditulis oleh Nijdam (2009) menguraikan *color extraction* tidak hanya dari segi emosional tapi juga asosiasi yang sering muncul berkaitan dengan warna-warna tersebut sebagai berikut;

Tabel 2. 1 *Color Extraction* (Claudia Cortes)

Warna	Sifat Positif	Sifat Negatif	Emosi
Merah	Aktif, emosional	Ketersinggungan, malu	Kemarahan, cinta
Jingga	Ambisius	Melelahkan	Kebahagiaan, determinasi
Kuning	Cerah, energik	Berhati-hati	Ketakutan, kebahagiaan
Hijau	Tenang, netral	Serakah, sakit	Kepercayaan, keserakahan
Biru	Penuh kepercayaan, tradisional	Depresi	Percaya diri, kesedihan
Ungu	Jiwa kepemimpinan, pasif	Sombong, sedih	Mawas diri, melankolik

### 2.2.1.2. Tekstur

Tekstur adalah gambaran dari suatu kualitas permukaan. Tekstur dibagi menjadi dua kategori yaitu taktikal dan visual. Tekstur taktil adalah tekstur sebenarnya yang bisa dipegang dan dirasakan. Contoh dari tekstur taktil adalah ukiran, *leterpress*, *embossing* dan lainnya. Sedangkan tekstur visual adalah tekstur ilusi yang dibuat dengan cara digambar, dilukis, difoto, ataupun dipindai dari tekstur sebenarnya (Landa, 2014).



Gambar 2.40 Tekstur Visual  
Sumber: Landa (2014)

### 2.2.1.3. Pola

Pola dibentuk dari pengulangan sebuah elemen visual secara konsisten. Pola memiliki repetisi yang sistematis dan pada dasarnya tersusun dari tiga bentuk dasar yaitu titik, garis, dan *grid*.



Gambar 2.41 Contoh Pola

Sumber: <https://www.istockphoto.com/pt/vetorial/vector-seamless-pattern-modern-stylish-abstract-texture-repeating-geometric-shapes-gm923806816-253567725>

## 2.2.2 Elemen *Layout*

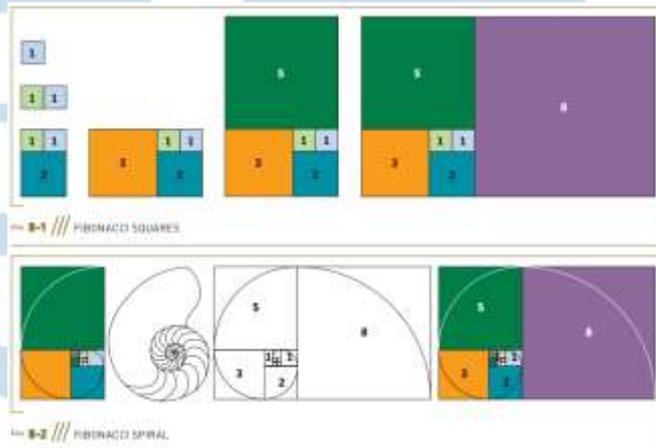
Dalam membuat suatu karya visual, perlu adanya pemahaman tentang elemen-elemen desain grafis. Melalui pemahaman tentang setiap elemen desain grafis, maka kemudian elemen-elemen ini dapat digunakan ataupun dikembangkan lagi untuk menghasilkan media visual yang dapat mengkomunikasikan dan mengekspresikan sesuatu secara maksimal (Landa, 2014, hlm. 19).

### 2.2.2.1. Proporsi

Landa (2014, hlm. 171) menjabarkan bahwa proporsi merupakan sebuah hubungan perbedaan ukuran dari sebuah bagian dengan bagian lainnya dan dengan keseluruhannya. Proporsi adalah sebuah penyusunan yang harmonis, dimana masing-masing

bagiannya berhubungan dan menyatu. Untuk menghitung dan mengukur suatu proporsi, ada beberapa teori yang dipakai seperti;

- (1) *Fibonacci Numbers*, dikemukakan oleh NLenardo of Pisa, teori ini merupakan sebuah urutan numerik dimana bilangan pada barisan berikutnya merupakan penjumlahan dari dua bilangan sebelumnya dan apabila digambarkan berupa segi empat yang terbagi-bagi dan membentuk pola menyerupai kerang.



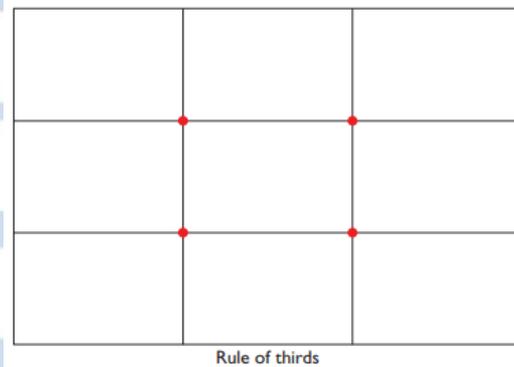
Gambar 2.42 *Fibonacci Numbers*  
Sumber: Landa (2014)

- (2) *Golden Ratio*, dianggap sebagai proporsi yang sempurna dan indah secara estetika.



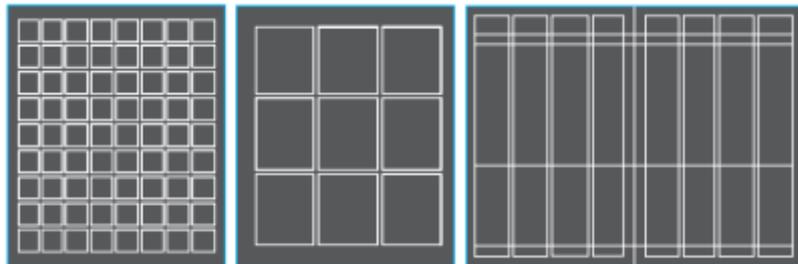
Gambar 2.43 *Golden Ratio*  
Sumber: Landa (2014)

- (3) *Rule of Thirds*, merupakan komposisi asimetris yang banyak digunakan oleh para seniman, fotografer, dan desainer untuk menciptakan focal point dan visual yang seimbang.



