

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 2.1 Desain

Robin Landa (2014) menyatakan desain grafis sendiri komunikasi dengan visual yang disampaikan melalui informasi dan pesan kepada audiens. Ide-ide yang telah dirancang dan disusun pada elemen visual akan menjadi sebuah bentuk dengan julukan desain grafis. Desain sendiri dapat menjadi solusi dalam menjawab berbagai persoalan dengan menginformasikan, membangun sebuah merek, mengidentifikasi, dan menarik audiens (hlm. 2).

Permasalahan komunikasi visual dapat diselesaikan dan desain grafis menjadi solusi didalamnya, sehingga Landa mengelompokkan pengaplikasian desain sebagai berikut (hlm.8):

1. *Branding atau Identity Design*
2. *Corporate communication design*
3. *Editorial design*
4. *Environmental design*
5. *Illustration*
6. *Information design*
7. *Interactive atau experience design*
8. *motion graphic*
9. *Packaging design*
10. *promotional design and advertising*
11. *Typographic design*

##### 2.1.1 Elemen Desain

Pada dasarnya elemen desain sendiri memiliki visual dengan berbagai bentuk meliputi garis, bentuk, *figure and ground*, warna dan tekstur didalamnya. Hal ini didukung oleh Robin landa (2014), menyatakan bahwa desain dibentuk melalui elemen-elemen visual agar informasi yang

diberikan mudah dipahami. Elemen-elemen visual sendiri meliputi garis, bentuk, *figure and ground*, warna, dan tekstur (hlm. 19-21).

#### **2.1.1.1 Garis**

Garis terbentuk melalui titik-titik kecil yang digabung membentuk garis memanjang. garis sendiri menjadi salah satu komposisi yang terdapat pada elemen visual. Garis dapat dibentuk menjadi berbagai macam seperti melengkung, berbentuk sebuah sudut, lurus hingga tebal maupun ketipisan sebuah garis. Fungsi yang dimiliki sebuah garis di antara lain:

- a. Membentuk pola, garis tepi, dan wujud gambar huruf maupun pola.
- b. mengatur komposisi visual
- c. menciptakan karya seni melalui garis
- d. membangun kreatifitas dalam karya

#### **2.1.1.2 Bentuk**

Dibentuk dengan menghubungkan berbagai garis-garis lainnya yang nantinya berbentuk suatu bidang. Bentuk dibagi menjadi 2D dan 3D (dimensi). 2D merupakan bentuk memiliki panjang dan lebar, umumnya terdapat pada bidang seni, animasi, komputer, dan matematika. 3D merupakan objek pengembangan dari animasi 2D, dapat disebut sebagai objek animasi terdapat dalam ruang 3D yang memiliki tinggi, lebar, volume atau kedalaman. 3D sendiri dapat menciptakan ilusi seolah tampilan nyata.

#### **2.1.1.3 Figure and Ground**

*Figure and ground* merupakan teori merujuk pada persepsi visual. Persepsi akan dicerna oleh otak dengan mengelompokkan dan menyederhanakan sesuatu yang dilihat secara visual sehingga membentuk sebuah bentuk dari sisi positif maupun negatif yang membentuk dua dimensi, Tujuan persepsi melalui *foreground* dan *background* melalui prinsip-prinsip dasar dari Gestalt.

#### 2.1.1.4 2.1.1.4 Warna

Landa (2014) warna sendiri bentuk visual dapat memprovokasi pada elemen desain. Permukaan dipantulkan cahaya menghasilkan sebuah warna. Cahaya dipantulkan terhadap suatu objek disebut refleksi warna akan diserap sebagian. Refleksi yang dilihat oleh mata pengamat disebut dengan warna. setiap warna memiliki pigmen terwujud melalui interaksi zat kimia dengan cahaya dan menimbulkan karakteristik setiap warna (hlm.23).

#### 2.1.2 Prinsip Desain

Rancangan sebuah komposisi Landa menyatakan perlu penggunaan prinsip desain bagi seorang desainer. Saling berkaitan dengan desain, prinsip-prinsip desain tak dapat dipisahkan dan penggunaannya akan membantu dalam merancang sebuah komposisi yang seimbang, menyatu, dan komunikatif (hlm. 29).

##### 2.1.2.1 Balance

*Balance* terbentuk melalui pembagian *visual weight* elemen seimbang dari sebuah komposisi secara merata. *Visual weight* berarti suatu komposisi dipengaruhi oleh ukuran, bentuk, warna, *value*, dan tekstur menjadi daya tarik visual. Terdapat berbagai faktor yang bergandengan dengan *balance* yaitu posisi dan pengaturan (*arrangement*) elemen visual (hlm. 30). Terbagi dalam 3 jenis *balance* diantaranya, *symmetric balance*, *asymmetric balance*, dan *radial balance* (hlm. 31-33).



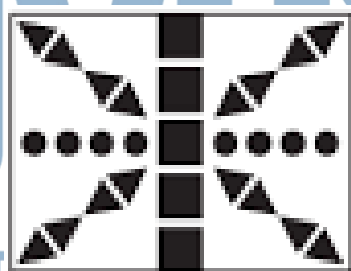
Gambar 2.1 Logo (*symmetrical balance* example)  
(Sommese Design, n.d.)

*Symmetric balance* merupakan pencerminan berbagai elemen pada dua sisi melalui pusat komposisi yang peletakan visual weight dilakukan secara rata. Dapat disebut juga dengan reflection symmetry atau simetri refleksi yang penggunaannya memberikan kesan harmoni dan stabil.



Gambar 2.2 Design Fall 2004 Cover: “T” (asymmetric balance example)  
(The New York Times Style Magazine, 2004)

*Asymmetrical balance* memiliki *visual weight* antar elemen visual. Pembagian pusatnya tidak berada pada suatu sumbu pusat komposisi. *Asymmetric balance* tidak perlu keseimbangan melalui pencerminan elemen visual, melainkan melalui posisi, *visual weight*, ukuran, warna, *value*, bentuk, dan tekstur menjadi faktor dalam mencapai keseimbangan *asymmetric*.

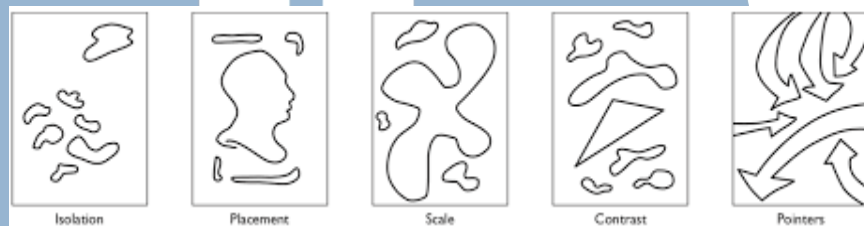


Gambar 2.3 Radial arrangement  
(Landa, 2013)

Penggunaan orientasi simetri melalui vertikal maupun horizontal untuk mencapai keseimbangan adalah *Radial Balance*. Dalam pencapaiannya perlu elemen visual disusun memancar dari titik pada pusat komposisi.

### 2.1.2.2 Hirarki Visual

Bertujuan menyempurnakan informasi dari desainer yang semua elemen grafis diatur oleh hirarki visual itu sendiri. *Emphasis* dibentuk oleh posisi, ukuran, bentuk, arah, *hue*, *value*, *saturation*, dan tekstur memiliki arti pemuatan titik fokus dengan mengatur elemen visual berdasarkan kepentingan suatu elemen dari berbagai elemen-elemen (hlm. 33).

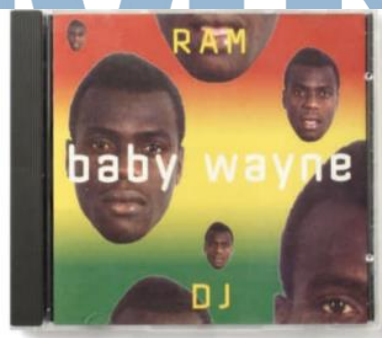


Gambar 2.4 *Emphasis*  
(landa, 2013)

Landa menyebutkan bahwa terdapat 6 cara dalam menciptakan *emphasis* seperti *emphasis by isolation*, *emphasis by placement*, *emphasis through scale*, *emphasis through contrast*, *emphasis through direction and pointers*, dan *emphasis through diagrammatic* (hlm. 33-35).

### 2.1.2.3 Ritme

Ritme tercipta dari pengulangan konsisten dan pola dari berbagai elemen yang menjadi satu.

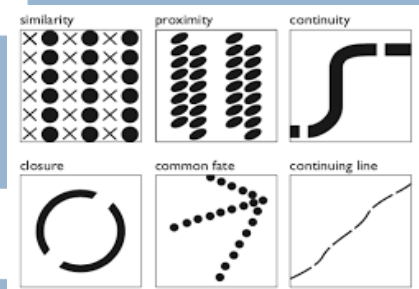


Gambar 2.5 *Contoh Ritme*  
(landa, 2013)

Ritme terbentuk dari variasi dan repetisi. Repetisi adalah pengulangan beberapa elemen visual konsisten. Modifikasi elemen dalam pola yang digunakan disebut variasi (hlm.35).

#### 2.1.2.4 Unity

Sebuah kesatuan desain tercipta dari unit dimana seluruh elemen desain pada komposisi saling terkait. Melalui *gestalt* (emphasis pada persepsi bentuk sebagai kesatuan) Landa menemukan *Laws of Perceptual Organisation* yang digunakan dalam mencapai unity (hlm. 36).



Gambar 2.6 Unity  
(landa, 2013)

Laws of Perceptual Organization berisi tentang:

1. *Similarity*
2. *Proximity*
3. *Continuity*
4. *Closure*
5. *Common Fate*
6. *Continuing line*

#### 2.1.2.5 Tipografi

Alfabet memiliki 26 karakter. Alfabet merupakan tanda elemen visual dengan urutan tepat dan perwakilan dari pe;afatan yang diucap melalui suara. Huruf digabung menjadi ribuan kata dan menciptakan pelafalan kata (hlm.31).



### 2.1.2.6 Skala

Skala adalah ukuran elemen grafis yang mementingkan komposisi elemen grafis berhubungan dengan proporsi bentuk. Skala bertujuan berinovasi melalui penciptaan variasi visual pada komposisi, memberikan dinamika dan kontras, serta menciptakan ilusi ruang tiga dimensi (hlm.39).

## 2.2 Media

Media sendiri memiliki fungsi penyalur pesan maupun informasi dalam proses pembelajaran yang ingin disampaikan sumber kepada audiens, Mahnun (2012). Media diartikan sebagai bentuk jamak dari medium dari bahasa latin, yang harafiahnya berarti perantara atau pengantar. Kathryn Coates & Ellison (2014), Media informasi didefinisikan sebagai visualisasi data dan suatu bentuk penyampaian pesan untuk menyampaikan pesan dan makna kepada masyarakat. membantu penggunaannya berhasil memberikan pesan yang ingin disampaikan kepada penerima, dan melaluinya masyarakat merasakan situasi dan informasi yang berkembang seperti saat ini.

### 2.2.1 Jenis Media Informasi

Melliana (2013) mengatakan media informasi dibedakan menjadi berbagai kelompok seperti:

1. Media Lini Atas

Merupakan media yang tidak langsung bersentuhan dengan audiens namun jangkauan target luas seperti iklan televisi, iklan di artikel, *billboard*, radio, dan lainnya.

2. Media Lini Bawah

Media yang memiliki jangkauan target pada satu titik atau daerah tertentu namun tidak disampaikan melalui media massa seperti poster flyer, *signage*, dan lainnya.

3. Media Cetak

Media cetak seperti buku, artikel, spanduk, dan sebagainya.

4. Media Elektronik

Media yang penyampaiannya melalui elektronik seperti kaset, telepon seluler, dan internet.

### 2.2.2 Fungsi Media Informasi

Menurut Coates & Ellison (2014) media informasi mempunyai fungsi menunjang kebutuhan masyarakat, yaitu sebagai pedoman yang memberi petunjuk, peringatan, pedoman dan mempermudah kehidupan manusia.

## 2.3 Kampanye

Venus, Rogers & Storey (2018) menyebutkan kampanye salah satu cara komunikasi dengan tujuan melahirkan suatu akibat tertentu pada target sasaran bersifat berkelanjutan dengan waktu yang telah diukur. Kampanye memiliki tujuan menyesuaikan pada jenis kampanye dan organisasi, namun memiliki tujuan yang sama. Kampanye melibatkan pola pikir, perasaan, hingga perilaku masyarakat.

Kampanye memiliki 3A kategori, yaitu:

1. *awareness* (kesadaran)

Bertujuan meningkatkan kesadaran dalam masyarakat pada suatu topik permasalahan.

2. *attitude* (sikap)

Membuat masyarakat merasakan perduli maupun empati pada suatu topik yang diangkat dan kedepannya diterapkan dalam kehidupan masyarakat.

3. *action* (Tindakan)

Memberikan perubahan pada perilaku maupun kebiasaan masyarakat agar tujuan dari kampanye tercapai.

Kampanye dibagi menjadi tiga jenis berdasarkan metode dan tujuan Venus (2018), yaitu:

1. *Product Oriented Campaigns*

Umumnya kampanye diterapkan pada dunia iklan, fungsinya membangun citra baik mengenai brand maupun produk tertentu. Kampanye ini juga bertujuan untuk meningkatkan penjualan dan keuangan perusahaan.

2. *Candidate Oriented Campaigns*



Biasanya kampanye dilakukan dalam dunia politik, tujuannya untuk mendapatkan suara dan dukungan dari berbagai kandidat tertentu.

### 3. *Ideologically or caused Oriened Campaigns*

Umumnya tujuannya untuk meningkatkan kesadaran pada suatu topik masalah tertentu dan kampanye diterapkan pada kampanye sosial. Kampanye ini biasanya memberikan wawasan dari sudut pandang lain dan mengubah pola pikir masyarakat. Kampanye ini memberikan solusi pada masalah yang diangkat.

#### 2.3.1 Media Kampanye

Venus (2018) menyebutkan media kampanye terbagi menjadi dua kategori, yaitu:

1. Media cetak, terdiri dari bahan fisik seperti majalah, koran, brosur, pamphlet, dan lain-lain. Media ini digunakan untuk meningkatkan *awareness* pada topik yang diangkat, memberikan opini atau pola pikir berbeda dan memberikan perubahan dari segi pola pikir maupun perilaku masyarakat.
2. Media elektronik, media yang berbasis *screen bases and application*, seperti sosial media dan *in-game ad*. Media ini diakses melalui perangkat elektronik seperti laptop, televisi, ponsel, dan lain-lain. Media yang lebih efektif, dapat menjangkau audiens yang lebih luas serta respon masyarakat yang lebih gesit.

#### 2.4 Strategi Kampanye Berdasarkan AISAS

##### 1. *Attention*

Tahap *Attention*, audiens perlu memiliki ketertarikan atau minat pada suatu topik layanan, atau produk, hingga iklan melalui penyampaian informasi yang berbeda unik, dan mudah dipahami.

##### 2. *Interest*

Setelah audiens sadar akan topik yang akan diangkat, audiens akan merasa ingin tahu aay tertarik untuk mengetahui lebih lanjut mengenai

topik. Tahap ini memiliki tujuan yang sama dengan tahap *attention*, yaitu memperoleh perhatian dan minat audiens.

3. *Search*

Audiens mulai tertarik lebih dalam untuk topik yang diangkat, sehingga audiens mulai mencari informasi terkait topik melalui berbagai *platform* seperti internet, media cetak, maupun secara langsung.

4. *Action*

Audiens mengumpulkan informasi untuk mencapai suatu kesimpulan dan mempertimbangkan Tindakan yang akan dilakukan. Pada kampanye, harapannya audiens dapat mengikuti Tindakan yang diinginkan oleh pengirim pesan, seperti pembelian produk, perubahan pola pikir, dan sebagainya.

5. *Share*

Audiens ikut menyebarkan informasi mengenai topik yang diangkat kepada lingkungan sekitarnya berdasarkan penilaian dan pengalamannya, baik secara langsung maupun internet.

## 2.5 **SDG (Sustainable Development Goals)**

Sustainable Development Goals (SDGs) merupakan pembangunan berkelanjutan yang disetujui secara global dan telah disahkan oleh PBB (Persatuan Bangsa-Bangsa) pada 25 September 2015. Armida (2018) menyatakan SDGs (*sustainable development goals*) merupakan konsep yang disempurnakan pada 2012 di Rio de Janeiro dengan konferensi yang dilakukan oleh PBB yang membahas mengenai pembangunan berkelanjutan. Konferensi ini bertujuan mendapat kesepakatan bersama dalam kemampuan menjaga keseimbangan tiga hal pokok pada pembangunan berkelanjutan di dalamnya seperti lingkungan, sosial, dan ekonomi. Menurut Alfajri (2020) agar ketiga pokok tercapai dalam pembangunan berkelanjutan, SDGs memiliki lima asas utama yang bertujuan dalam mewujudkan tujuan mulia di tahun 20230 yaitu:

1. Manusia
2. Planet
3. Kesejahteraan
4. Perdamaian
5. Kemitraan

## 2.5.1 SDGs 14 (*Life Below Water*)

SDGs ke 14 yang berisi life below water bertujuan dalam melestarikan dan memanfaatkan secara berkelanjutan sumber daya kelautan dan samudra untuk pembangunan berkelanjutan.

### 2.5.1.1 Target SDGs 14

Bappenas menyebutkan bahwa SDGs memiliki target yang perlu dicapai yaitu:

1. Melakukan pencegahan secara signifikan mengurangi pencemaran laut, khususnya kegiatan berbasis lahan, hingga sampah lautan dan polusi nutrisi di tahun 2025.
2. Pada tahun 2020, ekosistem laut dan pesisir dilindungi dan dikelola secara berkelanjutan dalam menghindari dampak buruk, hingga mewujudkan lautan yang sehat dan produktif dengan memperkuat pertahanan dan dilakukannya restorasi.
3. melalui kerjasama ilmiah melalui semua tingkatan, dilakukannya mengatasi dan meminimalisir dampak pengasaman lautan.
4. Pada tahun 2020, menghentikan dan mengatur pemanenan penangkapan ikan secara ilegal, berlebihan, dan merusak. Memulihkan habitat ikan dengan layak dan waktu yang singkat dengan melaksanakan rencana pengelolaan berbasis ilmu pengetahuan. Sehingga setidaknya dapat memproduksi hasil maksimum yang berkelanjutan sesuai karakteristik biologisnya.
5. Pada tahun 2020, Melestarikan minimal 10 persen wilayah pesisir dan laut, konsisten dengan hukum internasional maupun nasional.
6. Pada tahun 2020, Menghilangkan dan melarang bentuk subsidi tertentu terhadap kelebihan kapasitas penangkapan ikan, penangkapan ikan, yang tidak dilaporkan dan diatur, serta menahan jenis subsidi baru dengan mengakui bahwa perlakuan khusus dan berbeda yang tepat dan efektif bagi negara berkembang yang harus

menjadi bagian integral dari negosiasi subsidi perikanan pada the *World Trade Organization*.

7. Pada tahun 2023, melakukan pengelolaan perikanan, budidaya air, dan pariwisata yang berkelanjutan melalui peningkatan ekonomi negara bagi negara berkembang kepulauan kecil.

8. Persediaan akses pada sumber daya laut dan pasar.

9. Penerapan hukum the United Nations Convention on the law of the Sea dengan tujuan meningkatkan pelestarian dan pemanfaatan berkelanjutan lautan. Merancang kerangka hukum untuk pelestarian dan pemanfaatan berkelanjutan lautan dan sumber dayanya.

### **2.5.2 Sampah Plastik**

sampah plastik memiliki masa yang dibutuhkan untuk dapat terurai atau benda menjadi hancur yaitu sekitar 50-80 tahun lamanya. Waktu yang panjang diperlukan agar dapat mengurai sampah yang memberikan dampak pada kerusakan lingkungan seperti kesuburan tanah terganggu hingga, pencemaran pada aliran sungai. Dengan sifat tahan lama dari plastik, pada daerah perairan maka plastik tidak akan terurai dan menjadi potongan lebih kecil molekuler yang biasa disebut mikroplastik (ayuningtyas et al., 2019).

#### **2.5.2.1 Definisi Sampah**

Sampah merupakan buangan yang ada akibat dari suatu proses produksi domestik (rumah tangga) maupun melalui industri. Pada undang-undang No. 18 Tahun 2008 mengenai Pengelolaan Sampah, dikatakan bahwa sampah merupakan sisa kegiatan sehari-hari manusia atau proses alam yang berbentuk padat maupun semi padat berupa zat organik atau anorganik yang memiliki sifat tidak dapat terurai dan terurai yang dianggap tidak dapat digunakan ataupun tidak berguna sehingga dibuang ke lingkungan. Juli Soemirat (2006) mengatakan bahwa sampah sendiri merupakan barang padat yang tercipta melalui kegiatan manusia yang sudah tidak diinginkan keberadaannya dan sudah tidak memiliki nilai guna.

### 2.5.3 Plastik

Plastik sendiri merupakan senyawa polimer yang terjadi dari polimerisasi molekul kecil (monomer) hidrokarbon yang klimaksnya menciptakan rantai panjang dan memiliki struktur yang kaku.

### 2.5.4 Sampah di Lautan

Sampah plastik memiliki kandungan senyawa polimer dan telah menjadi komponen terbesar bagi sampah di lautan (*Marine Debris*). Sampah laut sendiri berasal dari daratan, badan air, dan pesisir yang mengalir ke laut maupun sampah terbentuk melalui kegiatan laut, hal ini di setujui oleh Peraturan Presiden Nomor 83 Tahun 2018 tentang penanganan sampah laut. Sampah di lautan kini mulai menjamah dari bagian padat penduduk hingga kawasan yang tak tersentuh oleh manusia.

# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA