

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Desain Komunikasi Visual

Desain komunikasi visual terbentuk oleh tiga kata berupa desain, komunikasi, dan visual. Ketiga kata tersebut memiliki artinya tersendiri namun, jika digabungkan maka desain komunikasi visual dapat diartikan sebagai ilmu yang memiliki tujuan untuk mempelajari konsep komunikasi dan ungkapan kreatif melalui berbagai media untuk menyampaikan suatu pesan atau gagasan melalui visual dengan mengelola elemen-elemen grafis berupa bentuk dan gambar, tatanan huruf, komposisi warna, dan *layout* (Wahyuningsih, 2015).

Tujuan umum DKV berdasarkan buku ajar Desain Komunikasi Visual (Wahyuningsih, 2015), antara lain:

- 1) Menyiapkan SDM agar dapat bersaing dalam abad teknologi manusia
- 2) Meningkatkan kualitas masyarakat informasi di era globalisasi.

Tujuan khusus DKV berdasarkan buku ajar Desain Komunikasi Visual (Wahyuningsih, 2015), antara lain:

- 1) Mengetahui konsep DKV sebagai dasar perancangan multimedia
- 2) Mengetahui dan memahami desain grafis sebagai alat penyampai pesan.

##### 2.1.1 Warna

Warna merupakan unsur penting dalam desain. Warna dapat diartikan sebagai sifat cahaya yang dipancarkan. Warna dapat terlihat dikarenakan adanya cahaya yang mengenai suatu benda, dan kemudian benda tersebut memantulkan cahaya tersebut ke mata, dan diterjemahkan oleh otak sebagai warna. Secara subjektif, warna dapat dibagi menjadi tiga kategori berupa *hue*, *value*, dan *chroma*. *Hue* merupakan nama suatu warna misalnya, merah. *Value* mengacu kepada tingkat terang dan gelapnya suatu

warna. *Chroma* merupakan tingkat kecerahan suatu warna misalnya, merah terang dan merah tua (Putra, 2021)



Gambar 2.1 Hue, Saturation, Value  
Sumber: Vitualartacademy.com (2023)

### 2.1.1.1 Klasifikasi Warna

Terdapat lima klasifikasi warna berupa warna primer, sekunder, *intermediate*, tersier, dan kuartier. Berikut merupakan penjelasannya:

#### 1) Warna Primer

Warna primer atau dapat disebut juga sebagai warna pokok dikarenakan warna tersebut merupakan warna dasar yang tidak berasal dari campuran warna lain. Warna primer terdiri dari warna merah, biru dan kuning.



Gambar 2.2 Warna Primer  
Sumber: Setiawan (2021)

## 2) Warna Sekunder

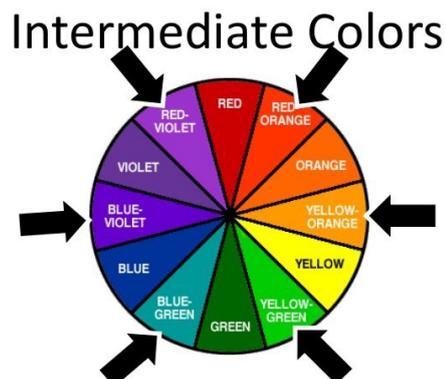
Warna sekunder merupakan hasil pencampuran dua warna primer. Warna sekunder terdiri dari warna jingga, ungu, dan hijau.



Gambar 2.3 Warna Sekunder  
Sumber: Setiawan (2021)

## 3) Warna *Intermediate*

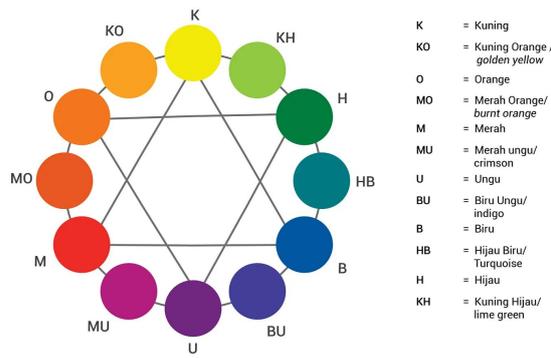
Warna *intermediate* merupakan warna perantara, yaitu warna yang terletak di antara warna primer dan warna sekunder. Warna *intermediate* terdiri dari warna kuning hijau, kuning jingga, merah jingga, merah ungu, biru violet, dan biru hijau.



Gambar 2.4 Warna Intermediate  
Sumber: Dicto (2018)

#### 4) Warna Tersier

Warna tersier disebut juga warna ketiga merupakan percampuran dari dua warna sekunder. Warna tersier terdiri dari warna coklat kuning, coklat merah, dan coklat biru.



Gambar 2.5 Warna Tersier  
Sumber: Setiawan (2021)

#### 5) Warna Kuartar

Warna kuartar merupakan hasil percampuran dari dua warna tersier. Warna kuartar terdiri dari warna coklat jingga yang dihasilkan dari campuran warna coklat kuning dan coklat merah, coklat hijau yang dihasilkan dari campuran warna coklat biru dan coklat kuning, dan coklat ungu yang dihasilkan dari campuran warna coklat merah dan coklat biru.

#### 2.1.1.2 Jenis Warna

Jenis warna berdasarkan keharmonisannya dibagi menjadi warna *complimenter*, *analogous*, *triadic*, *split complimenter*, dan *tetradic*. Berikut merupakan penjelasannya:

##### 1) Warna *Complimenter*

Warna *complimenter* merupakan warna yang terletak bersebrangan di dalam *color wheel*. Contoh warna *complimenter* berupa merah-hijau, biru-jingga, ungu-kuning.

**WARNA KOMPLEMENTER / KONTRAS**  
grafis-media.website



Gambar 2.6 Warna Complimenter  
Sumber: skystardesain.blogspot.com (2017)

**2) Warna Analogous**

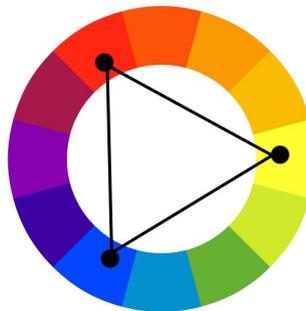
Warna *analogous* merupakan warna yang terletak berdekatan satu sama lain di dalam *color wheel*.



