

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

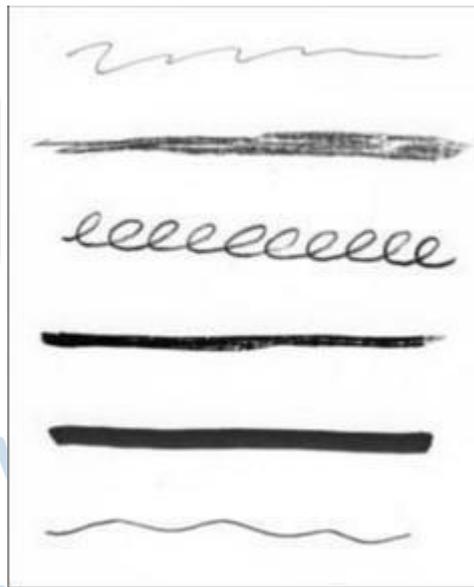
2.1 Desain Grafis

Dikutip dari buku yang berjudul '*Graphic Design Solutions*', Landa (2014) menyampaikan bahwa desain grafis merupakan suatu proses bentuk komunikasi dengan cara menyampaikan sebuah pesan lewat visual, agar pesan dapat tersampaikan dengan baik. Terdapat prinsip desain yang dikemukakan oleh Landa sebagai berikut:

2.1.1 Elemen Desain

2.1.1.1 Garis

Landa (2014) menjelaskan bahwa garis merupakan kumpulan titik yang bergabung menjadi satu yang kemudian dibuat dengan memanjang. Garis dapat berbentuk apa saja, yang dimana sebuah garis sangat mudah dikenali lewat bentuk yang panjang membentang dari ujung ke ujung.



Gambar 2.1 Garis
Sumber: Landa (2014)

Terdapat beberapa kategori garis, antara lain:

1. Garis Tegas: sebuah garis lurus yang utuh.
2. Garis tersirat: sebuah garis yang terlihat tidak utuh yang dianggap utuh bagi orang.
3. Garis Tepi: sebuah titik pertemuan antara bentuk dan *tone*.
4. Garis Penglihatan: sebuah garis pisah, dimana terdapat pergerakan mata seseorang yang saat memindai komposisi.

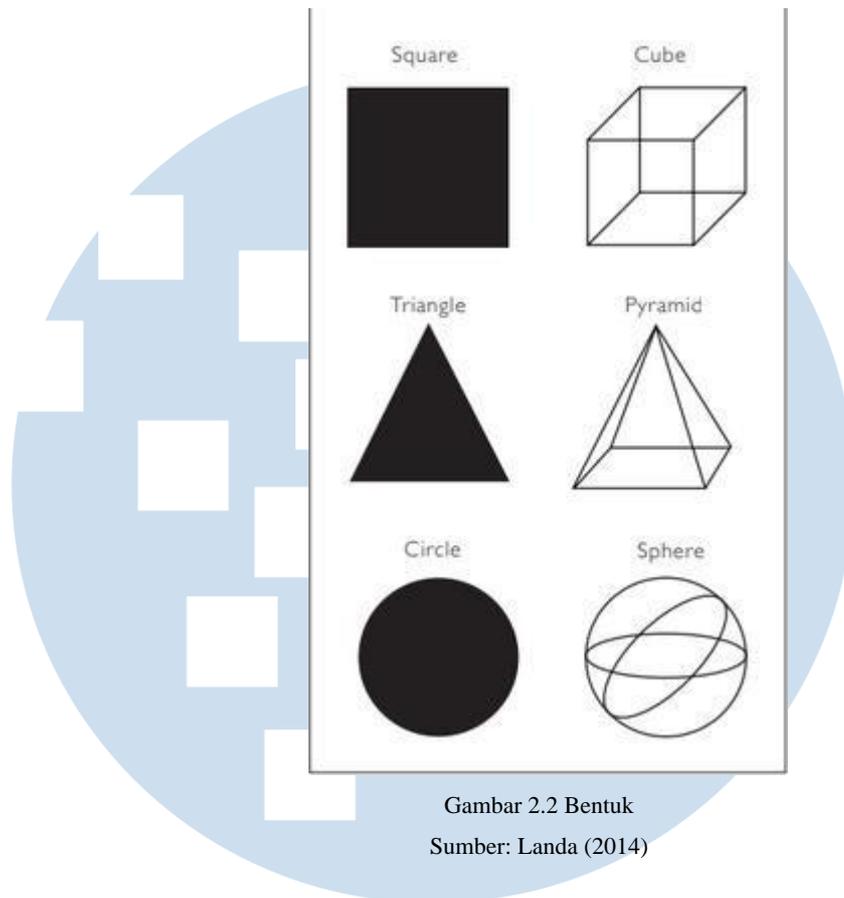
Berikut Terdapat beberapa fungsi garis, yaitu:

1. Mampu mendefinisikan bentuk ataupun pola.
2. Menggambar batasan garis dalam sebuah komposisi.
3. Dapat mengatur visual dalam sebuah komposisi.
4. Membantu dalam proses pembuatan garis pandang.
5. Mampu membuat ekspresi linier.

2.1.1.2 Bentuk

Bentuk merupakan sebuah area konfigurasi dari garis yang digambarkan membentuk ruang 2 dimensi yang dibangun dengan garis atau pola dan tekstur. Landa (2014) berpendapat bahwa bentuk memiliki sebuah ruang yang tertutup rapat ataupun jalur yang tertutup. Bentuk memiliki 3 penggambaran yang sangat dasar, yaitu bentuk persegi, segitiga, dan lingkaran, yang kemudian bentuk dasar tersebut dapat berkembang lagi menjadi kubus, bola, maupun kerucut.

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 Bentuk
Sumber: Landa (2014)

Berikut terdapat beberapa bentuk, yaitu:

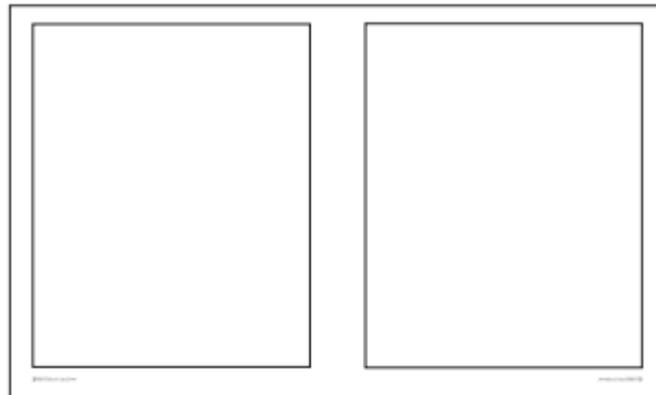
1. Bentuk Geometris: terdiri dari garis yang tegas dan sudut yang dapat dihitung.
2. Bentuk organik: sebuah objek yang memiliki ujung yang bergelombang dengan objek yang tidak beraturan.
3. Bentuk bujur sangkar: perpaduan antar garis lurus dengan lengkungan.
4. Bentuk lengkung: tidak memiliki sisi sudut dan lebih mengalir.
5. Bentuk tidak beraturan: gabungan antara garis lurus dan garis lengkung.
6. Bentuk tak disengaja: objek yang memiliki elemen yang tidak beraturan dari kesalahan manusia.

2.1.1.3 Grid

Landa (2010:159) menjelaskan bahwa *grid* merupakan sebuah panduan struktur yang dibagi melalui garis secara *horizontal* dan vertikal, yang kemudian membentuk sebuah format dan membentuk kolom dan baris. Sebuah *grid* dibentuk untuk menjaga posisi elemen serta konten yang terkandung tetap rapi pada tempatnya. Sebuah *grid* terbagi dalam 5 jenis, yaitu:

1) *One Column Grid*

Merupakan sebuah *grid* yang terdiri dari dua kolom yang berjajar secara vertikal. *Grid* ini hanya memiliki kolom tunggal tanpa pemisah. Jenis *grid* tersebut cocok untuk membuat sebuah media cetak seperti buku ataupun majalah.

