

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Desain Komunikasi Visual

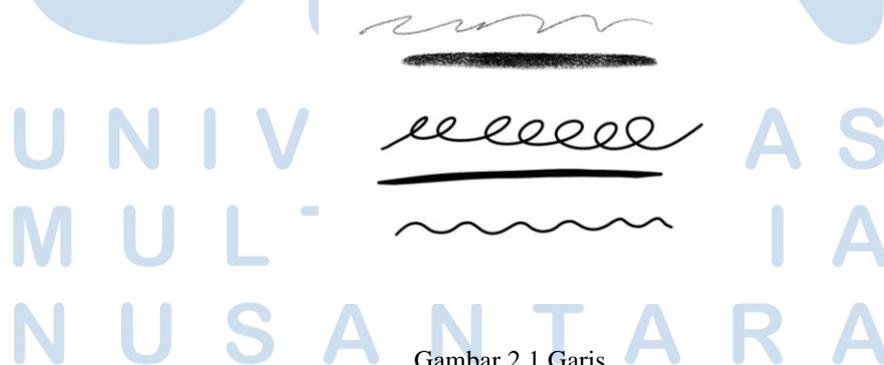
Desain grafis adalah sebuah bentuk komunikasi visual yang digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada suatu kelompok atau audiens yang ditujukan (Landa, 2013, hlm. 1). Desainer grafis dan direktur seni dalam bidang *advertising* juga memiliki peranan penting dalam artifak visual dari lingkungan masyarakat dan budaya populer. Desain juga merupakan perantara atau jembatan dari informasi dan kepehaman yang disampaikan kepada suatu kelompok atau audiens.

2.1.1 Elemen Visual

Dalam proses pembuatan suatu desain atau karya visual, desainer harus mengetahui dasar-dasar pengetahuan dari elemen dan prinsip formal dari desain grafis. Landa menyatakan bahwa elemen dasar visual dari desain dua dimensi terdiri dari garis, bentuk, warna dan tekstur (hlm.19).

2.1.1.1. Garis

Garis merupakan titik yang memanjang, dianggap juga sebagai titik yang bergerak dan bersatu sehingga membentuk garis. Garis berperan banyak dalam komposisi dan komunikasi. Garis bisa berbentuk lurus, melengkung, ataupun bersudut.



Gambar 2.1 Garis

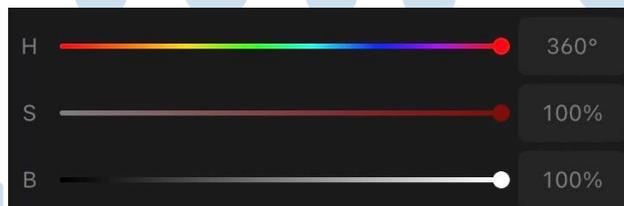
Garis memiliki beberapa fungsi, dan salah satu fungsi dasar garis adalah untuk memperjelas bentuk, ujung atau tepi, membuat gambar, huruf, dan pola. Garis juga berperan dalam memperjelas area dalam sebuah komposisi, serta membantu mengatur komposisi secara visual atau tampak keseluruhan.

2.1.1.2. Bentuk

Bentuk merupakan gabungan dari garis yang saling berhubungan dan saling menutup menjadi satu bentuk. Selain terbentuk dari garis, bentuk juga bisa terbentuk dari warna, tona, ataupun tekstur. Bentuk bisa dibagi menjadi tiga bentuk dasar berdasarkan garis batasnya, yaitu persegi, segitiga dan lingkaran. Masing-masing dari tiga bentuk dasar tersebut apabila digabungkan akan membentuk bangunan yang bervolume, seperti kubus, limas dan bola.

2.1.1.3. Warna

Elemen desain yang provokatif dan kuat adalah warna. Warna merupakan pantulan dari cahaya sebuah benda, dimana saat pantulan tersebut terjadi benda akan menyerap sebagian dari cahaya dan sebagian lagi dipantulkan. Berbeda dengan warna yang dipantulkan oleh benda, warna pada layar komputer merupakan energi langsung dari cahaya. Warna pada layar komputer biasa disebut sebagai warna digital. Terdapat tiga kategori elemen warna yang membedakan suatu warna dengan yang lain, yaitu *hue*, *value*, dan *saturation*.



Gambar 2.2 Hue (*H*), Saturation (*S*) dan Brightness/Value (*B*).

Sumber: Procreate

Hue sendiri merupakan nama dari warna, seperti merah, hijau, biru atau oranye. *Value* berkaitan dengan terang dan gelap dari sebuah warna, misalnya hijau gelap atau biru terang. Sedangkan, *saturation* adalah tingkat kecerahan atau kekusaman suatu warna. *Saturation* memiliki sinonim, yaitu *chroma* dan *intensity*.

Color scheme merupakan kombinasi warna yang bertujuan untuk mengkombinasi warna dengan lebih harmonis. Beberapa kombinasi warna menurut Landa (2014) adalah sebagai berikut:

1. *Monochromatic*

Monochromatic hanya menggunakan satu warna dari *hue*, misalnya warna merah dan warna tersebut akan dimainkan *value* dan *saturation*nya. *Monochromatic* digunakan dengan tujuan untuk menciptakan desain yang simpel, seimbang, dan memiliki kesatuan.

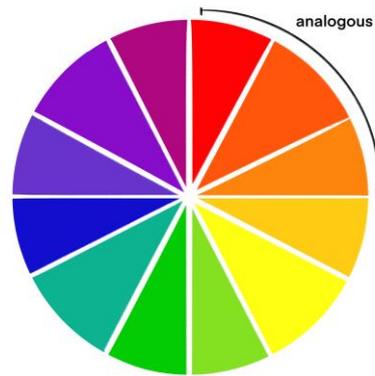


Gambar 2.3 *Monochromatic color scheme*

2. *Analogous*

Tiga warna yang bersebelahan pada *hue* merupakan komponen utama dari kombinasi warna *analogous*.

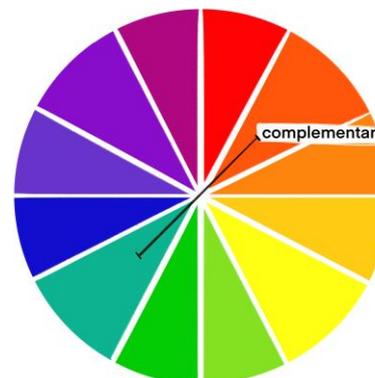
Karena kedekatan ketiga warna tersebut, warna *analogous* cenderung memiliki harmoni. Tujuan dari warna *analogous* adalah untuk menciptakan kesatuan dan ketenangan, seperti *monochromatic* tapi lebih beragam.



Gambar 2.4 *Analogous color scheme*

3. *Complementary*

Dua warna dari *hue* yang saling berhadapan atau berlawanan merupakan dasar dari kombinasi warna *complementary*. Dua warna yang saling berlawanan tersebut menghasilkan kontras yang kuat sehingga memberikan kesan yang seru dan menyenangkan.

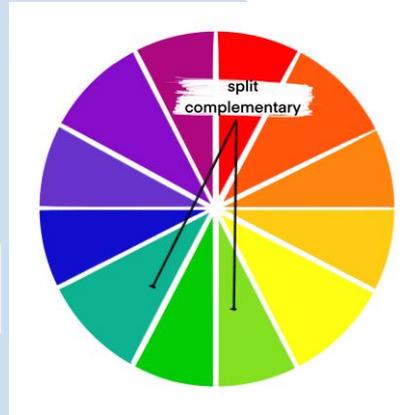


Gambar 2.5 *Complementary color scheme*

4. *Split Complementary*

Split complementary menggunakan satu warna ditambah dengan dua warna yang berdekatan dengan warna *complementary* dari warna pertama. Kesan yang diberikan oleh *split complementary* adalah kontras yang

tinggi namun tidak lebih dramatis dari warna *complementary* dan masih kuat secara visual.



Gambar 2. 6 *Split Complementary color scheme*

5. *Triadic*

Tiga warna yang memiliki jarak yang sama dari satu sama lain dalam *color wheel* dapat membentuk kombinasi warna *triadic*. Keseimbangan yang diciptakan oleh warna *triadic* secara visual beragam dengan adanya kontras warna dan tetap harmonis.

6. *Tetradic*

Warna *tetradic* menggunakan dua set warna *complementary*, yang totalnya terdiri dari empat warna. Warna *tetradic* menyediakan keberagaman *hue* dan kontras yang sangat bagus.

2.1.1.4. **Tekstur**

Landa menjelaskan terdapat dua kategori dari tekstur dalam seni visual, yaitu *tactile* dan *visual* (hlm.28). *Tactile texture* mengarah ke tekstur asli, dimana tekstur tersebut bisa dirasa secara fisik dan disentuh. *Tactile texture* dihasilkan dengan beberapa teknik cetak seperti *embossing* dan *debossing*, *engraving*, *letterpress*, dan *stamping*. *Visual texture* merupakan ilusi dari tekstur asli, dimana tekstur asli ditangkap melalui foto atau hasil *scan*.

2.1.2 Prinsip Desain

Prinsip dasar desain dibutuhkan dalam proses membuat komposisi suatu desain. Prinsip-prinsip tersebut saling berhubungan satu sama lain dan membantu menciptakan keseimbangan dalam suatu komposisi desain. Menurut Landa (2014), berikut adalah prinsip-prinsip desain yang digunakan dalam membuat komposisi desain.

2.1.2.1. Keseimbangan (*Balance*)

Keseimbangan merupakan prinsip desain yang bisa dimengerti menggunakan intuisi (Landa, 2014, hlm. 30). Dalam keseimbangan, elemen visual harus didistribusikan dengan merata agar terciptanya stabilitas dan keharmonisan. Keharmonisan tersebut sangat berdampak pada audiens, karena rata-rata audiens tidak menerima ketidakseimbangan dalam komposisi dengan baik dan bereaksi negatif terhadap ketidakseimbangan tersebut. Elemen visual yang didalamnya terdapat ukuran, bentuk, warna, nilai, dan tekstur dalam suatu komposisi bisa disebut sebagai *visual weight*.



Gambar 2.7 Keseimbangan Simetris, Asimetris, dan Radial

Pendistribusian visual weight dalam keseimbangan secara merata dapat dilakukan dengan 3 cara, yaitu keseimbangan simetris, asimetris, dan *radial*.

1. Keseimbangan Simetris

Keseimbangan simetris merupakan pembagian *visual weight* yang sama rata. Nama lain dari keseimbangan

simetris adalah *reflection symmetry*, karena posisi elemen yang mencerminkan satu sama lain pada kedua sisi sumbu vertikal maupun horizontal.

2. Keseimbangan Asimetris

Keseimbangan asimetris dicapai lewat pembagian *visual weight* melalui penyeimbangan suatu elemen dengan elemen lainnya tanpa pencerminan elemen di kedua sisi sumbu.

3. Keseimbangan Radial

Keseimbangan radial merupakan penggabungan dari kedua sisi sumbu horizontal maupun vertikal, dimana elemen-elemen dipancarkan dari suatu titik tengah sebuah komposisi.

2.1.2.2. Hirarki (*Hierarchy*)

Hirarki berperan penting dalam memberi *guide* bagi audiens, terutama dalam menyampaikan informasi. Hirarki merupakan susunan dari keseluruhan elemen visual berdasarkan penekanan, yaitu susunan elemen visual yang didasarkan pada urutan kepentingan dan membuat suatu elemen visual lebih dominan daripada yang lain.



Gambar 2.8 Penerapan Hirarki

Sumber: <https://page-online.de/typografie/exklusiv-die-gewinner-des-tdc-2015/>

Penekanan atau *emphasis* bertujuan untuk menyorot informasi yang paling penting sehingga informasi tersebut menjadi

titik fokus (*focal point*). Menurut Landa (2014), terdapat beberapa cara untuk mencapai penekanan dalam hirarki, yaitu:

1. Pengasingan (Isolation)

Pengasingan memberikan fokus perhatian pada elemen-elemen visual. Titik fokus biasanya memiliki visual weight yang cukup besar atau elemen visual yang banyak, dan harus diseimbangkan dengan elemen visual lain yang terdapat dalam komposisi. *Isolation* dapat dilakukan dengan mengatur jarak dan *white space* di sekitar elemen visual.

2. Peletakan

Audiens memiliki preferensi dalam peletakan elemen visual. Dengan meletakkan elemen di suatu tempat yang spesifik dalam sebuah komposisi, seperti *foreground*, bagian atas kiri, atau bagian tengah dari sebuah halaman akan lebih menarik dari mata atau pandangan audiens.

3. Ukuran (Scale)

Ukuran dari elemen yang dipakai dalam desain memiliki peranan penting dalam menciptakan penekanan. *Scale*, atau ukuran dari satu bentuk yang berhubungan dengan bentuk lain bisa membuat elemen terlihat mendekat atau menjauh. Ilusi tersebut juga dapat menciptakan kedalaman atau dimensi dalam komposisi.

4. Kontras

Penekanan melalui kontras bergantung dan ditujukan pada perbedaan ukuran, *scale*, lokasi, bentuk, dan posisi suatu elemen. Sebagai contoh, kontras bisa menggunakan gelap dan terang, seperti suatu warna yang sangat terang sebagai fokus penekanan dan dikelilingi oleh warna gelap.

5. Arah dan Panah

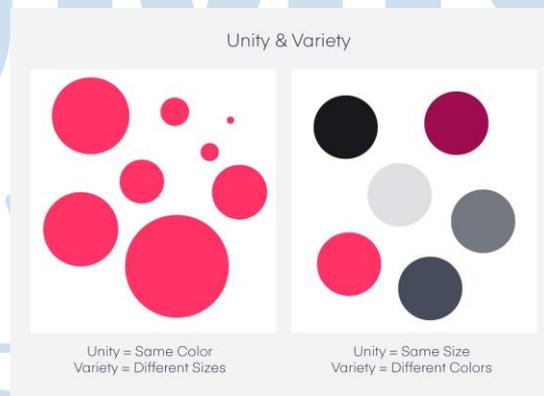
Arah dan panah berfungsi sebagai arahan bagi mata audiens ke fokus penekanan.

2.1.2.3. Pengulangan dan Variasi

Pengulangan atau *repetition* terjadi ketika suatu elemen visual diulang secara konsisten. Terdapat juga *variation* atau variasi, yaitu elemen visual yang berbeda-beda, bisa dari bentuk, warna, ukuran, *spacing*, posisi, atau *visual weight*. Variasi menciptakan visual yang menarik agar dapat menambahkan elemen kejutan dan menarik audiens. Namun, terlalu banyak variasi juga membuat visual menjadi kurang harmonis. Dalam desain grafis, pengulangan diselangi oleh variasi agar dapat menciptakan minat visual terhadap audiens.

2.1.2.4. Kesatuan (*Unity*)

Kesatuan merupakan keharmonisan elemen visual yang membuat elemen terlihat saling terhubung dan bergantung satu sama lain sehingga menciptakan kesatuan. Dalam menciptakan kesatuan, terdapat *gestalt* yang merupakan bahasa Jerman dari ‘bentuk’. *Gestalt* akan menempatkan penekanan pada persepsi dari bentuk sebagai kesatuan yang tersusun, berdasarkan bagaimana cara berpikir manusia dalam menyusun, menyatukan, dan mengatur persepsi. Pikiran manusia juga mencoba untuk *grouping*, yaitu memahami unit visual berdasarkan lokasi, orientasi, kemiripan, bentuk, dan warna.



Gambar 2.9 Penerapan Kesatuan

<https://www.invisionapp.com/defined/principles-of-design>

2.1.2.5. Ukuran (*Scale*)

Dalam desain grafis, *scale* adalah ukuran dari elemen grafis yang terlihat berhubungan dengan elemen grafis lain yang terdapat dalam komposisi. *Scale* didasarkan pada hubungan proporsional antara bentuk-bentuk. *Scale* dapat berhubungan dengan pemahaman terhadap ukuran relatif dari benda nyata dalam lingkungan tempat benda tersebut berada. Contohnya, ukuran relatif dari sebuah apel yang dibandingkan dengan sebuah pohon. Dalam prinsip dasar desain, seorang desainer harus bisa mengontrol *scale* karena dengan memanipulasi *scale*, komposisi akan memuat variasi dari elemen visual. Selain itu, *scale* juga dapat menambahkan kontras dan dinamis antara bentuk.

2.1.3 Tipografi

Satu set karakter huruf, angka, symbol, dan tanda baca yang didesain secara konsisten dan dalam kesatuan merupakan *typeface*. Biasanya dalam *typeface* terdapat huruf, angka, symbol, tanda, tanda baca, dan aksentuasi atau tanda diakritik. Istilah dalam *typeface* kebanyakan menggunakan istilah yang sama dengan *metal type*. Pada masa *metal type*, sebuah *font* didesain dalam satu ukuran, berat, dan *style* yang spesifik. Sedangkan sekarang, *font* sudah berbentuk digital dan tersedia dalam berbagai ukuran.

2.1.3.1. Klasifikasi Tipografi

Seiring dengan perkembangan jaman, *typeface* menjadi mudah untuk diakses dan terdapat banyak jenisnya. Namun, terdapat klasifikasi utama yang didasarkan pada sejarahnya. Menurut Landa (2014), berikut adalah beberapa klasifikasi utama tersebut:

1. *Old Style* atau *Humanist*

Merupakan *typeface* roman, yang dikenalkan pada akhir abad ke-15. *Typeface humanist* dikarakterisasi oleh kemiringan serif dan penekanan. Contoh dari *typeface*

tersebut adalah Caslon, Garamond, dan Times New Roman.

2. *Transitional*

Merupakan *typeface* serif yang mulai ada pada abad ke-18 dan mewakili transisi dari gaya kuno ke modern. Contoh dari *typeface transitional* adalah Baskerville dan Century.

3. *Modern*

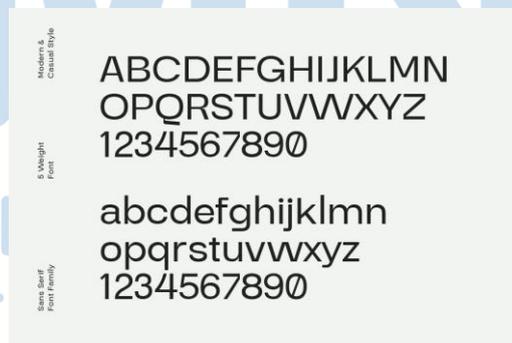
Merupakan *typeface* serif yang berkembang pada akhir abad ke-18 dan awal abad ke-19. Bentuk dari *typeface modern* lebih geometris dan kontras tebal-tipisnya, seperti Bodoni, Didot, dan Walbaum.

4. *Slab Serif*

Merupakan *typeface* serif yang dikenalkan pada awal abad ke-19. Karakteristik *Slab Serif* condong lebih tebal dan contohnya adalah American Typewriter, Memphis, dan Clarendon.

5. *Sans Serif*

Merupakan *typeface* yang tidak memiliki serif dalam hurufnya, dikenalkan pada awal abad ke-19. Contoh *typeface Sans Serif* adalah Futura, Univers, Frutiger dan Stara Sans Serif.



Gambar 2.10 *Typeface Sans Serif*

<https://yukitacreative.medium.com/introducing-stara-sans-serif-font-family-95cee3a97e66>

6. *Blackletter*

Merupakan *typeface* yang didasarkan pada bentuk huruf manuskrip pada abad ke-13 sampai dengan ke-15. *Blackletter* juga bisa disebut sebagai *gothic*. *Blackletter* memiliki karakteristik goresan yang berat dan tebal dengan sedikit lengkungan. Contohnya adalah Textura.

7. *Script*

Merupakan *typeface* yang menyerupai tulisan tangan. Biasanya huruf-huruf pada *typeface Script* bersambung dan miring. Terdapat juga *typeface Script* yang tidak bersambung dan tidak miring. Contohnya adalah Unrulyness.

The image shows a sample of the Unrulyness typeface, which is a handwritten script. The text reads: "The quick brown fox jumps over the lazy dog. 1234567890". The letters are connected and slanted, mimicking cursive handwriting.

Gambar 2.11 *Typeface Handwritten Script*

Sumber: <https://www.dafont.com/unrulyness.charmap>

8. *Display*

Merupakan *typeface* yang didesain untuk judul dan headline sehingga ukurannya cenderung besar. *Typeface Display* akan lebih susah untuk dibaca sebagai teks, karena karakteristiknya yang lebih terdekorasi dan buatan tangan atau *custom*.

2.1.3.2. *Spacing*

Spacing berguna agar audiens tidak kehilangan perhatian terhadap apa yang sedang mereka baca, sehingga *letter spacing*, *word spacing*, sampai *line spacing* berdampak pada fokus audiens saat membaca. Namun, pengaturan spacing harus disesuaikan karena saat spacing terlalu banyak maka akan mengurangi keterbacaan, sama halnya dengan spacing yang terlalu kecil akan membuat membaca terlalu sulit.

2.1.3.3. *Alignment*

Alignment merupakan peletakan atau penyusunan dari tipe teks. Menurut Landa (2014), terdapat beberapa jenis *alignment*:

1. *Left-aligned*

Teks disusun sejajar ke arah kiri margin namun ujung tiap kanan teks atau kalimat kalimat tidak sama rata. *Left-aligned* juga disebut sebagai *left-justification* atau *flush left/ragged right*.

2. *Right-aligned*

Teks disusun sejajar ke arah kanan dan tidak rata pada ujung kiri teks atau kalimat. *Right-aligned* bisa disebut juga sebagai *right-justification* atau *flush right/ragged left*.

3. *Justified*

Teks sama rata pada kedua sisi kanan dan kiri teks, terlihat lebih rapi dan tersusun.

4. *Centered*

Teks disusun pas ditengah dari halaman atau sebuah garis vertikal yang tidak terlihat.

5. *Runaround*

Teks mengikuti garis luar dari suatu gambar, fotografi, atau elemen grafis. *Runaround* juga bisa disebut sebagai *text wrap*.

6. *Asymmetrical*

Teks disusun mengikuti garis yang tidak simetris sehingga tidak mengikuti suatu set susunan teks.

2.1.4 *Grid*

Grid merupakan alat bantu berupa garis-garis vertikal dan horizontal yang berguna dalam pembuatan komposisi karya. Elemen seperti *text type*, ilustrasi, grafis, dan fotografi biasanya selalu disusun dengan menggunakan *grid*. *Grid* juga merupakan fondasi dari struktur buku, majalah, brosur,

website desktop, website handphone, dan masih banyak lagi. *Grid* membantu dalam proses pembuatan sehingga cenderung lebih hemat waktu daripada mendesain secara spontan. Jenis *grid* berdasarkan Landa (2014) ada tiga, yaitu *single-column*, *multicolumn*, dan *modular*.

2.1.4.1. *Single Column Grid*

Struktur dari *single-column grid*, yang disebut juga sebagai *manuscript grid*, dapat dikenali dengan suatu kolom yang berdiri sendiri atau kumpulan teks yang keseluruhannya dikelilingi oleh garis *margin*. *Single-column grid* memiliki *margin* atau sisa space kosong pada kiri, kanan, atas atau bawah dari setiap halamannya. *Margin* berfungsi sebagai garis tepi yang membatasi konten agar tetap tertata secara visual dan terlihat proporsional. Penggunaan *single-column grid* pada umumnya terdapat pada buku. Namun, *single-column grid* juga cocok dengan layar lebih kecil. Saat mendesain website untuk layar yang lebih kecil dan juga besar, struktur *grid* dirancang secara bersamaan sehingga dapat memberikan pengalaman bagi audiensnya.

2.1.4.2. *Multicolumn Grid*

Multicolumn grid memiliki kolom yang jumlahnya lebih dari satu. Penentuan jumlah kolom bergantung pada ukuran dan proporsi yang digunakan pada sebuah desain. Ukuran kolom sendiri dapat berbeda-beda atau disamakan, tergantung pada konten dari desain dan juga fungsinya. *Multicolumn grid* bersifat fleksibel karena bisa digunakan pada layar desktop, *handphone* dan tablet.



Gambar 2.12 Penerapan *Multi-column Grid*

Sumber: <https://www.interaction-design.org/literature/article/grid-systems>

2.1.4.3. *Modular Grid*

Modular grid terdiri dari modul-modul, dibangun dari titik pertemuan kolom dan *flowline*. *Modular grid* berfungsi untuk mengelompokkan informasi ke dalam satu modul. Kelebihan dari *modular grid* adalah informasi dapat dimuatkan dalam modul-modul individu atau dikelompokkan ke dalam suatu zona. *Modular grid* dianggap menjadi jenis *grid* yang paling fleksibel, karena dapat memuat banyak variasi.

2.1.5 Ilustrasi

Menurut Landa (2014), ilustrasi merupakan gambar yang dibuat dengan tangan dan melengkapi atau mendampingi teks, baik teks tersebut dalam bentuk cetak, digital, ataupun lisan. Teks diperjelas dengan kehadiran ilustrasi karena ilustrasi dapat menyampaikan pesan tambahan dari teks. *Illustrator* profesional biasanya bekerja dalam media yang variatif dan tetap memiliki karakteristik unik yang dapat dikenal. Setiap *illustrator* mempunyai perspektif, visi dan misi yang berbeda-beda sehingga saat digabungkan dengan desain yang hebat, dapat menjadi seni yang bersifat original. Sebelum adanya fotografi, ilustrasi merupakan bentuk dari *imagery* dalam komunikasi visual yang paling populer.

2.1.5.1. Peran Ilustrasi

Ilustrasi menurut Witabora (2012) memiliki peran-peran sebagai berikut:

1. Alat informasi

Seiring berkembangnya ilmu pengetahuan dan Pendidikan pada abad ke-19, ilustrasi digunakan untuk merekam dunia fisik dan intelektual sehingga dapat ditemukan dalam buku-buku pendidikan, pengetahuan alam, dan juga ensiklopedia. Ilustrasi juga digunakan oleh para ilmuwan untuk mendokumentasi dan

menjelaskan mendetail subjek yang diteliti, dari anatomi sampai kehidupan alam.



Gambar 2.13 Ilustrasi sebagai Alat Informasi

Sumber: <https://dribbble.com/shots/12952410-Roloway-Monkey>

2. Media opini

Dalam dunia editorial, fungsi utama ilustrasi adalah menjadi penghubung dengan jurnalisme yang terkandung pada halaman koran dan majalah. Ilustrasi menjadi media opini terkait topik gaya hidup, politik dan isu-isu yang sedang terjadi.

3. Alat untuk bercerita

Ilustrasi sering dipakai untuk bercerita, terutama di buku cerita anak-anak. Gaya ilustrasi yang digunakan untuk bercerita tergantung dengan genre dari cerita tersebut. Misalnya komik, yang dimana cerita disampaikan melalui ilustrasi secara terus menerus akan berbeda dengan novel grafis untuk cerita yang lebih berat dan dewasa.

4. Alat persuasi

Ilustrasi mengambil peranan penting dalam memberikan persuasi terhadap audiensnya. Sebagai contoh, ilustrasi dalam dunia iklan sekarang menjadi bagian dari kampanye sebuah produk untuk membangun kesadaran

merek sebuah barang, brand atau perusahaan. Ilustrasi sebagai alat persuasi memiliki keanekaragaman yang sangat besar, mulai dari produk jasa, minuman, makanan, peralatan rumah tangga, pakaian, media komunikasi dan teknologi, pariwisata, dan lain lain. Pada masa perang, ilustrasi juga digunakan sebagai alat propaganda untuk mempersuasi dan menyebarkan pesan dengan efektif.

5. Identitas

Dalam pengenalan produk atau perusahaan, ilustrasi memegang peran yang besar. Ilustrasi dan desain grafis menempati media-media seperti *below the line*, *packaging*, *point of sale* dan lain lain. Ilustrasi juga digunakan untuk kepentingan identitas suatu organisasi atau perusahaan, contohnya dalam logo perusahaan.

6. Desain

Hubungan yang dekat antara desain dan ilustrasi membuat ilustrasi sering juga digunakan dalam mendesain sesuatu. Sebagai contohnya, dalam dunia *fashion*, ilustrasi sering diaplikasikan ke produk seperti kaos, tas, dan lain lain.

2.1.5.2. Jenis-jenis Ilustrasi

Menurut Maharsi (2016), terdapat banyak sekali jenis ilustrasi. Jenis tersebut disesuaikan dengan kebutuhan komunikasi dan juga dengan media komunikasi yang berkembang pada saatnya. Beberapa diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Ilustrasi Karikatur

Karikatur memiliki banyak perkembangan, dari gambar lucu atau sebatas souvenir menjadi senjata ampuh terhadap gejala sosial. Peran karikatur berkaitan dengan aspek komunikasi sosial. Komunikasi sosial bisa bersifat politik ataupun kritik sosial seperti simpati dan empati.

Objek atau figur yang menjadi sasaran kritik tersebut akan dibuat karikturnya dengan sedikit deformasi terhadap objek untuk memberikan kesan lucu dan humor, sehingga audiens menerima pesan atau kritik yang disampaikan.

2. Ilustrasi Buku Anak

Ilustrasi dalam buku anak berperan sebagai alat komunikasi dengan tujuan untuk lebih memudahkan dan mempercepat anak-anak dalam memahami dan mencerna pesan atau edukasi yang disampaikan. Proses edukasi memiliki nilai penting yang bisa tersampaikan secara maksimal lewat imajinasi visual yang kreatif dan ilustrasi membantu proses tersebut. Layout yang terdapat dalam Buku Anak juga beragam, bisa memuat teks dan gambar hingga penuh gambar atau tanpa teks, bisa disebut juga *picture book*.

3. Ilustrasi Iklan

Iklan berhubungan erat dengan ilustrasi, dimana ilustrasi dipakai untuk memberikan gambar yang jelas mengenai produk atau jasa yang ditawarkan. Terdapat tipe ilustrasi dalam iklan, seperti tipe dramatisasi. Tipe dramatisasi untuk melebih-lebihkan gambaran produk atau jasa yang ditawarkan. Terdapat juga ilustrasi yang digunakan untuk persuasi, dimana ilustrasi dalam iklan berguna untuk membujuk audiens agar mengingat dan mengikuti pesan yang disampaikan.

4. Ilustrasi Editorial

Dalam editorial, ilustrasi berperan sebagai pendamping dan penambahan nilai emosional, sekaligus menguatkan dan mendukung artikel atau berita yang dibawa. Dalam editorial, ilustrasi terbagi menjadi ilustrasi majalah dan

surat kabar. Ilustrasi dalam surat kabar bersifat simbolis, khas dan khusus. Ilustrator untuk surat kabar harus memahami isu yang dibawa serta peka terhadap isu sosial dan memiliki wawasan yang luas. Sedangkan untuk ilustrasi majalah, sifatnya bergantung kepada jenis majalah tersebut. Misalnya untuk majalah anak-anak seperti Bobo, ilustrasi lebih mengikuti audiens yang mayoritas anak-anak. Dalam majalah terdapat cerita pendek, yang biasanya juga diikuti dengan ilustrasi sebagai pelengkap.

2.2 Media Informasi

Media informasi merupakan alat untuk mengumpulkan dan menyusun kembali sebuah informasi sehingga menjadi bahan yang bermanfaat bagi penerima informasi. Turow (2019) menyatakan bahwa media informasi adalah suatu tempat yang berguna untuk menyampaikan informasi dan komunikasi secara meluas atau massa. Menurut Sobur (2006), media informasi juga merupakan alat-alat grafis, fotografis, atau elektronik untuk menangkap, memproses serta menyusun kembali informasi visual. Media informasi merupakan hal yang sudah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari seorang individu.

2.2.1 Fungsi Media Informasi

Media informasi memiliki banyak fungsi yang berguna untuk masyarakat. Media informasi berperan penting sebagai penghubung masyarakat dengan hal-hal yang sedang terjadi di sekitar. Media informasi memiliki beberapa fungsi, yaitu:

1. Enjoyment

Kesenangan bisa didapatkan juga lewat media informasi, karena media informasi menyediakan hal tersebut. Lewat kesenangan, individu akan mendapatkan kepuasan hati dan seringkali individu tidak keberatan untuk membayar demi mendapatkan hal tersebut. Kesenangan juga dapat diperoleh dari menonton televisi,

membaca buku fiksi, mendengarkan lagu dan berita lewat radio, dan membaca koran di pagi hari.

2. Companionship

Menemani satu individu juga merupakan peran media informasi. Media informasi mempunyai nilai dimana media informasi dapat menemani individu saat individu merasa sendiri. Misalnya, disaat individu sedang terjebak di kemacetan dan radio di mobil akan menemani individu tersebut selama perjalanan dengan memutar lagu dan memberikan cerita atau berita-berita singkat.

3. Surveillance

Media informasi juga dapat digunakan sebagai sarana memantau kejadian yang sedang terjadi di area yang berada di luar jangkauan seorang individu. Lewat media informasi, individu dapat lebih mengetahui berita terbaru dan memantau keadaan lewat berita-berita tersebut.

4. Interpretation

Dengan adanya media informasi, individu dapat menambah wawasan dan informasi lebih banyak lagi untuk dipelajari. Media informasi juga memicu individu untuk lebih mencari tahu banyak tentang suatu topik dan membantu individu dalam proses tersebut.

2.2.2 Jenis-jenis Media Informasi

Turow (2019) menyatakan bahwa jenis-jenis media informasi yang dipergunakan untuk memberikan informasi ada bermacam-macam yaitu:

1. Media Cetak

Media cetak terbagi atas beberapa jenis, yaitu:

a. Buku

Buku adalah sumber ilmu pengetahuan dan sumber pembangun karakter bangsa (Muktiono, 2003). Buku juga memiliki banyak jenisnya, beberapa diantaranya adalah novel, komik, ensiklopedi, dongeng, dll.

b. Koran

Koran menjadi media cetak yang dibuat secara harian atau mingguan. Informasi yang dimuat beragam dan dicetak dalam kuantitas banyak. Terdapat dua jenis koran, yakni koran yang diterbitkan minimal 5 kali seminggu dan disebut sebagai koran harian dan terdapat koran yang diterbitkan 4 kali sebulan, disebut sebagai koran bulanan.

c. Majalah

Majalah merupakan media massa yang terbit secara teratur atau berkala dan berisikan artikel-artikel informasi yang sesuai dengan bidang yang dibahas dalam majalah tersebut.

2. Media Digital

Media digital terbagi atas beberapa jenis, diantaranya adalah:

a. Televisi

Televisi memiliki siaran-siaran yang menayangkan program televisi. Siaran televisi memiliki definisi sebagai transmisi audio visual melalui arus elektromagnetik, yang akan diubah menjadi bentuk audio visual kembali saat diperlihatkan kepada penerima.

b. Radio

Radio biasanya memuat lagu, iklan dan berita singkat dalam bentuk suara, dan penyebaran lagu, iklan dan berita singkat tersebut dilakukan dengan menggunakan penyebaran nirkabel.

c. Video Game

Video game adalah sebuah media hiburan yang disalurkan lewat layar atau monitor dengan tujuan untuk memberikan hiburan, pengalaman, serta tantangan terhadap penerimanya.

2.2.3 E-Book

Media informasi memiliki banyak fungsi yang berguna untuk masyarakat, salah satu media informasi tersebut adalah buku. Menurut Haslam (2006), buku merupakan jenis dokumentasi tertua yang menyimpan pengetahuan dunia, ide, dan kepercayaan. Kemudian Landa (2014) juga menjelaskan bahwa buku merupakan salah satu jenis publikasi yang mengandung banyak halaman dengan konten yang disusun berdasarkan sistem bab. Buku juga terbagi menjadi beberapa jenis, seperti buku pelajaran, panduan, literatur, nonfiksi, buku anak, dan lain lain.

Sedangkan untuk *E-Book* atau buku digital, merupakan terjemahan digital dari buku fisik yang dibuat dalam bentuk elektronik (Waryanto et al., 2017). Buku digital dapat menggabungkan materi interaktif dan juga terbagi atas beberapa format, seperti teks biasa, JPG, DOC, HTML, PDF, EPUB, dan lain lain. Dalam *E-Book*, visual dapat menjadi lebih menarik, lengkap dengan elemen-elemen interaktif lain seperti video maupun audio.



Gambar 2.14 Buku dalam bentuk digital

Sumber: <https://houseofpr.wordpress.com/2012/01/28/create-your-own-online-magazine-with-issuu/>

Terdapat juga pengertian lain *E-Book*, yaitu media yang dipublikasikan dalam bentuk digital yang terdiri dari teks dan gambar serta dapat dibaca melalui berbagai perangkat elektronik (Andikaningrum et al, 2014). *E-Book* memiliki kelebihan seperti praktis, tahan lama, mudah untuk didistribusikan, dan lebih ramah lingkungan. Namun, *E-Book* juga memiliki

kekurangan seperti hanya bisa diakses melalui gadget atau perangkat elektronik.

2.3 *Emotional Dependency*

Ketergantungan emosional muncul saat individu perlu terikat pada individu lain secara emosional (Arntz, 2006). Menurut Scantamburlo, Pitchot dan Anseau (2013), ketergantungan emosional dapat dianggap sebagai suatu kondisi yang dapat dikenali dengan rasa percaya diri yang rendah dan saat individu tidak merasa cukup dengan hubungan yang individu tersebut miliki dengan pasangan atau orang terdekatnya. Individu tersebut juga memiliki kepercayaan yang kuat bahwa suatu saat dirinya akan ditinggal sendiri oleh pasangan atau lingkungan pertemanan.

2.3.1 Karakteristik

Individu yang mengalami ketergantungan emosional memiliki karakteristik berupa individu tidak percaya akan kemampuan mereka dalam memberikan diri sendiri *emotional security* dan cenderung tidak memiliki *mood* yang stabil sehingga individu butuh orang lain yang dapat menyediakan *emotional security* tersebut. Individu juga biasanya selalu merasa rasa kesepian yang intens dan terus-menerus memiliki keinginan untuk menjalin hubungan dengan orang lain. Rasa hampa merupakan situasi yang sulit untuk individu dengan ketergantungan emosional, sehingga individu tidak merasa memiliki kemampuan untuk mengatasinya karena individu tersebut tidak memiliki rasa identitas yang kuat (Hoogstad, 2008). Menurut GÜNGÖR dan KABA (2021), walaupun studi literatur terkait ketergantungan emosional sangat terbatas, penelitian menunjukkan bahwa ketergantungan emosional berhubungan dengan kecemasan dan gejala depresi, *anxious attachment*, dan kecanduan emosional.

Terdapat beberapa tipe dari *Emotional Dependency* berdasarkan yang ditulis oleh Eric Scott (2021), terdapat beberapa tipe dari Emotional Dependency. Berikut adalah uraian dari tipe-tipe tersebut:

1) *Emotional Dependency on The Family.*

Tipe ini merupakan salah satu tipe yang sangat sulit untuk diatasi. Biasanya orang tua yang menderita kecemasan yang berlebihan dan kuat akan mentransfer rasa tersebut pada anak sehingga anak berkembang menjadi individu yang takut pada dunia luar. Akhirnya, individu menganggap keluarga sebagai satu-satunya tempat perlindungan dari dunia luar.

2) *Emotional Dependency on The Couple.*

Tipe ini merupakan tipe yang cukup sering ditemukan dan juga berbahaya karena individu biasa berasumsi bahwa pasangan merupakan pemberi makna pada kehidupan mereka dan merupakan tameng atau pelindung dari kesepian yang parah. Jadi, bagi individu dengan *Emotional Dependency* tipe ini, individu merupakkan poros kehidupan mereka.

3) *Emotional Dependency on The Social Environment.*

Karakteristik dari tipe ini adalah keinginan yang luar biasa untuk mendapatkan validasi dari lingkungan manapun individu berada. Apabila apresiasi yang diterima tidak cukup, individu akan panik. Dan juga, individu akan melakukan apapun termasuk pengorbanan diri untuk mendapatkan kompensasi psikologis yang mereka butuhkan. Dari perspektif individu, perasaan ditolak merupakan hal yang paling buruk yang bisa terjadi pada mereka.

2.3.2 Gejala

Berdasarkan hasil *expert interview* bersama psikolog Bu Dewi Mariana Thaib, gejala atau tanda-tanda seorang individu mengalami ketergantungan emosional adalah sebagai berikut:

1. Individu mengidealkan hubungan dengan pasangan, teman ataupun keluarga dari individu tersebut.
2. Mempercayai bahwa hidup tidak ada artinya tanpa pasangan, teman ataupun keluarga.

3. Memiliki rasa takut yang terus menerus akan penolakan dari pasangan, teman ataupun keluarga.
4. Membutuhkan kepastian dari pasangan, teman ataupun keluarga, seperti kata-kata kepastian (*reassurance*).
5. Sering merasakan hampa atau cemas saat menghabiskan waktu sendirian.
6. Individu merasa cemburu atau posesif.
7. Bergantung kepada pasangan, teman ataupun keluarga dalam membangun harga diri dan kepercayaan diri dari individu.
8. Sulit mempercayai pasangan, teman ataupun keluarga

2.3.3 Cara mengatasi

Terdapat beberapa cara mengatasi ketergantungan emosional secara mandiri, yakni sebagai berikut:

1. Individu bisa memulai dengan mengenali diri dan berusaha meningkatkan diri sendiri dengan berpikir positif, lalu menyadari keterbatasan dan pencapaian individu. Individu harus menyadari bahwa individu dapat melakukan yang terbaik untuk diri sendiri, dan mendapatkan bantuan apabila tidak mampu sendiri.
2. Menyadari bahwa individu dapat mengendalikan diri sendiri, termasuk perasaan, emosi, dan tindakan sendiri. Individu sebaiknya menanamkan dalam diri bahwa yang menjadi penentu hidupnya adalah diri sendiri bukan orang lain.
3. Berusaha membangun berbagai persahabatan dan tidak bergantung dengan satu orang, tujuannya untuk menyebarkan kebutuhan emosional agar tidak menjadi beban di satu orang.
4. Tidak menjadwalkan hidup berdasarkan orang sekitar, memprioritaskan kebutuhan diri sendiri sehingga dapat hidup dengan mandiri.