Gambar 2.44 *Rule of Thirds*  
Sumber: Landa (2014)

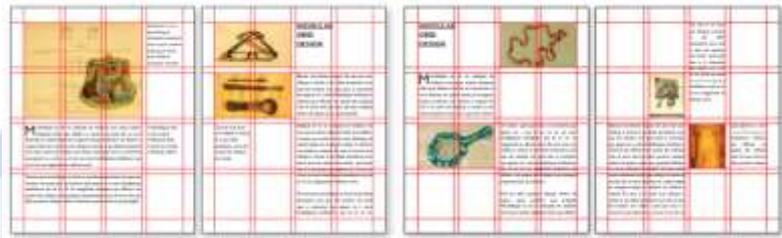
- (4) *Modularity*, format *grid* yang membantu memecah-mecah bagian menjadi lebih kecil sehingga mempermudah penyusunan elemen visual dan menjaga kesatuan sebuah desain.



Gambar 2.45 *Modularity*  
Sumber: Landa (2014)

- (5) *Chunking*, teknik yang membagi elemen-elemen visual dalam suatu kategori bingkah sehingga informasi lebih mudah untuk dicerna. Teknik ini berhubungan dengan modularity.

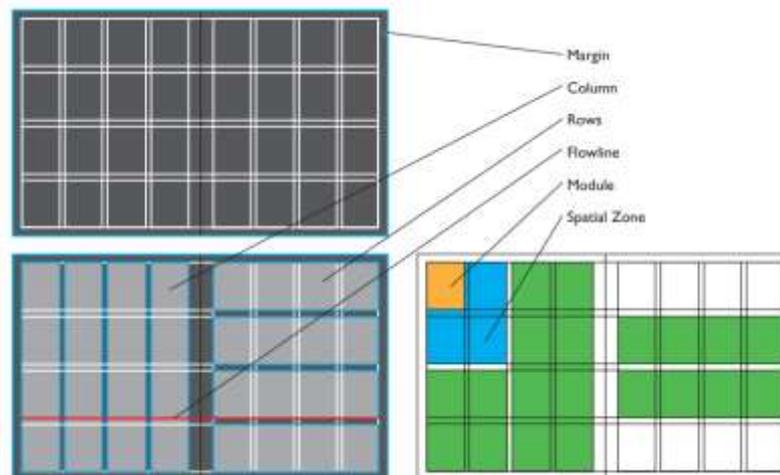
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 2.46 *Grid* Modular dan *Chunking*  
 Sumber: Landa (2014)

### 2.2.2.2. Grid

*Grid* merupakan garis bantu secara vertikal dan horizontal yang membentuk kolom dan margin. *Grid* menjadi struktur dasar dalam penyusunan buku, majalah, *website*, dan banyak lainnya. Melalui *grid*, gambar dan tulisan dapat terorganisasi sehingga informasi dapat dengan mudah dicerna oleh pembaca. *Grid* menciptakan visual yang berkesinambungan dan menyatu sepanjang seluruh desain dari awal hingga akhir (Landa, 2014, hlm. 175).



Gambar 2.47 *Grid*  
 Sumber: Landa (2014)

### 2.2.2.3. Format

Format adalah sebuah bidang atau area batasan suatu desain. Desainer grafis juga sering menggunakan istilah ini untuk tipe proyek desain seperti poster, iklan digital, *website landing page*, dan lainnya. Format juga merujuk pada sistem bidang yang akan dipergunakan termasuk ukuran, material, dan kebutuhannya. Format-format tertentu

seperti ukuran layar ponsel atau kertas biasanya sudah memiliki aturannya sendiri, tetapi hal ini juga bisa diatur sesuai dengan kebutuhan ataupun kreativitas dari desainer (Landa, 2014, hal.29).



Gambar 2.48 Format Media Berdasarkan *Aspect Ratio*  
Sumber: Landa (2014)

#### 2.2.2.1. Keseimbangan

Keseimbangan dalam desain tercipta dari penyusunan atau pendistribusian elemen visual yang merata di suatu komposisi. Desain yang seimbang menciptakan harmoni yang berpengaruh kepada stabilitas komunikasi dengan audiens. Dalam memahami keseimbangan, seseorang perlu memahami faktor-faktor yang memengaruhinya: berat visual, posisi, dan penyusunan. Keseimbangan dapat dicapai melalui berbagai susunan peletakan seperti simetris, asimetris, dan radial (Landa, 2014, hlm. 31).

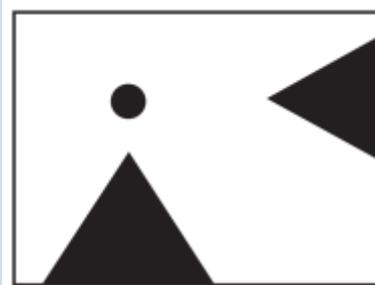
- (1) Simetris merujuk kepada distribusi merata beban visual yang sama, mencerminkan jumlah elemen visual yang sama di setiap sisinya dari sumbu tengah bidang.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



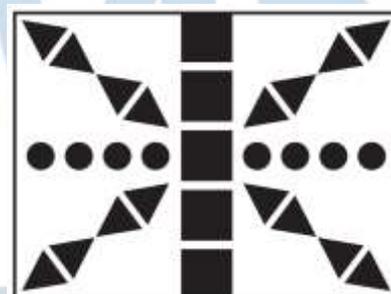
Gambar 2.49 Contoh Keseimbangan Simetris  
Sumber: Landa (2014)

- (2) Asimetris merujuk pada distribusi merata beban visual yang berbeda, tidak saling mencerminkan jumlah elemen visual yang sama di setiap sisinya dari sumbu tengah bidang.



Gambar 2.50 Contoh Keseimbangan Asimetris  
Sumber: Landa (2014)

- (3) Radial merujuk pada distribusi yang simetris yang terbentuk melalui kombinasi antara komposisi simetris yang horizontal dan vertikal, membentuk pola melingkar.



Gambar 2.51 Contoh Keseimbangan Radial  
Sumber: Landa (2014)

#### 2.2.2.4. Hierarki Visual

Hierarki visual adalah prinsip desain utama yang perlu diimplementasikan untuk menciptakan desain yang komunikatif.

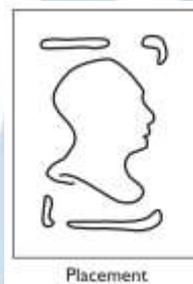
Hierarki visual bertujuan untuk mengorganisasikan informasi dan memandu audiens sesuai dengan penekanan (*emphasis*). Penekanan sendiri merupakan sebuah sistem penyusunan elemen visual berdasarkan pada tingkat prioritas dimana ada elemen yang lebih dominan (*superordinate*), dan yang kurang dominan (*subordinate*). Penekanan dikategorikan sebagai berikut (Landa, 2014, hlm. 33—35);

- (1) *Emphasis by isolation*, dengan mengisolasi sebuah bentuk dapat menciptakan fokus terhadap bentuk tersebut.



Gambar 2.52 Visualisasi *Emphasis by Isolation*  
Sumber: Landa (2014)

- (2) *Emphasis by placement*, dengan menempatkan suatu elemen di area tertentu yang secara naluri/alami sering dilihat mata seperti pojok kiri atas, latar depan, dan tengah, dapat meningkatkan perhatian dari audiens.



Gambar 2.53 Visualisasi *Emphasis by Placement*  
Sumber: Landa (2014)

- (3) *Emphasis through scale*, dengan mengatur ukuran suatu elemen visual baik menjadi lebih besar ataupun lebih kecil dari elemen-elemen lainnya dapat meningkatkan penekanan.



Gambar 2.54 Visualisasi *Emphasis Through Scale*  
Sumber: Landa (2014)

- (4) *Emphasis through contrast*, dengan memberikan kontras baik dari segi warna, gelap dan terang, dan tekstur pada suatu elemen visual dapat meningkatkan penekanan.



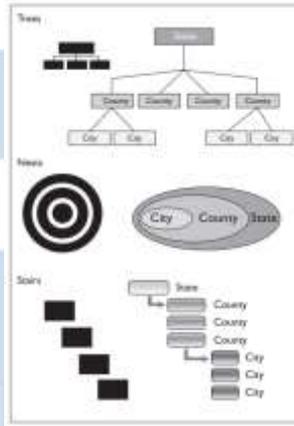
Gambar 2.55 Visualisasi *Emphasis Through Contrast*  
Sumber: Landa (2014)

- (5) *Emphasis through direction and pointers*, memberikan penekanan dengan menggunakan petunjuk arah untuk memandu arah pandang audiens.



Gambar 2.56 Visualisasi *Emphasis Through Direction and Pointers*  
Sumber: Landa (2014)

- (6) *Emphasis through diagrammatic structures*, dengan struktur dari besar ke kecil atau dari paling dominan hingga tidak dominan disusun dari atas ke bawah atau luar ke dalam membentuk diagram yang menunjukkan skala prioritas.



Gambar 2.57 Visualisasi *Emphasis Through Diagrammatic Structures*  
 Sumber: Landa (2014)

### 2.2.2.5. Margin

Landa (2014, hal. 143) menjelaskan bahwa margin merupakan batas tepian, area kosong pada setiap lembar desain baik digital ataupun cetak. Margin bertujuan untuk membingkai elemen visual di dalamnya.

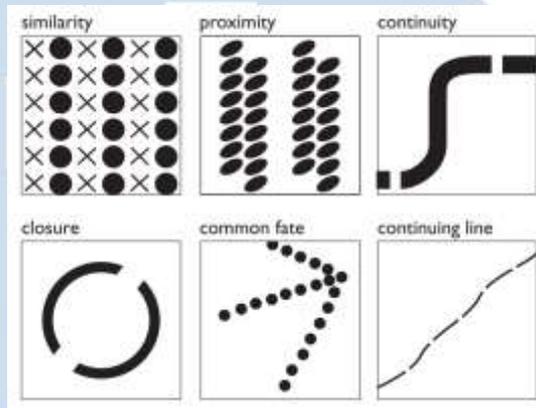


Gambar 2.58 Margin  
 Sumber: Landa (2014)

### 2.2.2.6. Kesatuan

Gabungan elemen-elemen grafis terkesan menyatu dan saling berhubungan satu sama lain menciptakan kesatuan. Otak manusia secara alami mempersepsikan suatu hal menyeluruh menjadi satu kesatuan dengan mengelompokkan elemen-elemen visual berdasarkan lokasi, orientasi, kemiripan, bentuk, dan warna seperti yang diuraikan

dalam teori *gestalt*. Berdasarkan Landa (2014, hal. 36) ada enam *Law of Perceptual Organization* yaitu *similarity*, *proximity*, *continuity*, *closure*, *common fate*, dan *continuing line*.

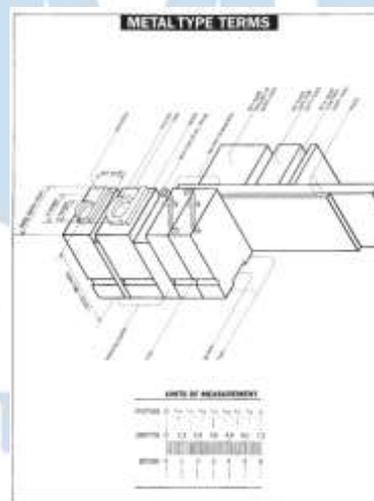


Gambar 2.59 Visualisasi *Law of Perceptual Organization*  
Sumber: Landa (2014)

### 2.2.3 Tipografi

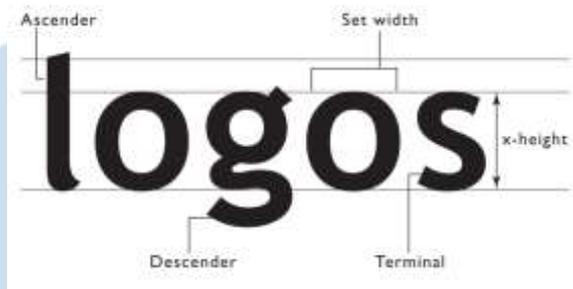
*Typeface* merupakan desain karakter yang konsisten secara visual pada setiap karakternya dan apabila mendapatkan modifikasi, karakteristik visual tersebut masih terlihat. Sebuah *typeface* mencakup huruf, angka, simbol, tanda, tanda baca, dan aksen. Ada dua elemen yang membentuk sebuah *typeface* dalam tipografi yaitu (Landa, 2014, hlm. 44);

- (1) *Type Measurement*, diukur dengan *point* untuk tinggi badan karakter dan *pica* untuk lebar badan karakter.