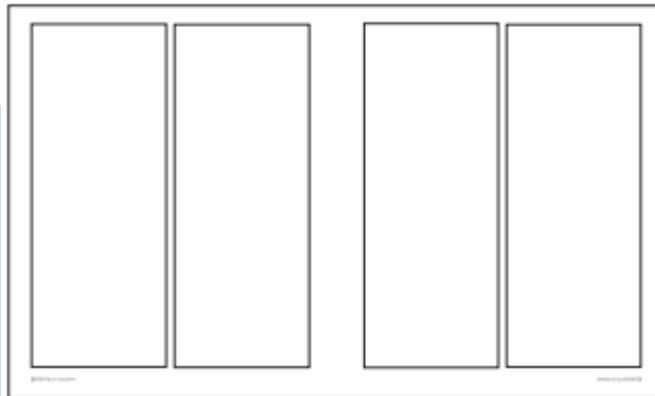


Gambar 2.3 *One Column Grid*

Sumber: Landa (2014)

2) *Two Column Grid*

Merupakan sebuah *grid* yang terdiri dari 2 kolom yang saling berdampingan satu sama lain dan diatur secara vertikal. Adanya *grid* tersebut ditujukan untuk memberikan gambar maupun teks dalam kolom yang berbeda.

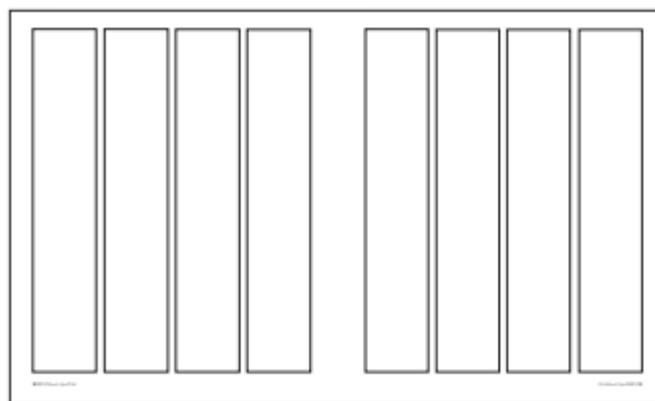


Gambar 2.4 *Two Column Grid*

Sumber: Landa (2014)

3) *Four Column Grid*

Merupakan sebuah *grid* yang berisikan 4 struktur kolom yang berdekatan satu sama lain yang dibuat dengan posisi vertikal. *Grid* tersebut mengharuskan teks maupun gambar dibuat menurun ke bawah.

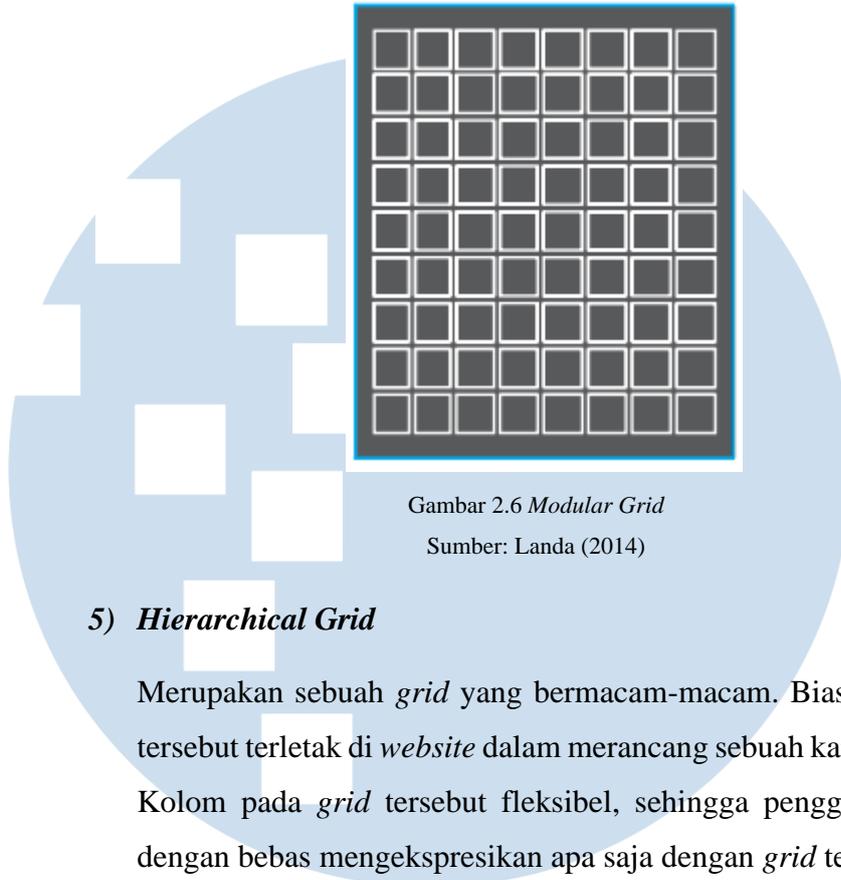


Gambar 2.5 *Four Column Grid*

Sumber: Landa (2014)

4) *Modular Grid*

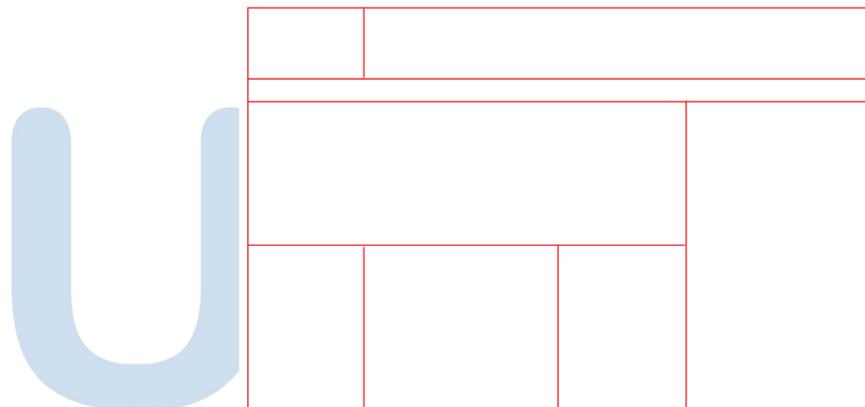
Merupakan sebuah struktur *grid* yang berbentuk kotak-kotak. *grid* tersebut memiliki fleksibilitas yang sangat baik, sehingga *grid* tersebut dapat memberikan kebebasan dalam mendesain sebuah karya visual dengan baik.



Gambar 2.6 *Modular Grid*
Sumber: Landa (2014)

5) *Hierarchical Grid*

Merupakan sebuah *grid* yang bermacam-macam. Biasanya *grid* tersebut terletak di *website* dalam merancang sebuah karya visual. Kolom pada *grid* tersebut fleksibel, sehingga pengguna dapat dengan bebas mengekspresikan apa saja dengan *grid* tersebut.



Gambar 2.7 *Hierarchical Grid*
Sumber: Landa (2014)

2.1.1.4 **Warna**

Subari (2022) menyatakan bahwa warna merupakan sebuah kumpulan spektrum cahaya yang terpantul dalam cahaya putih yang disebut dengan cahaya sempurna. Di sisi lain, warna juga merupakan

sebuah elemen desain yang begitu kuat dan mampu membuat provokasi bagi mata seseorang (Landa, 2014). Dengan arti lain bahwa sebuah warna merupakan kumpulan pigmen yang berasal dari zat kimia yang mampu membuat cahaya lain bila dipantulkan kedalam cahaya sempurna dan menghasilkan karakteristik dari masing-masing cahaya. Warna tersebut terbagi menjadi beberapa jenis, yaitu:

1) Warna Aditif

Warna aditif merupakan warna yang memantulkan gelombang cahaya sempurna. Contoh dari penggunaan warna aditif yaitu layar di gawai, TV, layar komputer, maupun media elektronik yang mampu menampilkan gambar bergerak lainnya. Warna tersebut yang dikenal sebagai RGB (*Red, Green, Blue*) yang mampu menghasilkan jutaan gelombang warna yang sempurna.



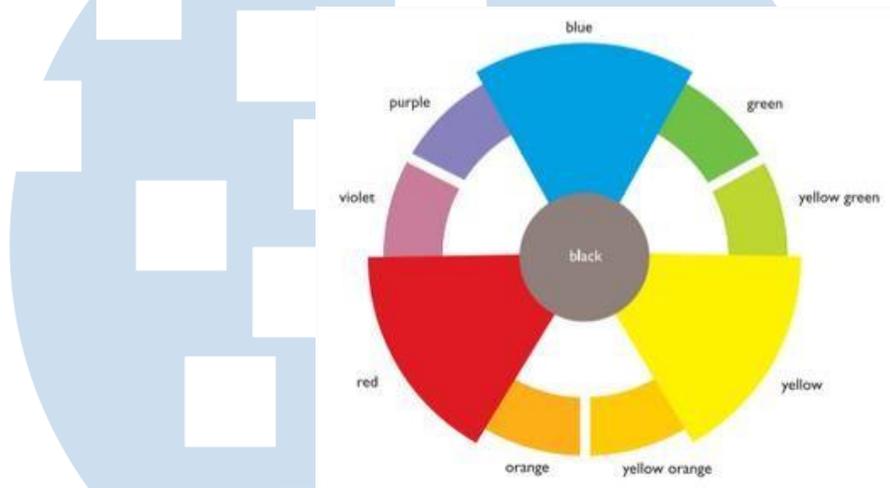
Gambar 2.8 Warna Aditif

Sumber: Landa (2014)

2) Warna Subtraktif

Warna Subtraktif merupakan sebuah warna yang dipantulkan oleh cahaya sempurna. Contoh dari penggunaan warna subtraktif, yaitu CMYK (*Cyan, Magenta, Yellow, Black*) yang umum ditemui di percetakan media fisik seperti poster, brosur, *banner*, dll.

warna tersebut tidak dapat memantulkan cahaya sempurna, namun warna subtraktif tersebut dapat dicampur dengan warna-warna lain yang dapat dipantulkan oleh cahaya sempurna.



Gambar 2.9 Warna Subtraktif

Sumber: Landa (2014)

3) Nomenklatur Warna

a. *Hue*

Hue merupakan pengaturan temperatur warna. Warna tersebut diatur dalam sebuah *tone* dingin yang mengarah ke warna biru, maupun *tone* hangat yang diarahkan ke warna-warna hangat seperti warna merah atau oranye.

b. *Saturation*

Saturation merupakan pengaturan pantulan cahaya sempurna dari sebuah warna. Pengaturan tersebut memberikan seberapa besar pantulan cahaya sempurna dalam sebuah warna, yang berarti mengatur tingkat kecerahan ataupun tingkat kekusaman dalam sebuah kroma warna.

c. Value

Value merupakan pengaturan tingkat kecerahan maupun tingkat kegelapan dalam sebuah pantulan cahaya sempurna. Dalam sebuah warna tersebut, dapat diatur menjadi gelap ataupun menjadi terang.

4) Psikologi Warna

a. Merah

Merah merupakan sebuah warna primer, yang dapat diartikan sebagai warna yang melekat dengan sifat gairah, energi, serta kekuatan.

b. Kuning

Kuning merupakan warna primer yang dapat diartikan sebagai warna yang cerah. Warna tersebut berkaitan erat dengan sifat keceriaan, kreativitas, serta kebahagiaan.

c. Biru

Biru merupakan warna primer yang dapat diartikan sebagai warna yang berkaitan dengan sifat ketenangan, stabilitas, serta kepercayaan.

d. Hijau

Hijau merupakan warna yang identik dengan alam. Warna tersebut dapat diartikan sebagai warna yang berkaitan dengan kesegaran, stabilitas, ketenangan dan kepercayaan.

e. Ungu

Ungu merupakan sebuah warna yang sering identic dengan warna yang anggun, kebijaksanaan, serta

kemewahan. Warna tersebut banyak digunakan oleh kaum bangsawan yang mampu menunjukkan sifat tersebut.

f. Hitam

Hitam merupakan warna netral yang identik dengan kemisteriusan, namun warna tersebut juga diidentikkan dengan keanggunan serta kemewahan.

g. Putih

Putih juga merupakan warna netral yang identik dengan kebersihan dan kesederhanaan.

h. Abu-abu

Abu-abu merupakan perpaduan antara warna netral yang terdiri dari warna hitam dan putih. warna netral tersebut identik dengan sifat elegan, stabil, serta bertanggung jawab.

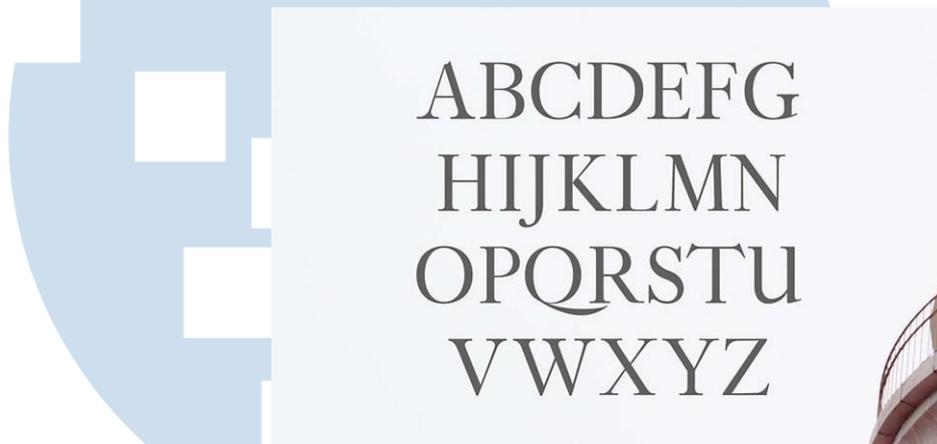
2.1.1.5 Tipografi

Tipografi merupakan sebuah teknik dalam mengatur tulisan agar dapat dipahami dan memberikan rasa nyaman kepada para pembaca, baik melalui media cetak maupun media digital (Susanto, 2021). Pembuatan tipografi tersebut mencakup atas pemilihan jenis huruf, ukuran huruf, spasi antar huruf (*kerning*), spasi antar baris (*leading*), rancangan paragraf, serta pengaturan teks dalam perancangan sebuah desain grafis. Berikut merupakan karakteristik dari Tipografi, antara lain:

1) *Serif*

Serif merupakan sebuah jenis *font* yang banyak digunakan untuk penulisan teks yang panjang. Hal

tersebut dinilai bahwa *font* tersebut nyaman untuk dibaca. Karakteristik dari *font* tersebut yaitu memiliki *stem* yang terletak di kaki huruf. Selain itu, karakteristik lain yang dapat dikenali yaitu, gaya huruf tersebut yang menampilkan gaya klasik namun terlihat dengan sajian elegan dan formal.



Gambar 2.10 *Serif*

Sumber: <https://medium.com/@putradecha3/jenis-tipografi-55d4f09c66ac>
(2023)

2) *Sans Serif*

Sans Serif merupakan sebuah *font* dengan karakteristik huruf yang kasual, dengan tampilan yang bersih serta rapi untuk dibaca.



Gambar 2.11 *Sans Serif*

Sumber: <https://blog.myskill.id/istilah-penting/sans-serif-keindahan-elegan-tanpa-hiasan/>

3) *Script*

Script merupakan sebuah *font* dengan karakteristik berupa tulisan tangan. *Script* tidak digunakan untuk membaca teks panjang, tetapi digunakan untuk beberapa kebutuhan tertentu seperti pembuatan poster, *flyer*, brosur, dll.



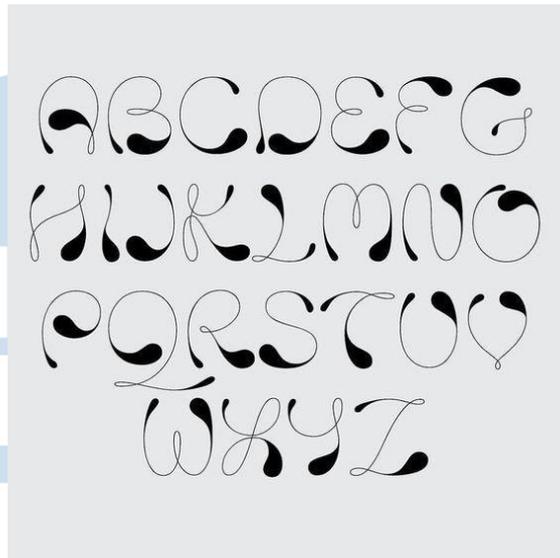
Gambar 2.12 *Script*

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/27162403993646151/>

4) *Decorative*

Decorative merupakan sebuah *font* dengan karakteristik berupa gaya huruf yang mencolok. Ciri-ciri *font* tersebut dapat dikenali dengan gaya huruf yang memiliki banyak elemen dekoratif serta artistik.

U
M
N
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

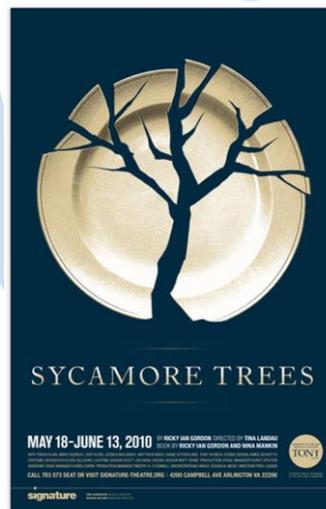


Gambar 2.13 *Font Decorative*

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/70437487682540/>

2.1.1.6 Ruang

Landa (2014) menyebutkan bahwa ruang dalam desain biasa dikenal sebagai *positif space* dan *negative space*. Daerah yang kosong di sekitar objek visual akan membuat sebuah ruang yang disebut *white space*.



Gambar 2.14 Ruang

Sumber: <https://bashooka.com/inspiration/negative-space-design/> (2019)

2.1.2 Prinsip Desain

Sebuah elemen visual tidak akan terlihat menarik tanpa sebuah prinsip. Maka dari itu, Tentunya membutuhkan sebuah prinsip dalam mendesain untuk membuat sebuah media promosi. Landa (2014) mengemukakan beberapa prinsip desain untuk membuat media promosi sebagai berikut.

1) *Balance*

Balance (keseimbangan) merupakan stabilitas yang diciptakan secara merata dari distribusi berat visual pada sisi dan semua elemen komposisi visual (Landa, 2014).



Gambar 2.15 Contoh *Balance*

Sumber: <https://artandcreativity.com/product/food-photography-101/> (2019)

2) *Emphasis*

Emphasis atau penekanan merupakan sebuah prinsip dalam pengaturan dan penempatan sebuah elemen visual. *Emphasis* bertujuan untuk menonjolkan sebuah objek ataupun elemen visual yang ingin disampaikan kepada *audience*. Dengan adanya *emphasis*, *audience* dapat menangkap pesan tersebut dengan baik.



Gambar 2.16 Contoh Emphasis

Sumber: <https://bootcamp.uxdesign.cc/20-midjourney-prompts-to-create-advertising-product-photographs-b46a5d59e724> (2023)

3) *Rhythm*

Ritme merupakan sebuah pengulangan yang konsisten dari sebuah elemen visual untuk menciptakan irama yang konsisten. Sebuah ritme yang konsisten dapat membawa *user* untuk mengikuti alur gerak objek visual dengan baik.



Gambar 2.17 Contoh *Rhythm*

Sumber : <https://worldbranddesign.com/student-packaging-design-concept-for-in-rhythm-an-instant-diet-cereals-by-repina-tatyana/> (2021)

4) *Unity*

Unity atau kesatuan merupakan sebuah prinsip yang memperhatikan hubungan antar elemen visual agar dapat menciptakan sebuah keselarasan. Dengan begitu, keselarasan elemen visual tersebut dapat melengkapi elemen visual lain yang dapat menciptakan sebuah pesan yang ingin disampaikan kepada *audience*.



Gambar 2.18 Contoh *Unity*

Sumber: <https://maitepaternain.com/social-media-and-product-photography-for-clients-in-the-food-industry/> (2021)

5) **Format**

Format merupakan batasan dalam perancangan sebuah elemen visual maupun sebuah desain. Prinsip tersebut membuat seorang desainer bebas untuk menentukan ukuran sebuah elemen visual yang diinginkan, dimana ukuran yang dibuat harus disesuaikan dengan biaya produksi dan kebutuhan produksi.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.19 Contoh Format

Sumber: <https://www.liputan6.com/hot/read/4487372/spanduk-makanan-menarik-tips-membuatnya-supaya-usaha-laris> (2021)

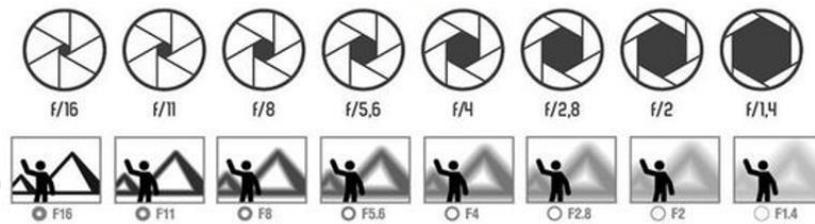
2.2 Teori Fotografi

Dikutip dari sebuah buku '*Fotografi: Belajar Fotografi*' oleh Bambang Karyadi, pengertian fotografi dapat diartikan sebagai sebuah teknik melukis dengan menggunakan cahaya yang ditangkap dengan menggunakan media kamera untuk menghasilkan sebuah gambar yang disebut sebagai foto (Karyadi, 2017). Pemanfaatan sebuah kamera yaitu dengan menangkap sebuah cahaya yang terbidik melalui lensa dan dan masuk ke dalam sensor kamera untuk merekam sebuah objek yang akan dikonversikan menja sebuah gambar. Dengan adanya fotografi, segala momen yang terjadi dapat diabadikan dalam bentuk potret. Berikut adalah elemen-elemen dalam fotografi:

2.2.1 *Triangle Exposure*

1) *Aperture*

Aperture merupakan sebuah fitur pengendalian kamera yang dikenal sebagai diafragma. penentuan bukaan dari diafragma kamera dimulai dengan bukaan terendah, dengan istilah (F). Semakin rendah angka tersebut, akan menciptakan efek bokeh di background dan menonjolkan fokus objek yang akan dipotret. sebaliknya, semakin tinggi angka tersebut, maka objek yang dipotret, semakin jelas terlihat dan tidak ada efek bokeh.



Gambar 2.20 Diagram Aperture

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/70437487804205/>

2) Shutter Speed

Shutter Speed merupakan sebuah fitur pengaturan kamera yang berfungsi untuk mengatur kecepatan jendela ranah. Semakin tinggi angka tersebut, semakin cepat jendela ranak menangkap hasil foto tersebut, yang kemudian memberikan efek foto lebih tajam. Namun sebaliknya, semakin rendah angka tersebut, semakin lambat kecepatan jendela ranah mengambil gambar yang membuat efek blur pada hasil gambar ketika objek bergerak.

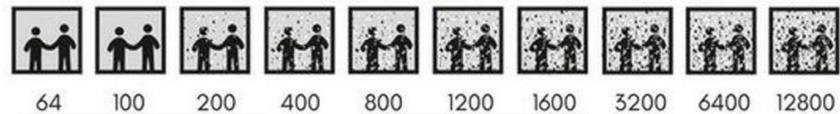


Gambar 2.21 Diagram Shutter Speed

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/70437487804205/>

3) ISO

ISO merupakan sebuah fitur pengaturan kamera yang berfungsi untuk mengatur sensitivitas dari sensor kamera dalam menerima cahaya. Perhitungan dalam penggunaan ISO, yaitu semakin kecil angka tersebut, semakin kecil kepekaan sensor terhadap cahaya dan semakin halus gambar yang dihasilkan. Sedangkan semakin besar angka penggunaan ISO, semakin tinggi kepekaan sensor dalam menerima cahaya, namun berdampak pada hasil gambar yang muncul semacam tekstur yang dikenal sebagai *noise*.



Gambar 2.22 Diagram ISO

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/70437487804205/>

2.2.2 Jenis Kamera

1) *Pocket Camera*

Pocket camera merupakan sebuah kamera dengan sistem kerja otomatis dengan ukuran badan kamera yang berukuran kecil. Kelebihan dari penggunaan kamera tersebut yakni lebih mudah dalam pengoperasiannya. Namun, kamera tersebut belum memiliki fitur profesional yang dimiliki oleh kamera lainnya.



Gambar 2.23 *Pocket Camera*

Sumber: <https://tekno.kompas.com/read/2018/08/01/19150067/canon-perkenalkan-kamera-saku-pertama-dengan-video-4k> (2018)

2) *Kamera Prosumer*

Karyadi (2017) mengungkapkan bahwa kamera *prosumer* berasal dari gabungan antara kata ‘Profesional’ dan ‘Consumer’, yang dapat diartikan sebagai kamera semi profesional yang fungsinya

didesain mirip dengan *pocket camera*. Kamera tersebut sudah memiliki fitur yang sama seperti kamera profesional seperti kamera DSLR, namun kamera *prosumer* tidak dapat mengganti lensa ketika ingin memotret dalam suatu kondisi tertentu.



Gambar 2.24 Kamera *Prosumer*

Sumber: <https://www.diykamera.com/perbedaan-kamera-dslr-dan-kamera-prosumer/>

3) DSLR

DSLR (*Digital Single Lens Reflex*) merupakan sebuah jenis kamera yang menggunakan kaca cermin dalam menghasilkan sebuah gambar. Kamera DSLR dilengkapi dengan lensa yang dapat dilepas serta dilengkapi dengan sensor untuk pengambilan gambar yang lebih jernih. Kamera DSLR memiliki fitur yang lebih lengkap serta kompleks untuk mendukung proses memotret. Dengan hadirnya fitur yang lengkap, tidak semua orang mampu mengoperasikan kamera tersebut tanpa mendapati pelatihan dalam memotret maupun mengoperasikan kamera tersebut, sehingga pengunanya harus mempelajari teknik memotret serta fitur kamera dalam menghasilkan sebuah gambar yang baik.



Gambar 2.25 Kamera DSLR

Sumber: <https://galaxycamera.id/blog/post/rekomendasi-kamera-dslr-pemula-2020/>
(2020)

4) *Mirrorless*

Kamera *mirrorless* merupakan sebuah jenis kamera digital tanpa memiliki kaca pembidik untuk memotret sebuah objek. Fungsi serta fitur yang dimiliki oleh kamera mirrorless mirip dengan kamera DSLR, namun yang menjadi pembeda terletak pada ukuran *body* kamera mirrorless yang sedikit lebih kecil serta tanpa dilengkapi dengan cermin untuk membidik objek.



Gambar 2.26 Kamera Mirrorless

Sumber: <https://www.idntimes.com/tech/gadget/indra/7-kamera-mirrorless-ini-harganya-tak-kurang-dari-6-juta-rupiah> (2017)

2.2.3 Peralatan Pendukung Kamera

1) Lensa

Lensa merupakan sebuah alat utama dalam memainkan perannya dalam memotret. Pada umumnya, lensa dapat dibongkar pasang sesuai dengan kebutuhan pemotretan.



Gambar 2.27 Lensa Kamera

Sumber: <https://jsp.co.id/5-tips-cari-lensa-untuk-kamera-dslr/> (2019)

2) Tripod

Tripod merupakan sebuah aksesoris pendukung kamera yang memiliki tujuan utama sebagai penyangga kamera. Penggunaan tripod difungsikan untuk memotret sebuah foto dengan kecepatan rana yang lambat serta memotret dengan sudut pandang yang sama.

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



Gambar 2.28 *Tripod*

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/861383866245844222/>

3) *Filter*

Filter merupakan sebuah alat yang berfungsi untuk menghalau cahaya berlebih yang masuk kedalam sensor kamera.



Gambar 2.29 *Filter Kamera*

Sumber: <https://eps-production.com/apa-kamu-tau-jenis-jenis-dari-filter-lensa-kamera-dan-kegunaannya-yuk-epspro-kasih-tau/> (2023)

4) *Strap*

Strap merupakan sebuah alat berbentuk semacam kalung leher untuk menahan kamera dari leher seorang fotografer. Bahan dari

strap umumnya terbuat dari kain dan kulit agar nyaman dipakai selama memotret.



Gambar 2.30 *Strap* Kamera

Sumber: <https://id.carousell.com>

5) **Baterai**

Baterai Merupakan sebuah alat yang berperan penting sebagai sumber daya untuk menghidupkan sebuah kamera agar dapat beroperasi.



Gambar 2.31 Baterai Kamera

Sumber: <https://www.tokopedia.com/kamerayk/baterai-kamera-canon>

6) *SD Card*

SD Card merupakan sebuah alat untuk menyimpan hasil potret baik dalam format foto maupun video. Umumnya ukuran penyimpanan kartu tersebut berlaku dengan kelipatan 2, yang dimulai dengan 1 GB - 2 GB - 4GB - 8 GB - 16 GB - 32 GB - 64 GB, dan seterusnya.



Gambar 2.32 *SD Card*

Sumber: <https://www.idntimes.com/tech/gadget/noto/memori-yang-digunakan-pada-kamera-c1c2?page=all>

7) *Camera Care Kit*

Camera Care Kit Merupakan sebuah alat untuk membersihkan kamera agar terhindar dari debu serta kotoran yang masuk kedalam bagian kamera. Sensor adalah bagian komponen kamera yang sangat sensitif terhadap debu dan kotoran, sehingga perlu untuk membersihkan bagian dalam komponen kamera agar tetap bersih. Penjualan *Camera Care Kit* di pasar umumnya berbentuk beberapa peralatan yang digabung menjadi satu. Peralatan tersebut berupa *blower*, *microfiber cloth*, cairan pembersih, dan kuas



Gambar 2.33 *Camera Care Kit*

Sumber: <https://shopee.co.id/Set-Pembersih-Kamera-Camera-Cleaning-Kit-i.413993869.20948005849>

8) *Dry Box*

Merupakan sebuah alat yang berbentuk lemari untuk menjaga kelembaban dari sebuah kamera dan lensa agar tidak terjadi korosi maupun pertumbuhan jamur di dalam komponen kamera maupun lensa.



Gambar 2.34 *Dry Box*

Sumber: <https://kumparan.com/>

2.2.4 Jenis Fotografi

1) *Portrait Photography*

Jenis fotografi tersebut memanfaatkan seorang model sebagai objek foto. Hasil dari potret tersebut berupa diri dari seorang model yang memperlihatkan wajah maupun seluruh tubuh seorang model.



Gambar 2.35 *Portrait Photography*

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/659003358000146524/>

2) *Landscape Photography*

Jenis fotografi tersebut bertujuan untuk memotret pemandangan alam yang ada disekitarnya. Hasil potret tersebut berupa elemen-elemen alam yang tertangkap oleh kamera tersebut.

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



Gambar 2.36 *Landscape Photography*

Sumber: <https://www.nfi.edu/landscape-photography/>

3) *Nature Photography*

Jenis fotografi tersebut bertujuan untuk memotret semua objek yang berhubungan dengan alam, seperti flora dan fauna di sekitar alam.



Gambar 2.37 *Nature Photography*

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/823455113122523892/>

4) *Food Photography*

Jenis fotografi tersebut bertujuan untuk memotret sebuah makanan. Dari hasil potret tersebut, akan diimplementasikan kedalam katalog menu makanan yang bertujuan untuk mengundang selera makan konsumen.



Gambar 2.38 *Food Photography*

Sumber: <https://iso.500px.com/license-food-photography-tips/>

2.3 *Website*

Website merupakan sebuah gabungan dari beberapa halaman yang berisikan informasi terkait dengan topik tertentu, yang kemudian digabungkan menjadi satu halaman interaktif yang saling berhubungan. *Website* dapat memudahkan pengunjung dalam melakukan banyak hal tergantung dari fungsinya, seperti membeli produk, memainkan permainan digital, melihat konten video, dan lain sebagainya. Dikutip dari sebuah buku yang berjudul *Graphic Design Solutions*, Landa (2014) berpendapat bahwa lewat *website*, seorang *user* dapat berekspektasi akan sebuah *brand* atau perusahaan yang tidak hanya menyenangkan dan memberikan pengalaman, tetapi juga dapat memberikan manfaat yang baik kepada *user*. Beliau juga mengatakan bahwa informasi yang ada lewat *website* juga dapat menjual pesan yang sangat serius kepada calon konsumen untuk menarik rasa ingin tahu mereka.

Landa (2014) juga memaparkan beberapa tujuan utama dalam dari sebuah fungsi dari sebuah *website* dalam menyediakan informasi kepada para *audience*.