Gambar 2.7 Warna Analogous  
Sumber: kemazan.com (2023)

**3) Warna Triadic**

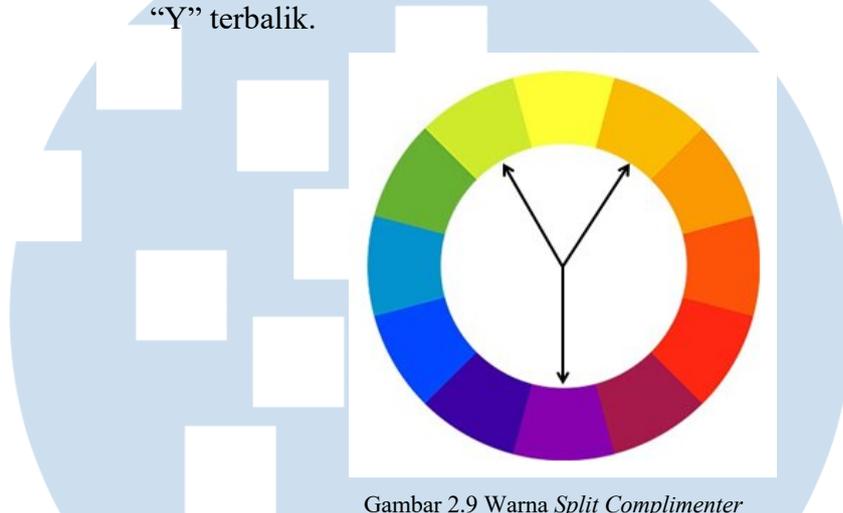
Warna *triadic* merupakan kombinasi tiga *hue* yang berjarak dalam *color wheel*. Jika segitiga sama sisi ditarik di atas *color wheel*, sudut yang menyentuh tiga warna tersebut merupakan warna *triadic*.



Gambar 2.8 Warna Triadic  
Sumber: Kusbiantoro (2022)

#### 4) Warna *Split Complimenter*

Warna *split complimenter* mirip dengan warna *triadic*, namun pada warna *split complimenter* menggunakan formula huruf “Y” terbalik.



Gambar 2.9 Warna *Split Complimenter*  
Sumber: Imsspada.kemdikbud.go.id (2019)

#### 5) Warna *Tetradic*

Warna *tetradic* terdiri dari empat kombinasi warna yang diambil dengan pola persegi panjang pada *color wheel*.



Gambar 2.10 Warna *Tetradic*  
Sumber: Imsspada.kemdikbud.go.id (2019)

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

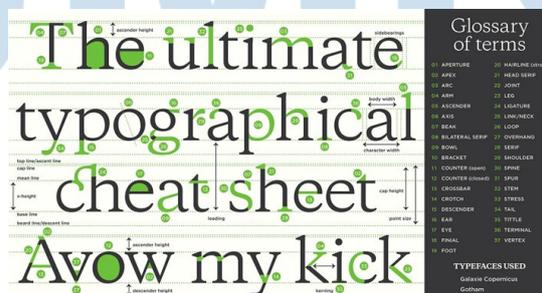
## 2.1.2 Tipografi

*Typeface* merupakan kumpulan dari karakter yang disatukan oleh properti visual yang bersifat konsisten. Umumnya *typeface* terdiri dari huruf, angka, simbol, tanda, tanda baca, dan tanda aksen. Pada zaman *metal type*, font diartikan sebagai kumpulan karakter, angka, simbol dan tanda lengkap dari suatu jenis huruf tertentu dalam satu ukuran, berat, dan gaya. Namun di zaman sekarang, *font* diartikan sebagai *file* digital dari sekumpulan karakter dari jenis huruf tertentu dalam semua ukuran (Landa, 2014). Pada sub bab ini akan membahas mengenai anatomi huruf, klasifikasi huruf, dan *spacing* menurut buku *Graphic Design Solution* oleh Robin Landa.

### 2.1.2.1 Anatomi Huruf

**Arm** adalah *stroke* horizontal atau diagonal yang memanjang dari *stem*. **Ascender** adalah bagian huruf kecil (b, d, f, h, k, l, dan t) yang naik di atas *x-height*. **Axis** adalah kemiringan atau sudut penekanan bagian bulat sebuah huruf atau *glyph*. **Bar** adalah *stroke* horizontal yang menghubungkan dua huruf, misalnya A, H, atau e disebut juga sebagai *crossbar*. **Baseline** adalah bagian bawah huruf, namun tidak termasuk *descender*. **Bowl** adalah *stroke* melengkung yang menutupi ruang lingkaran. **Cap height** adalah tinggi dari sebuah huruf kapital dari *baseline* hingga bagian atas *cap*, disebut juga sebagai *capline*. **Character** adalah bentuk huruf, angka, tanda baca, atau segala unit tunggal dalam *font*. **Counter** adalah ruang yang dibentuk oleh *stroke* sebuah huruf. **Descender** adalah bagian karakter huruf kecil (g, j, p, q, dan y) yang berada di bawah garis dasar. **Ear** adalah *stroke* kecil yang menonjol dari *bowl* g. **Foot** adalah bagian bawah karakter. **Hairline** adalah *stroke* tipis dari karakter roman. **Head** adalah bagian atas sebuah huruf. **Italics** adalah gaya *typeface* yang berbentuk tulisan, huruf yang miring ke kanan. **Leg** adalah *stroke* yang mengarah ke bawah, misalnya pada huruf K

dan R. **Ligature** adalah dua atau lebih karakter yang digabungkan. **Link** adalah *stroke* yang menghubungkan dua bagian *bowl* dalam huruf g. **Loop** adalah *bowl* yang terbentuk dari *tail* huruf g. **Oblique** mirip dengan *italic* namun tanpa kualitas skrip *true italic*. **Serif** adalah *stroke* kecil yang ditambahkan pada ujung atau bawah *stroke* utama dari karakter. **Shoulder** adalah *stroke* melengkung pada huruf kecil h, m, atau n. **Spine** adalah lengkungan utama pada *stroke* huruf S. **Spur** adalah proyeksi dari *stroke* utama. **Stem** adalah bagian tegak utama pada suatu karakter. **Stress** adalah sudut *major axis* pada *stroke* suatu huruf. **Stroke** adalah sebuah garis yang digunakan untuk membentuk struktur dari suatu karakter. **Swash** adalah bagian dekoratif pada sebuah *letterform*, biasanya menjadi hiasan yang menggantikan terminal atau serif. **Tail** adalah turunan dari huruf Q saat turun di bawah garis *baseline*. **Terminal** adalah bagian akhir *stroke* yang tidak diakhiri dengan *serif*. **Text type** adalah konten naratif, diatur lebih kecil dari judul, *subtitles*, *headlines*, atau *subheadlines*, disebut juga *body text*. **Thick/ thin contrast** adalah perbandingan ketebalan *stroke* pada *typeface*. **Vertex** adalah *foot* pada bagian runcing huruf. **Weight** ditentukan oleh ketebalan *stroke* dibandingkan dengan tinggi, misalnya *light*, *medium*, *bold*. **x-height** adalah tinggi huruf kecil, namun tidak termasuk *ascender* dan *descender*.



Gambar 2.11 Anatomi Huruf  
Sumber: Silvertant (2012)

### 2.1.2.2 Klasifikasi Huruf

Terdapat banyak klasifikasi huruf berdasarkan gaya dan sejarahnya. Berikut merupakan delapan klasifikasi huruf yang masih sering kita temukan saat ini (Landa, 2014).

#### 1) *Old Style*

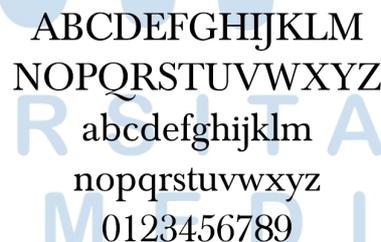
*Old style typeface* merupakan *typeface* romawi yang diperkenalkan pada akhir abad ke-lima belas. Sebagian besar merupakan bentuk turunan langsung dari huruf-huruf yang digambar dengan pena bermata lebar. *Typeface* ini memiliki ciri serif bersudut dan dalam tanda kurung serta tekanan yang bias, beberapa contohnya adalah Caslon, Garamond, Hoefler Text, dan Times New Roman.



Gambar 2.12 *Old Style Typeface*  
Sumber: Slimbach (1987)

#### 2) *Transitional*

*Serif typeface* yang berasal dari abad kedelapan belas dan merupakan transisi dari gaya lama ke modern, beberapa contohnya adalah Baskerville, Century, dan ITC Zapf International.



Gambar 2.13 *Transitional Typeface*  
Sumber: Chu (2021)

### 3) *Modern*

*Serif typeface* yang dikembangkan pada akhir abad ke-delapan belas dan awal abad ke-sembilan belas. *Typeface* ini berbentuk lebih geometris, beberapa contohnya adalah Didot, Bodoni, dan Walbaum.



ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
1234567890

Gambar 2.14 *Modern Typeface*  
Sumber: Smith (2014)

### 4) *Slab Serif*

*Serif typeface* yang diperkenalkan pada awal abad ke-sembilan belas. *Typeface* ini memiliki ciri serif yang berat dan *slablike serif*, beberapa contohnya adalah American Typewriter, Memphis, ITC Lubalin Graph, Bookman, dan Clarendon.



ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
1234567890

Gambar 2.15 *Slab Serif Typeface*  
Sumber: creativebeacon.com (2015)

### 5) *Sans Serif*

*Typeface* ini diperkenalkan pada awal abad ke-sembilan belas dan ditandai dengan tidak adanya serif. Beberapa contohnya adalah Futura, Helvetica, dan Univers.



ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

Gambar 2.16 *Sans Serif Typeface*  
Sumber: creativebeacon.com (2015)

### 6) *Blackletter*

*Typeface* dibuat berdasarkan bentuk huruf manuskrip abad pertengahan ketiga belas hingga kelima belas. *Typeface* ini memiliki ciri *stroke* yang *heavy* dan *condensed letter*. ditandai dengan tidak adanya serif. Beberapa contohnya adalah Rotunda, Schwabacher, dan Fraktur.



UPPERCASE  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
LOWERCASE  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
NUMERALS & PUNCTUATION  
0123456789.@#%&\*()/\_...

Gambar 2.17 *Blackletter Typeface*  
Sumber: 177studio (2023)

### 7) *Script*

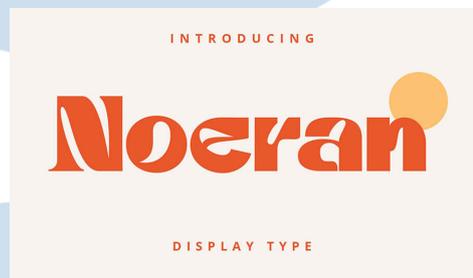
*Typeface* memiliki ciri mirip dengan tulisan tangan. Beberapa contohnya adalah Brush Script, Shelly Allegro Script, dan Snell Roundhand Script.



Gambar 2.18 *Script Typeface*  
Sumber: i.pining.com (2012)

### 8) *Display*

*Typeface* dirancang untuk digunakan dalam ukuran yang besar seperti headlines, dan judul. *Typeface* ini juga sulit dibaca dikarenakan bentuknya lebih rumit, dan banyak dekoratif.



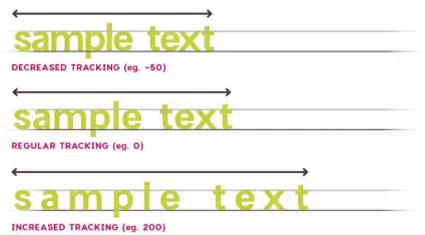
Gambar 2.19 *Display Typeface*  
Sumber: Yakovleva (2022)

### 2.1.2.3 *Spacing*

*Spacing* memiliki fungsi untuk memisahkan atau memberi jarak di antara kata, huruf dan kalimat. *Spacing* dapat meningkatkan pemahaman dan menambah pengalaman membaca dari pembaca. Saat seseorang mengalami kesulitan dalam membaca, maka seseorang tersebut akan kehilangan minat membacanya. Oleh karena itu, *spacing* yang tepat sangat berperan penting (Landa, 2014).

### 1) *Letterspacing*

*Letterspacing* dapat disebut juga *tracking* adalah interval spatial atau jarak antar huruf. Penyesuaian *letterspacing* disebut juga *kerning*.



Gambar 2.20 *Letterspacing*  
Sumber: indesignskills.com (2024)

### 2) *Word Spacing*

*Word spacing* adalah interval spatial atau jarak antar kata.

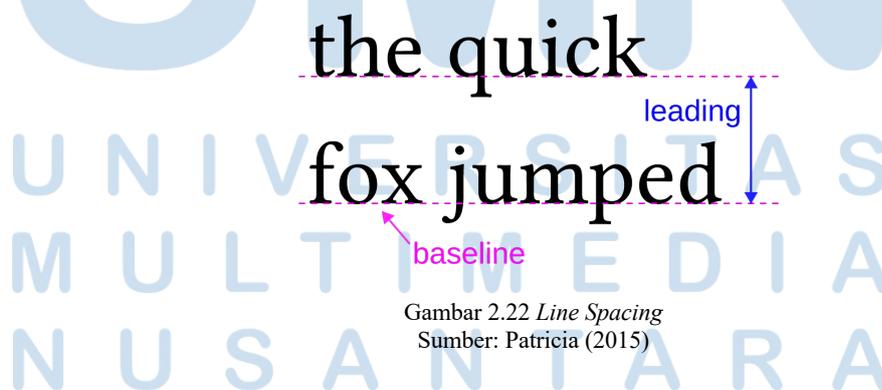
Proper word space is proportional to the width of the typeface.

Proper word space is proportional to the width of the typeface.

Gambar 2.21 *Word Spacing*  
Sumber: Fonts.com (2012)

### 3) *Line Spacing*

*Letterspacing* adalah interval spasial atau jarak antara dua baris huruf yang diukur secara vertikal dari *baseline* ke *baseline* yang lain dan secara tradisional disebut juga sebagai *leading*.



Gambar 2.22 *Line Spacing*  
Sumber: Patricia (2015)

### 2.1.3 *Layout*

*Layout* merupakan susunan ruang atau bidang. *Layout* terdiri dari berbagai elemen berupa teks, gambar, garis, bentuk, dan *white space*. *Layout* memiliki tujuan untuk membuat tampilan gambar dan teks dalam susunan yang komunikatif dan informasi yang disampaikan dapat mudah diterima oleh audiens (Anggraini et al, 2014). Berikut merupakan prinsip-prinsip yang harus diterapkan saat membuat *layout*.

#### 1) *Sequence*

*Sequence* merupakan urutan atau *flow* pandangan mata saat melihat suatu *layout*. *Layout* yang baik dapat memandu mata audiens untuk melihat dan membaca informasi dari urutan yang penting sampai yang kurang penting.

#### 2) *Emphasis*

*Emphasis* merupakan elemen yang berperan untuk memberikan penekanan pada *layout*. *Emphasis* bertujuan untuk mengarahkan pembaca untuk fokus pada bagian yang penting. *Emphasis* dapat diberikan dengan cara memberikan ukuran huruf, kontras warna, elemen bentuk yang berbeda, dan lainnya.

#### 3) *Balance*

*Balance* merupakan sebuah teknik yang digunakan untuk mengatur keseimbangan elemen *layout*. Terdapat dua jenis *balance* berupa keseimbangan simetris dan keseimbangan asimetris. Pada prinsip keseimbangan simetris, objek atau elemen pada setiap sisi harus sama agar dapat menciptakan keseimbangan. Sedangkan pada prinsip keseimbangan asimetris, objek yang berlawanan tidak sama atau seimbang, namun prinsip ini dapat memberikan kesan komposisi yang kasual dan tidak kaku.

#### 4) *Unity*

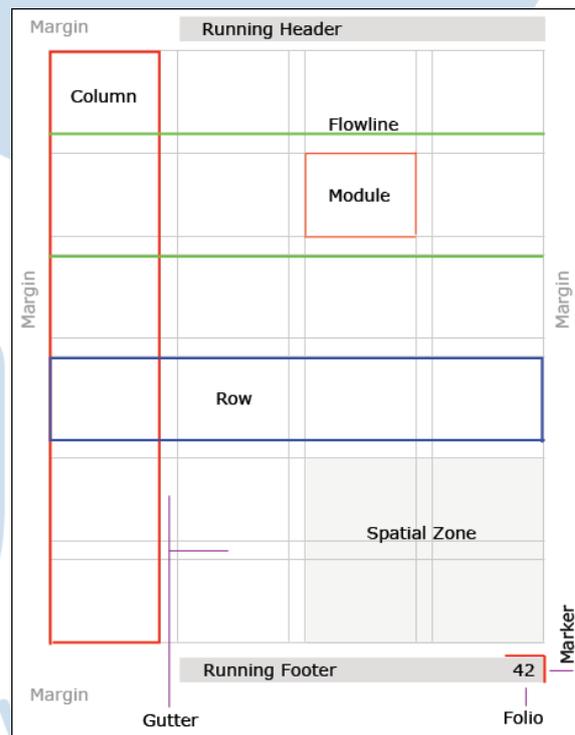
*Unity* merupakan prinsip yang bertujuan untuk menghasilkan kesatuan pada keseluruhan elemen desain.

## 2.1.4 Grid

*Grid* merupakan kumpulan garis vertikal dan horizontal yang membagi sebuah halaman menjadi beberapa bagian atau unit. Sistem grid mengatur ruang dan mendukung berbagai materi untuk berbagai jenis komunikasi (Tondreau, 2019). Pada sub bab ini akan berisi penjelasan mengenai anatomi *grid* dan jenis *grid* berdasarkan buku *Layout Essentials Revised And Updated 100 Design Principles For Using Grids*.

### 2.1.4.1 Anatomi Grid

*Grid* terbentuk dari berbagai komponen utama berupa *margins*, *columns*, *markers*, *flowlines*, *spatial zones*, and *modules*. Berikut merupakan penjelasan setiap komponen dengan panduan gambar dibawah ini.



Gambar 2.23 Anatomi Grid  
Sumber: Bradley (2014)

### 1) *Margin*

*Margin* merupakan zona penyangga atau batasan bagian pinggir sebuah desain. *Margin* mewakili jumlah *space* antara ukuran trim, termasuk *gutter*, dan konten halaman. *Margin* juga dapat berisi informasi sekunder, seperti catatan dan keterangan.

### 2) *Columns*

*Columns* merupakan kolom vertikal yang dapat menyamping tulisan atau gambar. Lebar dan jumlah kolom pada setiap halaman atau *layout* dapat bervariasi tergantung jumlah isi konten.

### 3) *Markers*

*Markers* berfungsi untuk membantu pembaca menavigasi sebuah dokumen. *Markers* mencakup nomor halaman, *header* dan *footer*, dan ikon.

### 4) *Flowlines*

*Flowlines* merupakan garis yang memisahkan ruang menjadi garis-garis horizontal. *Flowlines* adalah metode yang digunakan untuk menggunakan ruang dan elemen untuk memandu pembaca melintasi halaman.

### 5) *Spatial Zones*

*Spatial Zones* merupakan kumpulan dari *modules* atau *columns* yang dapat membentuk sebuah area yang dapat berfungsi untuk teks, iklan, foto, ataupun informasi lain.

### 6) *Modules*

*Modules* merupakan unit individu yang dipisahkan oleh ruang yang konsisten dan dihasilkan oleh penggabungan *columns* dan *rows*. Menggabungkan modul dapat menghasilkan kolom dan baris dengan berbagai ukuran

### 2.1.4.2 Jenis Grids

Jenis *grids* yang umumnya digunakan terdiri dari *single-column grid*, *two-column grid*, *multicolumn grids*, *modular grids*, *hierarchial grids* (Tondreau, 2019). Berikut merupakan penjelasan untuk setiap *grids* tersebut.

#### 1) *Single-column Grid*

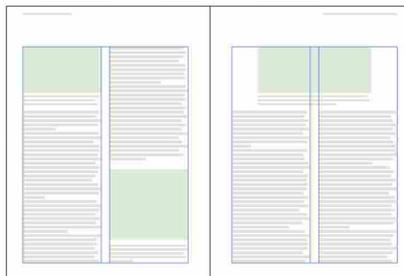
*Single-column grids* umumnya digunakan untuk teks yang berkelanjutan, contohnya seperti esai, laporan, atau buku. Pada jenis kolom ini, teks adalah fitur utama pada halaman atau *spread*.



Gambar 2.24 *Single-column Grid*  
Sumber: Velarde (2024)

#### 2) *Two-column Grid*

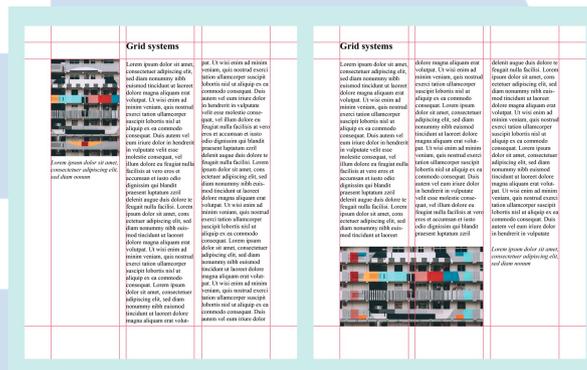
*Two-columns grid* dapat digunakan untuk mengatur banyak teks atau menyajikan berbagai jenis informasi dalam kolom terpisah. *Two-columns grid* dapat disusun dengan ukuran lebar kolom sama maupun tidak sama. Dalam proporsi yang ideal, jika satu kolom lebih lebar dari kolom lainnya, maka kolom yang lebih lebar berukuran dua kali lebarnya kolom sempit.



Gambar 2.25 *Two-column Grid*

### 3) Multicolumn Grids

*Multicolumn grids* memberikan fleksibilitas lebih dibandingkan *single* dan *two-column grid* dengan cara menggabungkan beberapa *columns* dengan lebar berbeda-beda. Jenis *grid* ini umumnya digunakan untuk desain majalah dan *website*.



Gambar 2.26 *Multicolumn Grids*  
Sumber: Velarde (2024)

### 4) Modular Grids

*Modular grids* merupakan jenis *grid* yang paling baik digunakan untuk mengatur jenis informasi kompleks seperti pada koran, kalender, bagan, dan tabel. *Modular grids* menggabungkan *columns* vertikal dan horizontal, yang menyusun struktur menjadi potongan ruang yang lebih kecil.



Gambar 2.27 *Modular Grids*  
Sumber: Velarde (2024)

## 5) Hierarchical Grids

*Hierarchical grids* memecah halaman ke dalam beberapa area atau zona. Banyak *hierarchical grids* yang tersusun dari kolom horizontal.



Gambar 2.28 Hierarchical Grids  
Sumber: Velarde (2024)

### 2.1.5 Fotografi

Fotografi berasal dari dua kata Yunani berupa “*photos*” yang berarti cahaya dan “*grafos*” yang berarti melukis atau menulis sehingga fotografi dapat diartikan sebagai sebuah proses melukis atau menulis dengan cara menggunakan media berupa kamera dan memanfaatkan sumber cahaya (Karyadi, 2017). Pada sub-bab ini berisi penjelasan mengenai jenis dan komposisi fotografi.

#### 2.1.5.1 Jenis Fotografi

terdapat pengelompokan jenis fotografi secara garis besar yang dapat membantu kita dalam memahami sebuah karya fotografi. Jenis-jenis fotografi tersebut meliputi fotografi manusia, *nature*, arsitektur, *still life*, jurnalistik, *aerial*, bawah air, seni rupa, makro, dan mikro (Karyadi, 2017). Berikut merupakan penjelasan setiap jenis fotografi tersebut.

## 1) Fotografi Manusia

Jenis fotografi ini memiliki fokus utama berupa manusia yang dapat memberikan nilai dan daya tarik. Kategori fotografi manusia meliputi foto *portrait*, *human interest*, *stage photography*, *sport*, *glamour photography*, dan *wedding photography*.



Gambar 2.29 Fotografi Manusia  
Sumber: Amalia (2022)

## 2) Fotografi Nature

Jenis fotografi ini memiliki fokus utama berupa benda dan makhluk hidup yang alami seperti hewan, tanaman, gunung, pemandangan alam. Kategori fotografi *nature* meliputi foto flora, fauna, dan *landscape*.



Gambar 2.30 Fotografi Nature  
Sumber: Gruzza (2020)

### 3) Fotografi Arsitektur

Fotografi arsitektur fokus pada menampilkan keindahan bangunan dari sisi sejarah, budaya, desain serta konstruksinya. Fotografi arsitektur juga berperan penting dalam dunia arsitektur dan teknik sipil.



Gambar 2.31 Fotografi Arsitektur  
Sumber: Narsiskus (2017)

### 4) Fotografi *Still Life*

Fotografi *still life* dapat menghasilkan gambar dari benda mati terlihat hidup, komunikatif, ekspresif dan memiliki pesan.



Gambar 2.32 Fotografi *still life*  
Sumber: doss.co.id (2023)

### 5) Fotografi Jurnalistik

Fotografi jurnalistik merupakan jenis foto yang digunakan untuk kepentingan pers atau informasi. Pada fotografi jurnalistik harus terdapat *caption* untuk menerangkan isi foto.



Gambar 2.33 Fotografi Jurnalistik  
Sumber: blibli.com (2023)

### 6) Fotografi Aerial

Fotografi aerial mempunyai spesialisasi dalam memotret foto dari udara. Fotografi aerial umumnya digunakan untuk survei, memotret burung, cuaca atau kepentingan militer.



Gambar 2.34 Fotografi Aerial  
Sumber: Prasetya (2021)

U  
NIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## 7) Fotografi Bawah Air

Fotografi bawah air umumnya dilakukan oleh penyelam dan perenang. Salah satu contoh fotografi bawah air adalah untuk memotret keindahan bawah laut.



Gambar 2.35 Fotografi Bawah Air  
Sumber: JSP (2018)

## 8) Fotografi Seni Rupa

Fotografi seni rupa atau dikenal juga sebagai fotografi seni bertujuan untuk menghasilkan foto dengan tujuan estetika. Umumnya fotografi seni yang kita temukan di museum dan galeri berkaitan dengan penampilan benda-benda dengan indah untuk menyampaikan sebuah emosi dan intensitas.



Gambar 2.36 Fotografi Seni Rupa  
Sumber: agc.creativelive.com (2022)

### 9) Fotografi Makro

Fotografi makro merupakan jenis fotografi dengan teknik memotret jarak dekat. Umumnya objek dari fotografi makro berupa benda atau makhluk hidup yang berukuran kecil dengan detail yang indah seperti serangga, bunga, air, dan lainnya.



Gambar 2.37 Fotografi Makro  
Sumber: Sumatika (2020)

### 10) Fotografi Mikro

Fotografi mikro merupakan fotografi yang menggunakan alat berupa kamera khusus dan mikroskop untuk memotret objek yang berukuran sangat kecil. Fotografi mikro umumnya digunakan dalam dunia ilmiah seperti astronomi, biologi, dan kedokteran.



Gambar 2.38 Fotografi Mikro  
Sumber: blibli.com (2023)

### 2.1.5.2 Komposisi Fotografi

Komposisi di dalam fotografi dapat diartikan sebagai susunan gambar yang dibatasi pada suatu ruang. Komposisi bertujuan untuk membangun *mood* foto untuk menciptakan keseimbangan suatu objek foto. Terdapat beberapa elemen komposisi fotografi yang dapat digunakan untuk menciptakan foto yang menarik berupa *point of interest* (POI), *depth of field* (DOF), *background*, *pattern*, dan *framing* (Karyadi, 2017). Berikut merupakan penjelasan dari elemen komposisi tersebut.

#### 1) *Point of Interest*

*Point of interest* memiliki titik yang menjadi fokus utama dalam sebuah foto sehingga audiens akan langsung memahami objek yang dipotret. *Rule of third* digunakan untuk menghasilkan foto dengan komposisi POI dengan cara memposisikan objek foto pada garis potong *grid rule of third*.



Gambar 2.39 *Point of Interest*  
Sumber: Arisona (2023)

#### 2) *Depth of Field*

*Depth of field* merupakan komposisi yang dihasilkan melalui pengaturan diafragma. DOF dibagi menjadi dua berupa DOF sempit dan DOF luas.



Gambar 2.40 *Depth of Field*  
Sumber: Thompson, (2016)

### 3) *Background*

*Background* atau dapat disebut juga sebagai latar belakang merupakan elemen penting yang berfungsi untuk mendukung objek foto. Pemilihan *background* dapat disesuaikan dengan cahaya dan objek lain.

### 4) *Colour*

*Colour* merupakan elemen penting dalam pengambilan sebuah foto. Warna dapat memberikan daya tarik dan kedalaman pada foto yang diambil.



Gambar 2.41 *Colour* pada Fotografi  
Sumber: Jenkins (2015)

### 5) *Pattern*

*Pattern* merupakan susunan bentuk yang terdapat garis, pola, atau tekstur. Contohnya berupa susunan bata.



Gambar 2.42 *Pattern* pada Fotografi  
Sumber: effee.com (2021)

### 6) *Framing*

*Framing* merupakan teknik pemberian *frame* pada objek foto untuk memberikan fokus dan meningkatkan daya tarik objek utama. *Framing* memanfaatkan objek lain sebagai bingkai objek utama.



Gambar 2.43 *Framing* pada Fotografi  
Sumber: Stephensen (2023)

## 2.1.6 Video

Video merupakan rekaman atau sebuah program televisi yang ditayangkan melalui pesawat televisi atau dapat diartikan sebagai tayangan gambar bergerak yang disertai suara (Kabelen, 2020). Video dapat menyampaikan informasi, menampilkan proses, menjelaskan konsep yang rumit, dan mengajarkan suatu keterampilan. Pada sub-bab ini berisi penjelasan mengenai jenis, teknik pengambilan dan tahapan dalam pengambilan video.

### 2.1.6.1 Jenis Video

Berdasarkan tujuan pembuatannya, video terdiri dari 6 jenis berupa video cerita, dokumenter, berita, presentasi, dan pembelajaran. Berikut merupakan penjelasan dari keenam jenis video tersebut.

#### 1) Video Cerita

Video cerita merupakan jenis video yang memiliki tujuan dasar untuk menampilkan suatu alur cerita. Contohnya berupa tayangan televisi, sinetron, *short movie*.

#### 2) Video Dokumenter

Video dokumenter merupakan jenis video yang memiliki tujuan dasar untuk merekam suatu kejadian nyata dan penting untuk diabadikan. Contohnya berupa film dokumenter *Ice Cold: Murder, Coffee and Jessica Wongso*.

#### 3) Video Berita

Video berita merupakan jenis video yang memiliki tujuan dasar untuk menyebarkan berita tentang suatu kejadian agar dapat diketahui oleh banyak orang. Contohnya berupa siaran berita TV One.

#### 4) Video Presentasi

Video presentasi merupakan jenis video yang memiliki tujuan dasar untuk menyampaikan suatu ide atau gagasan kepada

seseorang ataupun sebuah kelompok dan organisasi. Contohnya berupa video presentasi *pitching* ide bisnis.

### 5) Video Pembelajaran

Video pembelajaran merupakan jenis video yang memiliki tujuan dasar untuk memberikan materi pembelajaran untuk mempermudah penonton dalam proses belajar dan mengajar. Contohnya berupa video cara mengerjakan soal logaritma.

#### 2.1.6.2 Teknik Pengambilan Video

Secara umum terdapat 8 teknik pengambilan video yang terdiri dari *extreme wide shot*, *wide shot*, *very wide shot*, *mid shot*, *medium close up*, *extreme close up*, *noddy shot*, dan *group shot*. Berikut merupakan penjelasan dari kedelapan teknik pengambilan video tersebut.

##### 1) *Extreme Wide Shot*

Teknik pengambilan video *extreme wide shot* umumnya digunakan untuk menunjukkan latar tempat atau lingkungan sekitar. Teknik video ini memiliki sudut pandang yang sangat luas sehingga dapat menangkap banyak objek dalam satu *frame*.



Gambar 2.44 *Extreme Wide Shot*  
Sumber: James (2022)

## 2) *Very Wide Shot*

*Very wide shot* sering kali disamakan dengan *extreme wide shot*. Kedua teknik tersebut sama-sama menggunakan teknik pengambilan gambar yang sangat luas, namun jika di telaah lebih lanjut, teknik *very wide shot* memiliki jangkauan pengambilan gambar yang lebih sempit dibandingkan dengan *extreme wide shot*.



Gambar 2.45 *Very Wide Shot*  
Sumber: keeindonesia.com (2024)

## 3) *Wide Shot*

Teknik pengambilan video *wide shot* atau biasanya disebut juga sebagai *long shot* dilakukan dengan cara memenuhi frame namun terdapat jarak dibagian atas dan bawah objek utama. Jarak tersebut diberikan dengan tujuan untuk menunjukkan keseluruhan objek utama serta *background* dan memberikan kesan visual yang nyaman untuk dilihat.



Gambar 2.46 *Wide Shot*  
Sumber: Hellerman (2019)

#### 4) *Mid Shot*

Teknik pengambilan video *mid shot* atau *medium shot* umumnya menampilkan beberapa bagian subjek utama secara detail. Jika menggunakan manusia sebagai subjek utama, maka akan ditampilkan dari bagian kepala hingga pinggang. Teknik ini digunakan untuk menunjukkan reaksi serta emosi subjek secara leluasa.



Gambar 2.47 *Mid Shot*  
Sumber: Dise (2016)

#### 5) *Medium Close Up*

Teknik pengambilan video *medium close up* banyak digunakan untuk mengambil video dengan subjek berupa manusia. Teknik ini memiliki fokus pada bagian wajah subjek dan biasanya menyorot dari bagian kepala hingga dada sehingga dapat menangkap emosi dari subjek secara mendalam.



Gambar 2.48 *Medium Close Up*  
Sumber: keeindonesia.com (2024)

### 6) *Extreme Close Up*

Teknik pengambilan video *extreme close up* digunakan untuk menampilkan suatu bagian objek tertentu secara dekat dan mendetail. Teknik ini dapat memberikan *emphasis* pada bagian tertentu seperti mata ataupun mulut.



Gambar 2.49 *Extreme Close Up*  
Sumber: keeindonesia.com (2024)

### 7) *Noddy Shot*

Teknik pengambilan video *noddy shot* digunakan pada saat merekam sebuah wawancara maupun dialog. Teknik ini dapat dimanfaatkan untuk menangkap reaksi lawan bicara.



Gambar 2.50 *Noddy Shot*  
Sumber: alishasmedia.wordpress.com (2012)

### 8) *Group Shot*

Teknik pengambilan video *group shot* digunakan untuk menangkap banyak objek di dalam satu *frame*. Pada teknik ini tidak ada perpindahan *angle* kamera dari satu objek ke objek lainnya, hal ini dilakukan agar seluruh objek dapat terlihat jelas ketika saat memerankan adegan tertentu.



Gambar 2.51 *Group Shot*  
Sumber: studiobinder.com (2020)

### 2.1.6.3 Tahapan Pengambilan Video

Secara umum terdapat 3 tahapan dalam pengambilan video yang terdiri dari pra-produksi, produksi dan pasca produksi. Berikut merupakan penjelasan mengenai ketiga tahapan tersebut.

#### 1) **Pra-Produksi**

Tahapan pra-produksi merupakan tahap pertama dalam proses pembuatan suatu video. Pada tahapan ini terdapat proses persiapan berupa pencarian ide, membuat naskah dan *storyboard*, menentukan lokasi *shooting*, *talent*, *wardrobe* dan segala kebutuhan yang diperlukan saat *shooting*.

#### 2) **Produksi**

Tahapan produksi merupakan tahap kedua dalam proses pembuatan suatu video. Pada tahap ini terdapat proses

pengambilan video atau *shooting* sesuai dengan naskah dan *storyboard* yang sudah dibuat pada tahapan pra produksi.

### 3) Pasca Produksi

Tahapan pasca produksi merupakan tahap terakhir dalam proses pembuatan suatu video. Pada proses ini hasil video yang didapatkan dari tahapan produksi akan diperiksa kembali dan di edit dengan cara menggabungkan potongan *clip*, menambah audio, efek visual dan lainnya hingga menghasilkan sebuah video final.

## 2.2 Promosi

Promosi merupakan sebuah bentuk komunikasi persuasif yang memanfaatkan massa dan media interaktif untuk menjangkau target audiens, memberi informasi produk, dan menafsirkan suatu produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhan audiens. Sebagian besar promosi memiliki strategi yang jelas dan memiliki tujuan untuk menginformasikan konsumen atau meningkatkan *awareness* audiens terhadap suatu merek, perusahaan, atau organisasi (Moriarty dkk., 2017).

### 2.2.1 Fungsi Promosi

Terdapat tiga fungsi dasar dalam promosi berupa *identification*, *information*, dan *persuasion* (Moriarty et al, 2017). Berikut merupakan penjelasan untuk ketiga tujuan promosi tersebut.

#### 1) *Identification*

Promosi dapat berfungsi untuk mengidentifikasi suatu produk maupun toko atau tempat yang menjual produk tersebut. Promosi juga dapat mengenalkan suatu produk pada audiens sehingga dapat meningkatkan *brand awareness*.

## 2) *Information*

Selain mengidentifikasi suatu produk maupun *brand*, promosi juga dapat memberikan informasi mengenai suatu produk atau jasa yang ditawarkan.

## 3) *Persuasion*

Promosi dapat mempersuasi target audiens untuk membeli ataupun mencoba suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Umumnya fungsi promosi persuasi memiliki ciri berupa menggunakan grafis dan gaya Bahasa yang dlebih-lebihkan atau hiperbola.

### 2.2.2 Jenis Promosi

Terdapat berbagai jenis promosi yang dapat digunakan untuk menggapai, memenuhi kebutuhan target audiens dan meningkatkan penjualan. Penggabungan dari berbagai jenis promosi tersebut dikenal sebagai *promotional mix*. *Promotional mix* terdiri dari *advertising*, *public relations*, *sales promotion*, *personal selling*, *direct marketing*, dan *online marketing/social media* (Shimp et al, 2013). Berikut merupakan penjelasan dari jenis-jenis promosi tersebut.

#### 1) *Advertising*

*Advertising* atau dapat disebut juga sebagai periklanan merupakan bentuk penyebaran informasi mengenai suatu barang, jasa atau ide pada masyarakat luas dan biasanya berbayar. Umumnya jenis promosi ini diterapkan pada media massa konvensional seperti televisi, majalah, *billboard*, dan media lainnya.

#### 2) *Public Relation*

*Public relation* merupakan jenis promosi yang bertujuan untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat namun bersifat tidak berbayar. Umumnya jenis promosi *public relation* dapat ditemukan dalam bentuk berita, komentar editorial mengenai suatu produk maupun jasa.

#### 3) *Sales Promotion*

*Sales promotion* merupakan jenis promosi yang berbentuk aktivitas yang mempromosikan produk secara langsung. Jenis promosi ini dapat menstimulasi penjualan berjangka pendek. Contoh *sales promotion* berupa pemberian diskon, *merchandise*, kupon, barang *sample*, dan lainnya.

**4) *Personal Selling***

*Personal selling* merupakan jenis promosi yang dilakukan secara langsung dari orang ke orang (penjual ke pelanggan) secara tatap muka. Jenis promosi ini dapat membantu penjual dalam mengetahui preferensi pembeli sehingga dapat lebih mudah mempersuasi pelanggan dalam membeli suatu produk atau jasa.

**5) *Direct Marketing***

*Direct marketing* merupakan jenis promosi yang memanfaatkan satu atau lebih media promosi untuk menghasilkan transaksi langsung di tempat. Jenis promosi ini umumnya menggunakan teknik *direct response advertising*, *direct selling*, dan *telemarketing*.

**6) *Online Marketing***

*Online marketing* merupakan jenis promosi yang memanfaatkan internet misalnya *search engine*, *banner ads*, *mobile ads*, dan *location-based apps* untuk memasarkan suatu produk atau jasa. Jenis promosi ini merupakan jenis yang paling sering kita temui di zaman ini.

**2.2.3 Media Promosi**

Media promosi merupakan suatu media yang dapat menyampaikan informasi pesan dari sumber kepada penerima pesan. Media promosi dapat dibagi menjadi tiga jenis yaitu media lini atas atau *above the line*, media lini bawah atau *below the line*, dan gabungan dari keduanya yaitu *through the line* (Firmansyah, 2019). Berikut merupakan penjelasan untuk ketiga jenis media promosi tersebut.

**1) *Above the Line***

*Above the line* merupakan media promosi yang bersifat tidak berinteraksi secara langsung kepada audiens, memiliki target audiens yang luas, dan menggunakan biaya produksi yang lebih kecil. Contoh media promosi ATL berupa poster, *banner*, iklan televisi, radio.

**2) *Below the Line***

*Below the line* merupakan media promosi yang bersifat dapat berinteraksi secara langsung dengan target audiens, memiliki target audiens yang sempit atau terbatas, dan menggunakan biaya produksi yang lebih besar. Contoh media promosi BTL berupa pemberian *merchandise*, pameran, *direct mail*, dan lainnya.

**3) *Through the Line***

*Through the line* merupakan media promosi hasil penggabungan dari media promosi ATL dan BTL. TTL dikategorikan sebagai media promosi baru yang menyempurnakan komunikasi media massa dan non massa serta bersifat dapat menjangkau target audiens yang luas sekaligus dapat berinteraksi. Contoh media promosi TTL berupa media digital dan *web banner*.

**2.3 *Cafe***

Kafe atau *cafe* dapat disebut juga *coffeehouse* ataupun *coffee shop* merupakan istilah yang digunakan untuk sebuah tempat yang melayani pemesanan kopi atau minuman lain. Kafe memiliki ciri-ciri berupa menyediakan minuman kopi serta non-kopi, dan makanan ringan (Sukarno & Nirawati, 2016).