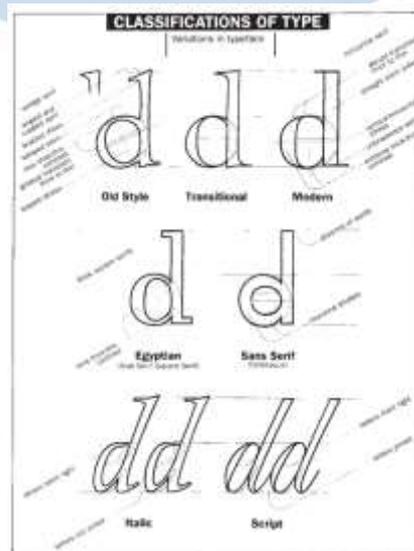
Gambar 2.60 *Type Measurement*  
Sumber: Landa (2014)

(2) Type Anatomy, karakteristik keunikan suatu *typeface*.



Gambar 2.61 *Type Anatomy*  
Sumber: Landa (2014)

Saat ini, sudah ada banyak dan beragam *typeface* yang diciptakan. *Typeface-typeface* tersebut masuk ke dalam klasifikasi umum berdasarkan gaya ataupun sejarahnya, beberapa klasifikasi tersebut adalah *old style* atau *humanist*, *transational*, modern, *sans serif*, *slab serif*, *blackletter*, *script*, dan *display*. Setiap klasifikasi memiliki nilai budaya atau sejarahnya tersendiri yang menginspirasi atau memengaruhi pembuatan *typeface* hingga saat ini (Landa, 2014, hlm. 47).



Gambar 2.62 Klasifikasi Tipografi  
Sumber: Landa (2014)

### 2.2.3.1. *Alignment*

*Alignment* atau penyelarasan adalah peletakan sebuah teks.

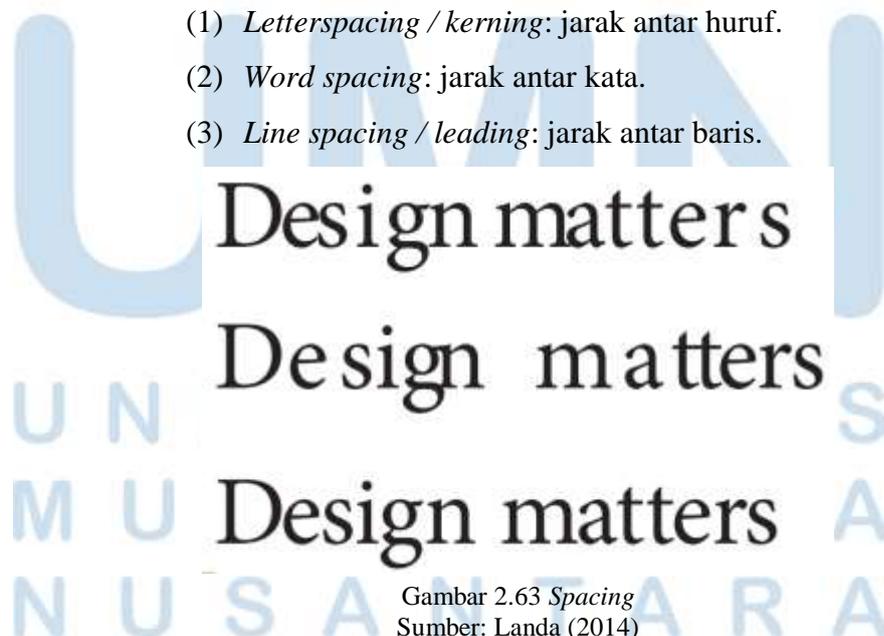
Enam jenis *alignment* diantaranya adalah (Landa, 2014, hlm. 57);

- (1) *Left-aligned*: teks rata kiri, dimana teks sejajar di sebelah kiri namun tidak di sebelah kanan.
- (2) *Right-aligned*: teks rata kanan, dimana teks sejajar di sebelah kanan namun tidak di sebelah kiri.
- (3) *Justified*: teks rata kiri dan kanan.
- (4) *Centered*: teks rata tengah, dimana teks tidak sejajar di kiri ataupun kanan.
- (5) *Runaround*: teks membungkus sebuah foto atau gambar, biasa disebut text wrap.
- (6) *Asymmetrical*: teks terusun secara asimetris namun tetap seimbang.

#### 2.2.3.2. *Spacing*

*Spacing* merupakan jarak yang terdapat diantara huruf, kata, dan baris yang bertujuan untuk mempermudah keterbacaan untuk tetap membuat pembaca tertarik terhadap tulisan yang dimuat. Landa (2014, hlm. 58) menyampaikan bahwa *spacing* membuat transisi antar huruf, kata, baris, paragraf, hingga halaman, menjadi nyaman. Beberapa istilah dalam *spacing* adalah;

- (1) *Letterspacing / kerning*: jarak antar huruf.
- (2) *Word spacing*: jarak antar kata.
- (3) *Line spacing / leading*: jarak antar baris.



Gambar 2.63 *Spacing*  
Sumber: Landa (2014)

## 2.2.4 Konsepsi Perancangan

Dalam melakukan perancangan grafis, ada beberapa hal yang perlu dilakukan dalam tahapan konsepsi sehingga perancangan dapat terarah dengan baik dan memiliki arah yang jelas. Beberapa hal yang perlu ditentukan sebagai konsep dalam perancangan antara lain adalah *big idea*, *tone of voice*, dan *persona*.

### 2.2.4.1 *Big idea*

Santilli (2022) dalam artikelnya yang ditulis untuk Forbes menyampaikan bahwa *big idea* menjadi sebuah peta jalan dalam membangun cerita dan keterlibatan konsumen dengan sebuah *brand*. Dengan eksekusi yang tepat, *big idea* dapat mengenai sasaran dengan tepat, terkoneksi dengan konsumen, dan menciptakan *brand loyalty*. Berikut merupakan hal-hal yang perlu dimiliki sebuah *big idea* untuk mencapai kesuksesan (Santilli, 2022).

#### 1. Terkoneksi dengan kebudayaan

Santilli (2022) menyampaikan bahwa melalui sebuah penelitian “*The Impact of Culture*” pada tahun 2019 dikatakan keterlibatan suatu *brand* dalam sebuah budaya menyumbang 25% keputusan pembelian. *Brand* yang memiliki keterlibatan atau relevansi dengan sebuah budaya akan dengan lebih mudah terkoneksi dengan konsumen. *Big idea*-nya adalah bagaimana *brand* menginspirasi dan melibatkan konsumen.

#### 2. Berkomitmen untuk melakukan hal baik

71% konsumen di Amerika percaya bahwa *brand* memiliki tanggungjawab untuk memprioritaskan komunitas, karyawan, dan lingkungan, dibandingkan keuntungan perusahaan. Oleh karena itu, penting bagi *brand* untuk memiliki nilai yang mengutamakan kesejahteraan bersama

untuk hal-hal di sekitar mereka dan untuk kepentingan dunia.

### 3. Menjadi unik

*Brand-brand* yang sukses adalah *brand* yang memiliki *big idea* yang mengarah pada keunikan *brand* tersebut. Gartner Survey dalam Santilli (2022) mengatakan bahwa 62% konsumen percaya kalau *brand* hanya perlu mengekspresikan dan mendukung isu yang sejalan dengan nilai-nilai *brand* tersebut. Selain itu, 45% konsumen menyampaikan bahwa *brand* hanya perlu menunjukkan posisi mereka pada isu-isu yang secara langsung berkaitan pada *brand*, produk, atau jasa yang mereka tawarkan.

### 4. Didasari oleh pesan *brand* yang kuat

Ketika *big idea* yang dimiliki unik, maka akan mudah dalam mengembangkan pesan atau narasi untuk *brand* tersebut. Pesan *brand* saat ini berpusat pada penyampaian cerita yang kuat yang membedakan *brand* dengan *brand* lainnya. Selain itu, pesan harus mudah dipahami, inklusif, dan aksesibel.

### 5. Terintegrasi

Setelah pesan *brand* ditetapkan, pesan tersebut harus dapat dipasarkan dan dikomunikasikan melalui berbagai saluran untuk menjangkau konsumen di setiap titik dengan cara yang terintegrasi dan saling berhubungan. Doubleverify (2020) dalam Santilli (2022) menyampaikan bahwa konsumen menghabiskan waktu lebih dari 3-7 jam per hari mengonsumsi konten dimana *brand* harus bisa menciptakan konten-konten yang bermakna untuk dapat diterima oleh konsumen tersebut.

#### **2.2.4.2 Tone of Voice**

Tone of voice merupakan nada atau intonasi baik lisan ataupun tulisan yang unik dan menempel pada sebuah brand untuk membangun hubungan dan ikatan pada konsumen yang ditampilkan pada berbagai media dan platform brand tersebut. Beberapa manfaat tone of voice berdasarkan Afriana & Dewi (2023) dalam artikelnya yang ditulis untuk Kompas.com adalah;

1. Membangun kepercayaan pelanggan dengan menumbuhkan rasa percaya dan kedekatan melalui kalimat yang disampaikan.
2. Membuat bisnis menjadi berbeda dengan pilihan-pilihan kata yang unik, misalnya menunjukkan humor, keakraban, formalitas, kehangatan, dan lainnya.
3. Pendapatan meningkat seiring dengan meningkatnya kepercayaan dan komunikasi yang baik dengan konsumen.
4. Menggantikan komunikasi langsung dengan menjalin komunikasi yang baik dengan konsumen melalui konten sehingga brand tidak harus selalu berkomunikasi satu-persatu.

#### **2.2.4.3 Persona**

Persona atau target persona menurut Indeed (2023) adalah orang fiktif yang dibuat berdasarkan data mengenai konsumen sebagai representasi dari target audiens dengan tujuan membuat produk yang tepat sasaran dan solutif bagi konsumen tersebut. Persona penting dalam meningkatkan revenue, menekan biaya marketing, dan memperkuat strategi kampanye bagi sebuah brand.

Dalam membuat persona, beberapa hal yang perlu diperhatikan adalah menyusun profil dasar dari persona tersebut menurut Startup Studio Indonesia (2021) antara lain meliputi:

1. Header dan profil demografis berisi nama fiksi, foto, usia, dan data diri yang relevan dengan kebutuhan *profiling* seperti latar belakang, pendidikan, profesi, dan lainnya.
2. Tujuan akhir yang berisi hal-hal yang diinginkan dan diharapkan persona yang bisa terjawab melalui produk yang dihasilkan. Tujuan akhir ini adalah faktor-faktor yang mendorong persona untuk melakukan suatu tindakan.
3. Skenario yang merupakan narasi yang berisi keresahan dan tantangan yang dihadapi persona.

### 2.3 Ilustrasi

Alan Male (2007) dalam bukunya yang berjudul 'Illustration: A Theoretical Contextual Perspective' menjelaskan bahwa ilustrasi sering kali sulit disamakan dengan subjek lainnya seperti desain grafis atau *fine art*, namun sebenarnya memiliki perbedaan yang mendasar yang membedakan ilustrasi dengan karya lainnya. Inti dari ilustrasi adalah mengkomunikasikan pesan yang spesifik kepada audiens. Kebutuhan akan ilustrasi bersifat objektif untuk memenuhi tugas tertentu. Perbedaan dan keragaman dari tugas inilah yang membuat ilustrasi menjadi bahasa visual yang sangat berpengaruh (Male, 2007).

#### 2.3.1 Peran Ilustrasi

Male (2007) menjelaskan bahwa peran ilustrasi dibagi menjadi lima bagian yaitu:

(1) *Documentation, reference, and instruction*

Ilustrasi berperan dalam mendokumentasikan, memberi referensi, dan memberi instruksi kepada audiens. Dalam penyajiannya, ilustrasi tidak harus selalu teknikal dan literal. Penyajian ilustrasi bisa dilakukan dengan berbagai pendekatan menyesuaikan kebutuhan. Peran ilustrasi ini contohnya diterapkan pada ilustrasi-ilustrasi sejarah, ilmu pengetahuan, kebudayaan, dan kesehatan.

(2) *Commentary*

Nilai utama dari sebuah ilustrasi editorial adalah visual *commentary*. Ilustrasi ini menggambarkan pesan yang disampaikan pada suatu majalah atau koran untuk memprovokasi. Peran *commentary* dari ilustrasi biasanya digunakan pada konteks politik, ulasan, dan gaya hidup.

(3) *Storytelling*

Ilustrasi dapat dijumpai pada banyak buku cerita anak, novel bergambar, komik, atau publikasi lainnya sebagai pendamping dari cerita-cerita fiksi. Ini merupakan peran *storytelling* dari ilustrasi sehingga pembaca dapat lebih berimajinasi dan terpicu perasaannya ketika membaca karya fiksi tersebut.

(4) *Persuasion*

Peran persuasi ilustrasi kerap digunakan dalam konteks komersial yaitu periklanan. Dalam industri ini, ilustrasi dapat dihargai dengan nilai yang sangat tinggi, terlebih jika *client*-nya merupakan *brand* ternama. Selain periklanan, peran persuasi ini juga sering digunakan untuk kebutuhan propaganda dan politik.

(5) *Identity*

Peran identitas esensinya berkaitan dengan merek dan *corporate recognition*. Ilustrasi sebagai identitas contohnya terdapat pada kemasan produk yang membedakannya dari merek-merek lain.

### 2.3.2 Gaya Ilustrasi

Gaya atau style menurut Male (2007) adalah sebuah bahasa visual yang mudah dikenali dan berperan sebagai sebagai suatu identitas atau tanda. Gaya ilustrasi setiap ilustrator berbeda-beda dan mempunyai ciri khas masing-masing, gaya ini menjadi penentu dari genre ilustrasi yang dibuat. Beberapa gaya ilustrasi berdasarkan Male (2007):

- (1) *Hyperrealism*, penggambaran yang benar-benar menyerupai aslinya.



Gambar 2.64 Ilustrasi *Hyperrealism*

Sumber: <https://www.widewalls.ch/magazine/hyperrealism-art-style>

- (2) *Surrealism*, penggambaran yang dilebih-lebihkan dan ekspresif dari objek aslinya.



Gambar 2.65 Contoh Ilustrasi *Surrealism*

Sumber: <https://www.parkwestgallery.com/what-is-surrealism-art/>

- (3) *Stylized Realism*, penggambaran hasil perubahan dan distorsi dari objek aslinya. Perubahan ini dilakukan dengan mengatur ukuran, bentuk, warna, detail, dan lainnya.



Gambar 2.66 Contoh Ilustrasi *Stylized Realism*

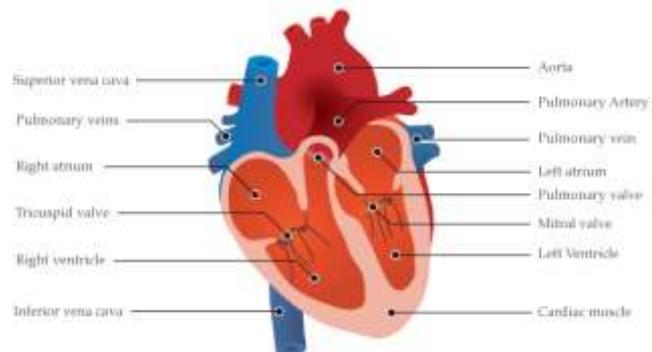
Sumber: <https://www.artstation.com/artwork/3dag2D>

- (4) *Abstract*, penggambaran yang tidak berusaha untuk menggambarkan objek tertentu tapi bermain menggunakan warna, bentuk, dan gestur untuk mencapai visualisasi yang diinginkan.



Gambar 2.67 Contoh Ilustrasi *Abstract*  
Sumber: <https://99designs.com/inspiration/illustration/abstract>

- (5) *Diagram*, penggambaran yang bertujuan untuk menunjukkan suatu sistem atau data. Ilustrasi ini bersifat edukatif atau informatif, contohnya adalah tabel, grafik, kerangka, atau bagan.



Gambar 2.68 Contoh Ilustrasi Diagram  
Sumber: [https://datavizcatalogue.com/methods/illustration\\_diagram.html](https://datavizcatalogue.com/methods/illustration_diagram.html)

## 2.4 Perancangan Karakter

Perancangan karakter adalah suatu proses menciptakan persona yang dirancang menyesuaikan suatu narasi. Lavinia Aparaschivei (2021) menuliskan artikel berisi langkah-langkah perancangan karakter yang ia dapatkan dari hasil wawancaranya bersama seorang ilustrator, Maddy Zoly.

## (1) Melakukan riset



Gambar 2.69 Riset Perancangan karakter

Sumber: <https://reallygooddesigns.com/character-design-tips/>

Perancangan karakter dimulai dari riset yang akan menentukan jenis, sifat, dan detail-detail pada karakter tersebut. Dalam riset ini, penting melihat siapa target yang ingin dicapai melalui karakter yang dibuat, pastikan relevan dan perannya sesuai. Lingkungan dan latar belakang dari karakter tersebut juga penting untuk menciptakan kedalaman. Berikan karakter tersebut personality yang mencolok, hal ini nanti dapat memberi karakteristik dari segi desain.

## (2) Hiperbola



Gambar 2.70 Hiperbola pada Perancangan Karakter

Sumber: <https://www.neatorama.com/neatogeek/2017/04/03/How-Exaggerated-Cartoon-Proportions-Would-Lead-To-Dire-Consequences/>

Dalam merancang karakter, tidak perlu terlalu terpaku pada anatomi yang baku. Perancangan karakter bisa melebih-lebihkan anatomi yang ada dan membuat desain lebih seperti karikatur sehingga karakter bisa jadi lebih unik.

(3) Gunakan teori bentuk



Gambar 2.71 Teori Bentuk pada Perancangan Karakter

Sumber: <http://harrietwilsongadblog.blogspot.com/2015/11/thinking-about-character-designs.html>

Teori bentuk merupakan konsep pada perancangan karakter untuk mengkomunikasikan makna berdasarkan bentuk yang sering dijumpai. Bentuk bulat atau bentuk tumpul umumnya menggambarkan karakter yang bersahabat sedangkan bentuk lancip seperti segitiga umumnya menggambarkan karakter yang jahat.

(4) Siluet

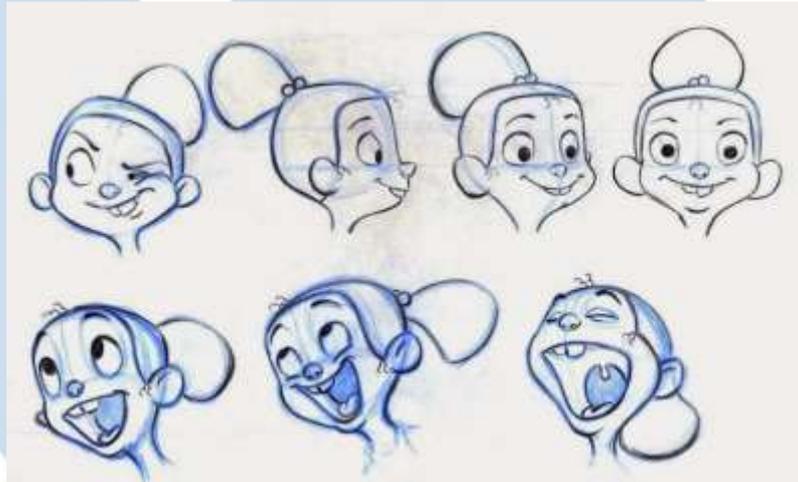


Gambar 2.72 Siluet pada Perancangan Karakter

Sumber: <https://characterdesignreferences.com/visual-library-2/character-design-silhouette>

Salah satu cara untuk melihat apakah karakter yang sudah dirancang berbeda dan unik adalah dengan melihat siluetnya. Dengan menganalisis siluet, rancangan bisa diubah dan ditambahkan lagi supaya karakter bisa semakin *iconic*.

(5) Ekspresi wajah



Gambar 2.73 Ekspresi Wajah pada Perancangan karakter  
Sumber: <http://lcanimationcharadesign.blogspot.com/2016/02/week-3-expressions.html>

Ekspresi wajah bisa dibuat berlebihan atau justru datar, tergantung pada personality yang diberikan kepada karakter tersebut untuk semakin mempertegas karakteristiknya.

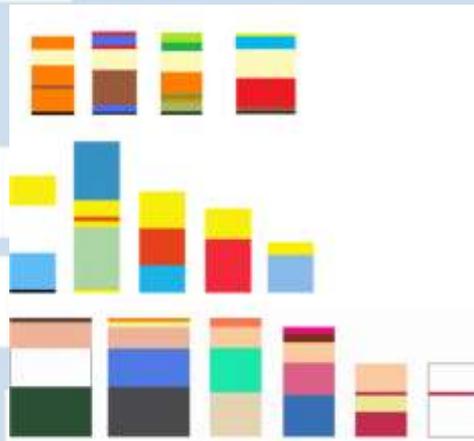
(6) Tampilan Visual



Gambar 2.74 Tampilan Visual pada Perancangan Karakter  
Sumber: <https://class101.net/en/products/6078233ad38c42000deabcca>

Seluruh bagian karakter dari rambut, pakaian, dan aksesoris, adalah bagian dari cerita karakter tersebut. Apa yang dirancang bersifat seperti properti pada karakter. Melalui properti ini, karakteristik dari karakter yang dibuat semakin menonjol, sesuaikan dengan apa pesan yang ingin disampaikan melalui karakter tersebut.

(7) Palet Warna



Gambar 2.75 Palet Warna pada Perancangan Karakter  
Sumber: <https://www.linearity.io/blog/character-design/>

Setiap warna punya maknanya masing-masing. Umumnya warna gelap dikaitkan pada karakter jahat atau misterius, warna terang dikaitkan dengan karakter baik, lucu, atau polos. Hal-hal ini bukanlah hal mutlak yang tidak harus diikuti, namun bisa menjadi guide dalam perancangan karakter. Karakter dengan *palette* warna yang dirancang dengan baik dapat dikenali dari *swatch*-nya saja.

(8) Sketsa



Gambar 2.76 Sketsa Perancangan Karakter

Sumber: <https://characterdesignreferences.com/art-of-animation-7/art-of-inside-out>

Sketsa dapat dimulai dengan bentuk-bentuk kasar yang perlahan-lahan dibentuk menjadi versi akhirnya. Sketsa bisa dilakukan secara tradisional menggunakan pensil dan kertas atau secara digital.

#### (9) Finalisasi



Gambar 2.77 Finalisasi Perancangan Karakter

Sumber: <https://www.studiobinder.com/blog/what-is-character-design-definition/>

Finalisasi akan mudah dikerjakan ketika sketsa yang dibuat jelas dan terelaborasi dengan baik. Cara *rendering* atau finalisasi juga berperan dalam menggambarkan karakteristik dari karakter yang dirancang.

## 2.5 Regulasi Emosi

Regulasi emosi adalah kemampuan seseorang untuk mempengaruhi emosi mana yang dimiliki, kapan, dan bagaimana emosi tersebut diekspresikan dan dialami (Gross, 2015a). Tujuan dari regulasi emosi dapat meliputi penurunan atau peningkatan emosi negatif atau emosi positif (Gross, 2015a). Umumnya, regulasi emosi bertujuan untuk menurunkan emosi negatif dan meningkatkan emosi positif. Salah satu kerangka yang umum digunakan untuk mempelajari strategi regulasi emosi adalah model proses regulasi emosi (Gross, 2015a). Model ini memprediksi cara-cara seseorang memproses sebuah emosi, terdiri atas lima bagian yaitu *situation selection*, *situation modification*, *attentional deployment*, *cognitive change*, dan *response modulation*.

### 2.5.1 Model Proses Regulasi Emosi

1. *Situation Selection*, mengacu kepada strategi dimana individu dapat memilih situasi tertentu berdasarkan keadaan emosional yang diharapkan. Contohnya adalah menghindari bertemu dengan orang yang tidak disukai agar tidak memicu amarah.
2. *Situation Modification*, mengacu pada aksi atau perubahan yang dilakukan yang berdampak langsung pada suatu situasi dan dampak emosionalnya. Contohnya adalah meminta teman dekat untuk duduk di barisan depan ketika gugup dalam melakukan presentasi di kelas.
3. *Attentional Deployment*, mengalihkan perhatian dengan tujuan memengaruhi dampak emosional seseorang. Contohnya adalah melakukan meditasi, melakukan hobi yang disukai, atau mengobrol dengan orang lain. Melalui hal-hal ini, perhatian individu teralihkan dari emosi negatif dan menumbuhkan emosi-emosi positif.
4. *Cognitive Change*, memodifikasi cara seseorang memandang atau memproses suatu keadaan dalam upaya mengubah dampak emosional yang dirasakan. Metode ini dapat digunakan pada situasi eksternal contohnya menenangkan diri ketika gagal dalam interview pekerjaan dan memandang pengalaman tersebut sebagai proses pembelajaran yang berharga, dan pada situasi internal contohnya menenangkan diri dengan menganggap detak jantung kencang bukan karena cemas tapi karena diri sedang bersiap untuk presentasi.
5. *Response Modulation*, merujuk pada upaya langsung dalam memengaruhi komponen *experimental*, *behavioral*, dan *psychological* dari sebuah respons emosional yang emosinya sudah terbentuk. Contohnya adalah berolahraga, merokok, merubah ekspresi wajah, atau melakukan teknik pernapasan. *Response modulation* memiliki tiga bentuk yaitu pertama, *expressive suppression* yaitu upaya mengurangi emosi-ekspresif yang sedang

dirasakan. Kedua, *psysiological supression* yaitu mengatur reaksi terhadap stimulus emosional. Ketiga, *expressive enhancement* yaitu meningkatsomakan prilaku emosi-ekspresif yang sedang dirasakan.

## **2.6 Journaling**

*Journaling* berdasarkan artikel dari WebMD (2021) merupakan suatu tindakan yang dilakukan seseorang dalam bentuk catatan untuk menyimpan pikiran, perasaan, wawasan, dan lainnya. Catatan ini dapat berupa sebuah tulisan, gambar, atau ketikan dengan tujuan memperbaiki dan menjaga kesehatan mental. Beberapa manfaat dari *journaling* adalah:

1. Mengurangi perasaan cemas.
2. Membantu untuk tidak berlarut-larut dalam merenung.
3. Membantu memahami perasaan dan emosi dengan lebih baik.
4. Membantu meregulasi emosi.
5. Mendorong untuk lebih terbuka.
6. Membantu memotivasi penyembuhan fisik.

### **2.6.1 Guided journal**

Menurut Horkovska (2023), *journaling* kerap menjadi aktivitas yang tidak mudah karena tidak tahu apa yang ingin ditulis atau apa yang ingin dilakukan. Oleh karena itu, terkadang dibutuhkan arahan dan dorongan melalui panduan. *Guided journal* merupakan jurnal yang memiliki panduan dan arahan-arahan terstruktur sehingga seseorang dapat lebih mudah terbiasa dalam melakukan *journaling*. Sebuah *guided journal* umumnya berisi pertanyaan dan arahan yang memprovokasi pikiran, afirmasi positif, dan topik khusus yang menarik dan memotivasi. Ada banyak tipe *guided journal* sehingga perlu memilih topik yang sesuai dengan kebutuhan atau hal apa yang ingin dikembangkan dalam diri (Horkovska, 2023).

### **2.6.2 Refleksi Diri**

Berdasarkan artikel ‘Pengaruh Jarak Psikologi dalam Menulis Naratif terhadap Refleksi Diri Adaptif’ dari Fakultas Psikologi Universitas Indonesia

(2019), refleksi diri merupakan kemampuan seseorang untuk mengamati pengalaman diri berdasarkan sudut pandang sendiri dan juga orang lain. Salah satu metode refleksi diri yang adaptif dilakukan dengan cara menulis.

Dengan melakukan refleksi diri, seseorang mampu memahami lebih dalam kelebihan dan kekurangan dirinya, mendapatkan pelajaran yang berharga dari pengalaman yang dialami, serta lebih bijak dalam menanggapi suatu hal (Alodokter, 2021). Refleksi diri dapat dilakukan melalui beberapa hal, seperti:

1. Menjawab pertanyaan penting, pertanyaan dapat dipersiapkan dan dijawab sendiri berkaitan dengan hal yang dipikirkan selama ini.
2. Memilih metode yang cocok, refleksi dapat dilakukan dengan bermeditasi, berjalan, menulis, dan lainnya. Sambil melakukan hal-hal tersebut, jawablah pertanyaan yang telah dipersiapkan.
3. Melakukan refleksi dengan rutin dan terjadwal, misalnya melakukan refleksi selama 10 menit dengan jadwal yang teratur, kemudian durasi ditambah sedikit demi sedikit seiring berjalannya waktu.

Perlu diingat, refleksi bertujuan untuk belajar dan merubah diri menjadi pribadi yang lebih baik lagi, bukan untuk menyalahkan dan menyesali diri atas apa yang telah terjadi (Alodokter, 2021).

## **2.7 Mahasiswa Tingkat Akhir**

Mahasiswa adalah siapa saja yang terdaftar sedang belajar di bangku universitas atau perguruan tinggi (Saputra, 2015). Siallagan (dalam Saputra, 2015) menyampaikan bahwa mahasiswa punya tanggungjawab utama yaitu menjalankan studinya, serta tugas lainnya yaitu menjadi agen perubahan di masyarakat dan harapan masa depan bangsa.

Mahasiswa tingkat akhir adalah mereka yang sudah memasuki fase perkuliahan di tingkat akhir, yaitu pada semester 5 ke atas (Prastiwi & Ihsan, 2022). Mahasiswa tingkat akhir dalam proses studinya umumnya sedang mempersiapkan diri atau menjalankan tugas akhir atau skripsi (Nugraha, 2018). Mahasiswa tingkat

akhir umumnya masuk pada kategori usia dewasa muda yang kerap rentan terhadap tekanan dan perubahan.

Tekanan dan perubahan yang dialami mahasiswa tingkat akhir dipengaruhi oleh lingkungan dan pola pikir sehingga membuat kehidupan pada masa dewasa awal ini menjadi sulit. Permasalahan yang dihadapi mahasiswa tingkat akhir seringkali berupa keraguan menghadapi hidup dengan perubahan yang terus menerus terjadi. Selain itu, rasa cemas dan takut akan masa mendatang serta keraguan terhadap pilihan-pilihan hidup yang telah diambil. Hal ini membuat para mahasiswa kerap kesulitan mengambil keputusan secara objektif dan kemudian berdampak pada rasa bingung akan masa depan (Sallata, Madeline, & Huwae, 2023).