2.3.1 Tujuan Website

1) *Editorial*

Editorial merupakan sebuah konten yang diberikan dengan tujuan hanya memberikan informasi, edukasi, maupun hiburan. Konten yang disajikan tidak bersifat promosional, yang dimana tidak menawarkan barang atau jasa.

2) *Informational*

Konten *Informational* berfungsi untuk menyajikan konten informasi rinci kepada para *user* yang berkunjung ke *website*. Di dalam konten tersebut, terdapat sebuah konten yang lebih spesifik, seperti fenomena, tentang perusahaan atau *brand*, dan lainnya. Konten *informational* yang disajikan kedalam *website* tersebut, para *user* dapat dengan mudah untuk menjangkau perusahaan atau *brand* tersebut.

3) *Promotional*

Konten *promotional* bertujuan untuk menawarkan barang atau jasa kepada *audience*. Berbagai promosi yang biasanya dilakukan di dalam konten tersebut, seperti produk dan jasa.

4) *Transactional*

Konten *transactional* berisikan ajakan kepada *user* dalam melakukan kegiatan transaksi jual beli atau sejenisnya kepada *brand* atau perusahaan tersebut. Konten tersebut dapat disebut sebagai etalase digital yang memuat sebuah produk atau jasa tertentu yang ditawarkan oleh *brand* kepada calon konsumennya.

5) *Entertainment*

Konten *entertainment* merupakan sebuah bentuk informasi yang dapat memberikan hiburan kepada *user*. Konten hiburan tersebut dapat berupa video, blog, artikel, maupun film. Konten *entertainment* juga bersifat menyenangkan, yang membuat *user* akan kembali untuk menikmati konten tersebut.

2.3.2 Jenis Website

1) *Blog*

Blog merupakan sebuah jenis website yang memberikan informasi mengenai konten pribadi yang ditulis oleh sang penulis. Fungsi utama dari *blog* yaitu untuk membagikan informasi pribadi yang bersifat personal, serta mempromosikan sebuah produk atau jasa yang digunakan sang penulis.

2) *Toko Online*

Toko online merupakan sebuah jenis *website* yang bertujuan sebagai tempat bagi penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli barang atau jasa. *Toko online* adalah media yang sangat berguna bagi penjual dan pembeli karena penggunaannya praktis serta mempermudah dalam melakukan transaksi tersebut.

3) *Website Bisnis*

Website bisnis merupakan sebuah jenis *website* yang berfungsi untuk memberikan informasi spesifik terkait perusahaan ataupun *brand*. Pada umumnya, konten yang terkandung dalam *website* bisnis tersebut berisikan sejarah, visi-misi perusahaan, sampai dengan kontak perusahaan yang dapat memudahkan *user* dalam menjangkau perusahaan tersebut.

4) *Website pemerintah*

Website pemerintah berisikan informasi rinci tentang instansi pemerintahan. Isi konten yang terkandung dalam *website* pemerintah berisikan sejarah, program kerja, anggota instansi, serta berita terbaru. *Website* pemerintah memiliki domain sendiri, yaitu '.go.id'. hal tersebut bertujuan untuk membedakan *website* komersil dengan *website* yang dimiliki oleh instansi pemerintah.

5) **Website Portal Berita**

Jenis *website* portal berita berisikan informasi yang memuat kejadian yang sedang terjadi di tengah masyarakat. Selain itu, *website* tersebut juga menampilkan kejadian yang sedang *trend*, artikel, dan lain sebagainya. Terdapat dua jenis informasi *website*, yaitu *website* terbuka yang dapat diakses secara gratis oleh *user*, serta *website* tertutup yang diperlukan untuk berlangganan agar dapat menikmati konten informasi yang disajikan.

2.3.3 **Komponen Website**

1) **Home Page**

Home Page merupakan sebuah wajah utama dari sebuah *website*. Pada bagian awal halaman *Website*, *home page* tersebut dibuat sebagai daya tarik utama serta menarik perhatian para *user* untuk memasuki bagian halaman *website* lainnya. Pada bagian *home page website* berisikan beberapa informasi dan juga sebagai sistem navigasi utama yang dapat diakses oleh *user*.

2) **Content**

Content merupakan sebuah bagian komponen yang berisikan informasi rinci yang disajikan di dalam *website*. *Content* yang tersajikan di dalam *website* umumnya berikan informasi secara keseluruhan, data, berita, cerita, maupun hiburan. Selain itu, *content* juga dapat berupa foto atau video, serta elemen visual lainnya sebagai media menyalurkan informasi dan meningkatkan daya tarik bagi *user* untuk mengunjungi *website* tersebut.

3) **Information Architecture**

Bagian tersebut berfungsi untuk menentukan sebuah *guidelines* agar dapat mengetahui penempatan komposisi *website* yang akan dilihat oleh para *user*. Hal tersebut bertujuan untuk memudahkan *user* dalam berpindah dari satu konten ke konten lainnya.

4) *Navigation System*

Navigation system merupakan sebuah struktur yang berfungsi sebagai sistem perpindahan dari halaman ke halaman lainnya, ataupun konten dalam sebuah *website*. Beberapa *website* pada umumnya memiliki beberapa tingkat navigasi utama, seperti *portal navigation*, *metanavigation*, *subnavigation*, serta *single web page navigation*.

5) *Link*

Link merupakan sebuah penghubung antara *website* ke lokasi media digital lainnya. *Link* tersebut juga dapat digunakan untuk menghubungkan satu halaman *website* ke halaman *website* lainnya. Dalam proses pembuatannya, *link* tersebut diatur dalam bahasa pemrograman yang merupakan sebuah kode HTML.

2.4 Videografi

Videografi merupakan sebuah gambar bergerak yang dibuat melalui proses perekaman gambar bergerak. Perekaman tersebut melibatkan penggunaan kamera dalam merekam adegan, pencahayaan, pergerakan kamera, hingga *editing video*. Videografi juga dapat dikatakan sebagai kerajinan seni yang memberikan sebuah cerita secara visual (Bowen, 2018). Dalam videografi, terdapat berbagai aspek dalam pembuatan video, yang akan dijelaskan sebagai berikut:

2.4.1 Jenis *Shot*

1) *Long Shot (LS)*

Long Shot merupakan jenis bidikan yang menampilkan keseluruhan sebuah subjek dari bawah hingga ke atas. Bidikan tersebut menunjukkan area yang luas dari ruang gambar yang mengarah ke lebar, tinggi, serta kedalaman dari subjek yang dipotret.



Gambar 2.39 *Long Shot*

Sumber: <https://www.studiobinder.com/blog/what-is-an-extreme-long-shot/> (2020)

2) *Medium Long Shot (MLS)*

Medium Long Shot atau disebut *knee shot* merupakan jenis bidikan yang menampilkan sebuah subjek dari lutut hingga ke atas.



Gambar 2.40 *Medium Long Shot*

Sumber: <https://www.pixel.web.id/medium-long-shot/> (2024)

3) *Medium Shot (MS)*

Medium Shot merupakan jenis bidikan yang menyerupai jarak pandang manusia. Bidikan tersebut menampilkan sebuah subjek dari pinggang ke atas atau dari lutut ke atas. Jenis bidikan tersebut juga dikenal sebagai *waist shot*, karena bidikan tersebut berakhir pada pinggang subjek yang dipotret.



Gambar 2.41 *Medium Shot*

Sumber: <https://eps-production.com/macam-macam-shot-types-dalam-pengambilan-gambar-yang-harus-kamu-tau-eps-production-com/> (2023)

4) *Medium Close Up* (MCU)

Medium Close Up merupakan jenis bidikan yang dimulai dari bagian dada hingga ke atas objek. Biasanya bidikan tersebut berfungsi untuk menunjukkan emosi dari subjek yang dipotret.



Gambar 2.42 *Medium Close Up*

Sumber: <https://www.pixel.web.id/medium-close-up/> (2024)

U
NIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

5) *Close Up (CU)*

Close Up merupakan jenis bidikan yang menampilkan satu bagian tubuh yang dimulai dari bahu hingga kepala pada subjek. Bidikan tersebut bertujuan untuk memperjelas emosi dari subjek yang dipotret.



Gambar 2.43 *Close Up*

Sumber: <https://www.katebackdrop.com/blogs/photography-tutorials/close-up-shot-portrait> (2022)

6) *Big Close Up (BCU)*

Big Close Up merupakan sebuah jenis bidikan yang menampilkan bagian yang lebih spesifik, yang dimulai dari bagian leher hingga ke kepala subjek yang dipotret. Jenis *shot* tersebut dapat digunakan di dalam ruangan maupun diluar ruangan.

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

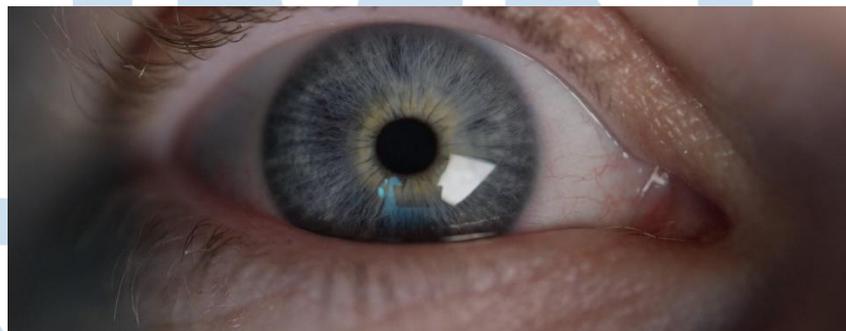


Gambar 2.44 *Big Close Up*

Sumber: <https://www.studiobinder.com/blog/close-up-shot/> (2022)

7) *Extreme Close Up* (ECU)

Extreme Close Up merupakan sebuah Bidikan yang memperlihatkan detail pada bagian-bagian tertentu. Bowen (2018) mengatakan bahwa jenis *shot* ini biasanya sering disebut sebagai *Italian Shot*, karena sering digunakan di beberapa film Barat-Italia dari karya Sergio Leone. Jenis *shot* tersebut memperlihatkan detail pada bagian tubuh, seperti mata, mulut, telinga, tangan, dan beberapa objek besar lainnya.



Gambar 2.45 *Extreme Close Up*

Sumber: <https://artlist.io/blog/the-power-of-the-close-up-shot-why-when-and-how-to-use-it/> (2020)

2.4.2 Komposisi

1) *Headroom*

Headroom merupakan sebuah jarak kepala yang menyisakan ruang pada sebuah *frame*. Hal tersebut bertujuan untuk memusatkan objek ke penonton. Sebuah *headroom* dapat terjadi karena sebuah penyempitan *frame* pada saat pembidikan gambar.



Gambar 2.46 *Headroom*

Sumber: <https://www.premiumbeat.com/blog/common-framing-errors-in-cinematography/> (2016)

2) *Rule of Third*

Rule of Third merupakan sebuah pembagian *frame* menjadi sembilan bagian yang diposisikan secara horizontal dan vertikal, sehingga menghasilkan titik sudut yang berasal dari persilangan antara pemotongan *frame* tersebut. Penggunaan *rule of third* tersebut bertujuan sebagai panduan untuk menempatkan subjek pada posisi *frame* yang benar.

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



Gambar 2.47 *Rule of Third*

Sumber: <https://www.studiobinder.com/blog/what-is-the-rule-of-thirds/> (2022)

3) ***Framing***

Framing merupakan metode pengambilan gambar yang menggunakan sebuah elemen mengelilingi sisi dari *frame*. Hal tersebut bertujuan untuk menciptakan bingkai alami dalam proses pengambilan gambar.



Gambar 2.48 *Framing*

Sumber: <https://www.studiobinder.com/blog/types-of-camera-shot-frames-in-film/> (2020)

4) *Leading Lines*

Leading Lines merupakan sebuah bagian komposisi dalam videografi yang bertujuan untuk memanfaatkan garis-garis pada objek visual yang akan mengarahkan mata penonton ke subjek yang dituju.



Gambar 2.49 *Leading Lines*

Sumber: <https://www.adorama.com/alc/leading-lines-photography/> (2021)

5) *Two-Shot*

Two-Shot merupakan bagian dari komposisi yang bertujuan untuk menampilkan dua subjek dalam satu frame tersebut. Biasanya, two-shot bertujuan untuk menampilkan sebuah dialog atau menampilkan produk yang berjumlah banyak.

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 2.50 *Two-Shot*

Sumber: <https://93ft.com/news/e-commerce-product-photography> (2023)

2.4.3 Pergerakan Kamera

1) *Handheld*

Handheld memiliki pergerakan yang dinamis dan dipegang dengan tangan oleh operator kamera.

2) *Panning*

Panning merupakan sebuah pergerakan kamera dari satu sisi ke sisi lain. Pergerakan tersebut bergerak secara horizontal.

3) *Tilt*

Berbalik dari *panning*, *tilt* juga merupakan sebuah pergerakan kamera dari satu sisi ke sisi lain. Pergerakan tersebut bergerak secara vertikal.

4) *Zooming*

Zooming merupakan sebuah pergerakan kamera untuk mendekati atau menjauhi subjek. Hal tersebut bertujuan untuk menciptakan efek perubahan kedalaman perspektif pada sebuah *frame*.

5) ***Timelapse***

Timelapse merupakan sebuah serangkaian kumpulan *frame* yang diambil pada interval tertentu dan dimainkan dengan cepat. Teknik tersebut bertujuan untuk menunjukkan perubahan sepanjang waktu dari satu *frame* ke *frame* lainnya.

6) ***Hyperlapse***

Hyperlapse merupakan gabungan dari *Timelapse* dan pergerakan dari teknik *panning* ataupun *tilt*.

7) ***Freeze Frame***

Freeze Frame merupakan penghentian sementara pada *frame* atau menghentikan pergerakan kamera untuk sementara. Hal tersebut untuk menciptakan sebuah efek dramatis pada *frame* tersebut.

2.5 Promosi

Promosi merupakan sebuah strategi pemasaran yang ditujukan untuk meningkatkan kesadaran, pemahaman, serta peminatan suatu barang atau jasa. Dalam sebuah bisnis, Promosi digunakan sebagai sebuah aktivitas untuk melakukan penjualan serta pemasaran terhadap produk atau jasa (Mullin, 2018). Dengan begitu, sebuah promosi harus dibuat semenarik mungkin agar dapat menarik perhatian calon konsumen. Sebagai berikut

2.5.1 Tujuan Promosi

1) **Memberikan Informasi**

Tentunya, *brand* atau perusahaan akan membuat sebuah konten informasi mengenai produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan.

2) **Persuasi**

Persuasi dalam promosi bertujuan untuk membujuk calon konsumen untuk membeli produk atau jasa.

3) **Mengingat**

Selain itu, terdapat juga konten yang dikeluarkan oleh *brand* dan bertujuan untuk memberitahu kembali kepada *audience* mengenai produk atau jasa yang ditawarkan oleh *brand* tersebut.

2.5.2 **Jenis Media Promosi**

Media promosi merupakan salah satu tempat yang sering digunakan oleh brand untuk memasarkan produk maupun jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu, berbagai pilihan media tersedia bagi *brand* untuk menjangkau target sasaran mereka yang akan dijelaskan sebagai berikut.

1) **Media Cetak**

Media cetak merupakan gabungan informasi yang bersifat statis dengan sejumlah tulisan, gambar, foto. Beberapa media cetak yang sangat dikenal oleh masyarakat yaitu koran, brosur, majalah, tabloid, spanduk, dll.

2) **Media Elektronik**

Media elektronik merupakan jenis media yang berbentuk elektronik dan hanya dapat digunakan ketika terdapat transmisi siaran. Beberapa media yang sering dijumpai oleh masyarakat, seperti televisi dan radio.

3) **Media Digital**

Media digital merupakan salah satu media yang dapat digunakan tanpa melakukan aktivitas jual beli di tempat. Penggunaannya dapat terbilang sangat praktis dan dapat menjangkau target pasar yang lebih luas. Berbagai media digital yang sering digunakan untuk melakukan promosi yaitu *website*, video, media sosial, dan animasi.

4) **Bottom Line Media**

Bottom Line Media juga merupakan salah satu bentuk promosi yang memanfaatkan media kecil untuk melakukan promosi terhadap sebuah *brand*. Salah satunya yang banyak dijumpai dari media promosi tersebut yaitu *merchandise* yang seringkali

diberikan oleh *brand* tersebut pada pembelian produk/jasa, maupun di *event* tertentu.

2.5.3 Strategi Pemasaran Promosi

Salah satu strategi promosi yang sering digunakan dan dijumpai dalam promosi yaitu menggunakan strategi AISAS yang ditulis oleh Sugiyama & Andree yang berjudul *The Dentsu Way* tahun 2010. AISAS merupakan sebuah strategi promosi yang menghubungkan aktivitas promosi dengan memperhatikan perubahan aktivitas masyarakat (Sugiyama & Andree, 2010). Dengan adanya AISAS, seorang perancang dapat mengetahui pola perilaku target pasar dan dapat menentukan pesan yang ingin disampaikan. Berikut merupakan proses dari strategi AISAS.

1) *Attention*

Tahapan pertama dalam promosi yaitu memberitahu keberadaan produk atau jasa yang ditawarkan. Hal tersebut bertujuan untuk memancing *audience* untuk mencari tahu lebih dalam terkait produk atau jasa yang ditawarkan oleh *brand* tersebut.

2) *Interest*

Setelah mengetahui keberadaan produk atau jasa tersebut, Tahap kedua yang akan terjadi yaitu *audience* merasa tertarik untuk mencari tahu lebih banyak mengenai produk atau jasa yang ditawarkan oleh *brand* tersebut. Pada tahap tersebut, terdapat kemungkinan *audience* ingin mencari tahu lebih dalam, atau hanya sekedar penasaran dan tidak ingin mencari tahu lebih rinci terhadap produk atau jasa yang diketahui oleh *audience* tersebut.

3) *Search*

Tahap selanjutnya, *audience* mencari tahu tentang produk atau jasa tersebut lebih rinci sebelum membelinya dan menggunakannya. Biasanya, informasi tersebut tersedia di berbagai media promosi, seperti pencarian *keywords* di *Google*, *website*, media sosial ataupun menonton video *review* dari pengguna lainnya yang mengetahui produk atau jasa yang serupa.

4) *Action*

Setelah *audience* mengetahui tentang produk atau jasa tersebut dengan rinci, Tahap selanjutnya *audience* akan membeli produk atau menggunakan jasa yang ditawarkan oleh *brand* tersebut.

5) *Share*

Setelah puas dengan produk atau jasa yang ditawarkan oleh brand tersebut, *audience* akan merekomendasikan ataupun menyebarkan informasi produk atau jasa yang digunakannya kepada orang lain. Selain itu *audience* juga dapat memberikan komentar terhadap produk atau jasa yang pernah dicoba sebelumnya kepada pengguna lainnya, yang dimana akan menciptakan *Word of Mouth* (WOM) sebagai salah satu strategi promosi yang efektif.

2.6 Kemasan Makanan

Kemasan makanan merupakan sebuah material yang digunakan untuk melindungi produk dari kerusakan. Beberapa kemasan digunakan sebagai pelindung dari pengaruh lingkungan eksternal seperti udara, kelembaban, cahaya, maupun mikroorganisme. Tanpa sebuah kemasan, produk tersebut akan terlihat berantakan dan tidak mungkin untuk mendatangkan calon konsumen (Robertson, 2013). Selain itu, Robertson (2013) juga mengatakan bahwa industri kemasan makanan merupakan salah satu industri yang mampu menyumbang 2% dari Produk Nasional Bruto di negara maju, yang kemudian setengah dari kemasan yang diproduksi tersebut diantaranya banyak digunakan untuk mengemas makanan.

Dikutip dari sebuah buku yang berjudul '*Food Packaging Principles and Practice*' yang ditulis oleh Gordon L. Robertson, Berikut merupakan fungsi utama, sifat, serta jenis material kemasan yang dikemukakan oleh beliau.

2.6.1 Fungsi Kemasan

1) Melindungi Produk

Fungsi utama dari sebuah kemasan yaitu agar tidak kotor maupun kerusakan yang disebabkan oleh faktor lingkungan maupun alam.

2) Menjaga Produk Tetap Utuh

Fungsi kedua dari kemasan yaitu untuk menjaga produk tersebut tetap utuh serta awet ketika digunakan oleh konsumen.

3) Mengidentifikasi Produk

Fungsi lain dari kemasan yaitu untuk membedakan produk dari brand lainnya. Hal tersebut dapat mempermudah konsumen untuk memilih produk yang diinginkan oleh konsumen.

2.6.2 Sifat Kemasan

1) Kemasan Fleksibel

Kemasan fleksibel memiliki bahan yang lunak dan dapat dibentuk sesuai keinginan. Material tersebut banyak ditemui pada material plastik serta kertas.



Gambar 2.51 Kemasan Fleksibel

Sumber: <https://putramapack.com/contoh-kemasan-fleksibel/> (2021)

2) Kemasan Kaku

Kemasan kaku memiliki sifat yang keras dan tidak dapat dibentuk sesuai keinginan. Sifat kemasan tersebut biasanya dapat ditemui pada material logam serta kaca.



Gambar 2.52 Kemasan Kaku

Sumber: <https://www.liputan6.com/hot/read/5436792/contoh-kemasan-yang-bersifat-kaku-adalah-5-barang-ini-yuk-kenali> (2023)

3) **Kemasan Hybrid**

Kemasan hybrid merupakan gabungan antara sifat yang kaku dan sifat yang fleksibel. Kemasan hybrid biasanya ditemui di botol plastik ataupun wadah yang berbentuk pasta.



Gambar 2.53 Kemasan Hybrid

Sumber: <https://www.soco.id/post/beauty/613d4a0a1b4adf46df173ea0/pilihan-hybrid-sunscreen> (2021)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.6.3 Jenis Material Kemasan

1) Plastik

Plastik merupakan senyawa *makromolekul* dengan proses pembentukannya melalui tahap polimerisasi. Sifat dari plasti sangat lentur, kuat, dan dapat dibentuk dengan mudah sesuai dengan kebutuhan.



Gambar 2.54 Kemasan Plastik

Sumber: <https://putramapack.com/kemasan-plastik/> (2021)

2) Kertas

Kertas banyak digunakan karena bahan materialnya yang ringan, kuat, serta praktis. Di sisi lain, kertas juga menawarkan harga yang cukup terjangkau dan juga kemudahan dalam produksinya.

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 2.55 Kemasan Kertas

Sumber: <https://putramapack.com/jenis-kemasan/> (2021)

3) Kaca

Kaca merupakan bahan kemasan yang sangat banyak digunakan pada produk minuman. Di sisi lain, kemasan kaca dapat memberikan kesan mewah pada produk yang disajikan.



Gambar 2.56 Kemasan Kaca

Sumber: <https://www.orami.co.id/magazine/kenapa-soda-kemasan-botol-kaca-lebih-enak-diminum-ini-penjasannya> (2019)

4) Logam

Logam merupakan bahan alam yang memiliki sifat yang sangat kedap. Material logam banyak digunakan untuk makanan siap saji dan dapat disimpan dalam jangka waktu yang sangat lama.



Gambar 2.57 Kemasan Logam

Sumber: <https://www.kompas.com/homey/read/2021/10/14/193037076/kemasan-kaleng-apakah-mengandung-bpa-juga?page=all> (2021)

5) *Aceptic*

Aceptic merupakan gabungan dari material seperti plastik, logam, dan kertas. *Aceptic* diciptakan sebagai bahan pengemasan makanan yang dapat disimpan dalam jangka waktu yang cukup panjang. Beberapa diantaranya yang sering dijumpai yaitu susu UHT serta bahan organik lainnya yang mudah basi.



Gambar 2.58 Kemasan *Aceptic*

Sumber: <https://www.tetrapak.com/en-id/about-tetra-pak/news-and-events/newsarchive/tetra-pak-and-lactogal-cut-carbon-footprint-of-aseptic-cartons-for-milk> (2023)

6) Bioplastik

Bioplastik merupakan sebuah jenis plastik yang terbuat dari bahan organik. Bahan untuk pembuatan bioplastik tersebut biasanya berupa algae atau singkong sebagai bahan utamanya. Bioplastik hadir sebagai solusi untuk menggantikan material plastik sintetis dan mudah terurai oleh alam.



Gambar 2.59 Kemasan Bioplastik

Sumber: <https://journal.moselo.com/kemasan-bioplastik-bikin-bumi-fantastik-b239cf5ec798> (2019)

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA