

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Buku

Menurut Turrow (2020), media informasi adalah sekumpulan fakta mengenai suatu permasalahan seperti orang, benda, atau peristiwa yang dapat memberikan konklusi bagi pembacanya (hlm. 76). Media informasi menjadi salah satu bagian dari media massa yang banyak digunakan dan penting dalam hidup bermasyarakat (hlm. 13). Media informasi berbentuk grafis yang efektif perlu mempunyai legibilitas dan keterbacaan yang mudah serta memiliki informasi sesuai dengan kebutuhan audiens (Pettersson, 2002).

Salah satu bentuk media informasi adalah buku (hlm. 199). Buku pada umumnya dapat dibedakan menjadi tiga jenis, buku edukasi-professional, buku konsumen, dan *trade books*. Sesuai namanya, buku edukasi bertujuan untuk memberikan pengetahuan formal terhadap suatu hal seperti tujuan pembelajaran, pelatihan, dan isi konten edukasi. Beberapa contohnya adalah buku cetak matematika dan buku panduan perusahaan (hlm. 205). Buku konsumen adalah buku pengetahuan informal seperti resep masak dan kitab suci. *Trade books* adalah buku yang biasanya lebih digemari oleh publik karena kontennya yang umum, contohnya adalah buku fiksi (hlm. 205).

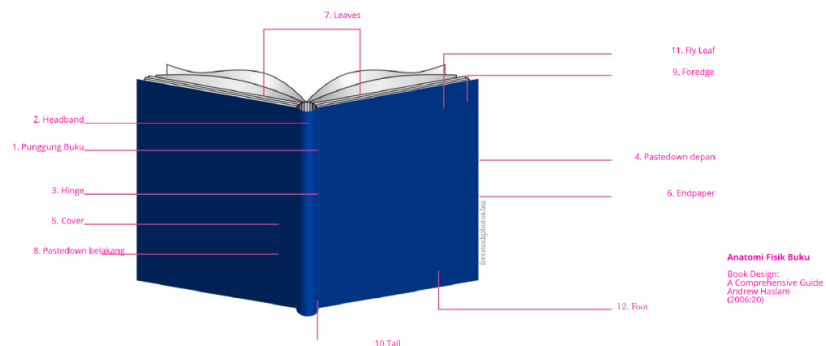


Gambar 2.1 Media Informasi Buku  
Sumber: TheSkimm (2021)

### 2.1.1 Anatomi Buku

Haslam dalam Anggarini (2021) menjelaskan apabila anatomi pada buku penting untuk diketahui desainer agar dapat membantu memahami karakteristik buku.

1. Punggung buku (*spine*), adalah bagian buku yang menutupi tepian samping buku dan menjadi area jilid.
2. *Headband*, adalah pita yang ditempelkan pada area penjilidan agar hasil jilid terkesan rapih.
3. *Hinge*, adalah lipatan pada tiap lembar kertas sehingga membagi dua halaman.
4. *Pastedown* depan, adalah kertas tebal pada bagian dalam buku yang ditempel pada *endpaper cover* depan.
5. *Cover*, adalah kertas yang berfungsi untuk melindungi isi buku.
6. *Endpaper*, adalah kertas tebal yang menyelimuti sisi dalam *cover* dan tempat penyangga *hinge*.
7. *Leaves*, adalah lembar tiap halaman isi buku.
8. *Pastedown* belakang, adalah kertas tebal pada bagian dalam yang ditempel pada *endpaper cover* belakang.
9. *Foredge*, adalah bagian tepi depan buku.
10. *Tail*, adalah bagian bawah buku.
11. *Fly leaf*, adalah lembar tebal pada halaman awal dan akhir buku.
12. *Foot*, adalah ruang bagian bawah pada lembar halaman isi buku.



Gambar 2.2 Anatomi Buku  
Sumber: Anggarini (2021)

### 2.1.2 Struktur Editorial

Anggarini menjelaskan apabila sebuah buku pada umumnya terdiri dari tiga struktur untuk penempatan elemen-elemen teks (2021).

1. *Preliminaries*, merupakan bagian depan buku (hlm. 33).
  - a. Halaman francis (*frontispiece*), merupakan halaman sampul yang berisi gambaran umum mengenai isi buku. Landa menjelaskan apabila sampul memiliki dua fungsi, fungsi promosi dan fungsi editorial (2010). Fungsi promosi bertujuan untuk meningkatkan ketertarikan pembaca. Sedangkan fungsi editorial bertujuan memberikan audiens sekilas informasi mengenai isi konteks dan tema buku (hlm.213). Komponen yang wajib ada pada *cover* adalah judul, sub-judul jika ada, edisi, penulis, logo penerbit, dan pendukung lainnya seperti penghargaan dan testimonial buku (hlm. 214).
  - b. Halaman judul utama, merupakan halaman isi buku yang berisi judul, nama penulis, dan penerbit.
  - c. Halaman hak cipta (*copyright*), merupakan halaman isi buku yang berisi hak cipta pada buku.
  - d. Halaman persembahan, merupakan pernyataan penulis untuk dapat mempersembahkan hasil karya kepada orang lain.
  - e. Daftar isi, memuat cuplikan konten pada tiap halaman buku.
  - f. Prakata (preface), merupakan pernyataan penulis mengenai tujuan buku dirancang serta ucapan syukur terhadap pihak yang telah membantu penulis dalam proses penerbitan buku.
  - g. Kata pengantar, merupakan pernyataan pihak lain selain penulis terhadap buku. Umumnya, pihak ini merupakan pihak ahli.
2. *Body matter*, atau dikenal sebagai *body middle* merupakan bagian tengah buku (hlm. 33).
  - a. Halaman pembuka bab (*chapter opener*), merupakan halaman yang berisi judul bab, sub-judul bab, kutipan, dan/ atau gambar.
  - b. Penutup bab, merupakan halaman kesimpulan isi buku.
3. *Postliminaries*, merupakan halaman akhir buku (hlm. 34).

- a. Daftar referensi, merupakan halaman sumber dan daftar pustaka untuk keperluan isi konten buku.
- b. Appendix, merupakan halaman yang berisi informasi terperinci yang berhubungan dengan suatu narasi pada halaman buku.
- c. Index, merupakan halaman mengenai sumber gambar, foto, dan ilustrasi yang digunakan pada buku. Index juga dapat berupa ucapan terima kasih kembali kepada pihak eksternal seperti editor buku.

### 2.1.3 Elemen Teks Buku

Buku memiliki elemen teks yang berbeda dengan jenis publikasi lainnya (hlm. 80). Adapun elemen teks pada buku dapat diklasifikasikan sebagai berikut.

1. Halaman judul, terdiri dari dua jenis. Pertama adalah halaman judul sebenarnya (*title page*) atau dikenal dengan istilah *cover* buku. Kedua adalah halaman judul semu, merupakan halaman pertama buku yang hanya berisi judul buku tanpa ada informasi lainnya (hlm. 67).
2. Judul punggung, merupakan judul yang diletakkan pada ruang punggung buku, dapat ditulis secara horizontal maupun melintang ke bawah. Jika masih memiliki ruang kosong, maka dapat ditambahkan nama penulis (hlm. 68).
3. Judul pelari, merupakan judul buku dan bab yang diletakkan berulang-ulang agar pembaca dapat dengan mudah menghubungkan konteks narasi buku dengan judul bab yang sedang dibaca (hlm. 69).
4. Judul dan sub judul. Dimulai dari judul bab, dan diturunkan menjadi sub judul apabila ada. Semakin judul diturunkan, maka ukuran teks semakin kecil (hlm. 69).
5. *Folio*, merupakan istilah lain dari nomor halaman buku (hlm. 70).
6. *Initial caps*, adalah huruf pertama dari kata awal halaman bab yang diberi karakteristik ukuran berbeda sebagai penanda mulainya kalimat. Pada umumnya, huruf ini diberi ukuran lebih besar dari teks lainnya (hlm. 70).

7. *Lead line*, adalah kata pertama atau seluruh kalimat pertama dalam suatu halaman yang diberi karakteristik khusus, seperti menggunakan *typeface* yang berbeda (hlm. 70).

#### 2.1.4 Penjilidan (*Binding*)

Penjilidan adalah salah satu *finishing* untuk kebutuhan publikasi buku (Anggarini, 2021). Pemilihan jenis binding penting dilakukan sebelum melakukan proses desain karena akan berpengaruh pada bidang ruang kerja desain seperti margin. Terdapat tiga jenis penjilidan (hlm. 39).

##### 1. *Saddle Stitch Binding*

Pada penjilidan ini, bagian tengah lipatan lembar-lembar buku dijahit menggunakan jarum dan benang, atau dapat menggunakan stepler. Biasanya penjilidan ini digunakan pada buku yang memiliki jumlah lembar yang tipis atau sedikit.



Gambar 2.3 *Saddle Stitch Binding*  
Sumber: Calitho (2020)

##### 2. *Perfect Binding*

Pada penjilidan ini, tepi pada tiap lembar halaman dilem pada sebuah kain dan ditempel pada *cover*.



Gambar 2.4 *Perfect Binding*  
Sumber: Swallow Tail Print

### 3. *Spiral Binding*

Pada penjilidan ini, tepi tiap lembar halaman dibolongi dengan jarak yang konstan agar nantinya dapat disatukan dengan menggunakan sebuah kawat spiral.



Gambar 2.5 *Spiral Binding*  
Sumber: Color Vision Printing

#### 2.1.5 Kertas

Kertas merupakan media yang digunakan untuk percetakan, penulisan, atau pembungkusan yang berasal dari material serat kayu (pulp) dan diproduksi dengan cara pengendapan dan suspensi sehingga serat kayu menjadi satu kesatuan bidang yang utuh (Roberts, 1996). Pulp sendiri diproduksi dengan tiga cara (Bahri, 2015). Pertama, pulp mekanis, yakni serat kayu diproses dengan proses mekanis atau konvensional. Kedua, pulp kimia, dimana serat kayu diproses dengan bantuan unsur kimiawi sehingga dapat menghasilkan kertas yang lebih kuat. Ketiga, pulp semi kimia. Pada pulp jenis ini, serat kayu diproses dengan campuran bantuan mekanis dan kimia.

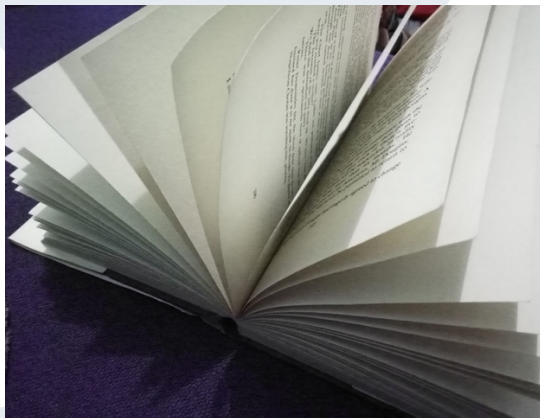
Jenis-jenis kertas yang ada di era modern terus berkembang seiring dengan kemajuan teknologi. Menurut Masriani (2021), beberapa jenis kertas dan karton di Indonesia yang bisa digunakan pada buku, koran, sampai majalah dapat diklasifikasikan sebagai berikut.

1. Kertas tanpa salut dari pulp mekanis (*uncoated wood containing paper*), adalah kertas yang dibuat dengan pulp mekanis dan tidak dilapisi sehingga tipis dan tidak mampu menyerap kilau yang. Contohnya adalah kertas koran.



Gambar 2.6 Kertas Koran  
Sumber: Kompas

2. Kertas tanpa salut dari pulp kimia (*uncoated wood-free paper*). Sesuai namanya, kertas jenis ini adalah kertas yang tidak dilapisi dan terbuat dari pulp kimia. Jenis kertas ini juga disebut sebagai kertas cetak, kertas tulis, atau kertas buku.



Gambar 2.7 Kertas Buku  
Sumber: Halaman Moeka Publishing

3. Kertas salut dari pulp mekanis (*coated wood containing paper*), adalah kertas berbahan dasar pulp mekanis yang telah dilapisi dan cenderung digunakan apabila kertas ingin dicetak pada mesin *letterpress* atau *offset*. Contohnya adalah kertas majalah.



Gambar 2.8 Kertas Majalah  
Sumber: Haleykim (2018)

4. Kertas salut dari pulp kimia (*coated woodfree paper*), adalah kertas berbahan dasar pulp kimia yang telah melalui proses salut (dilapisi) sehingga memiliki efek tertentu seperti berkilau. Contohnya adalah *art paper* pada *kertas brosur*.



Gambar 2.9 *Art Paper*  
Sumber: Maestro Copy Centre, Digital Printing, & Advertising

9. Kertas khusus (*special paper*), adalah kertas yang memiliki karakteristik khusus seperti kertas pada buku kitab suci.





Gambar 2.10 Kertas Spesial Buku Kitab Suci  
Sumber: Tempo (2023)

## 2.2 Desain Komunikasi Visual

Desain komunikasi visual merupakan metode pemecahan masalah dengan mengukur kreativitas dan teknik visual untuk dapat menawarkan solusinya (Landa, xii). Salah satu turunan ilmu desain komunikasi visual adalah desain grafis (hlm. 1). Desain grafis tidak hanya terbatas digunakan sebagai komunikasi *brand*, tetapi juga dapat digunakan untuk mengkampanyekan isu-isu yang terjadi atau menginformasikan hal dibutuhkan masyarakat sehingga terjadinya perubahan positif (hlm.11).

### 2.2.1 Prinsip Desain

Menurut Landa (hlm. 29), terdapat enam prinsip dalam desain yang saling berhubungan erat satu dengan yang lainnya. Sehingga, desain yang baik menerapkan keseleuruhan prinsip tersebut.

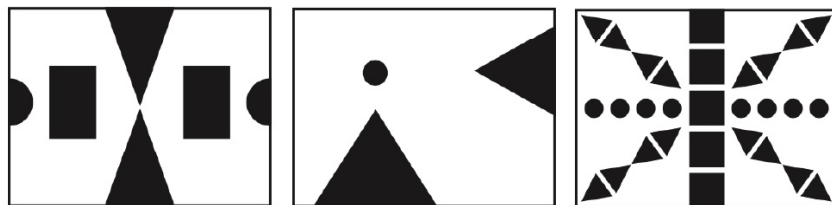
#### A. Format

Format merupakan bidang pengerjaan suatu tipe proyek desain (hlm. 29). Terdapat dua jenis format, *single format* dan *multiple-page format* (hlm. 30). *Single format* adalah format dengan satu bidang pengerjaan satu dengan contoh seperti paster *billboard*, kartu bisnis, sampul buku, dan *web banner* non-gerak. Sedangkan *multiple-page format* adalah format dengan bidang pengerjaan dua atau lebih yang perlu diperhatikan keselarasan dan keharmonisan visual antara satu bidang

dengan bidang pengerjaan lainnya. Adapun contohnya antara lain isi buku, majalah, dan katalog.

### **B. Balance**

*Balance* merupakan prinsip keseimbangan visual dengan memperhatikan komposisi elemen-elemen visual yang dimuat dalam desain (hlm. 30). Dengan adanya keseimbangan ini, tercipta kerapuhan dalam desain sehingga audiens mudah memahami pesan yang terkandung. Terdapat tiga macam keseimbangan: simetris, asimetris dan radial. Pada keseimbangan simetris, elemen-elemen desain di komposisi rata secara pada sisi horizontal atau vertikal pada desain (hlm. 31). Sedangkan pada keseimbangan asimetris, elemen-elemen desain memiliki komposisi yang tersebar, namun tetap memperhatikan keseimbangannya sehingga tidak tercipta kesan apabila satu titik yang lebih utama daripada titik lainnya (hlm. 31). Pada radial, elemen-elemen desain tersebar secara merata secara gabungan horizontal dan vertikal, namun memiliki fokus pada satu titik tengah (hlm. 32).

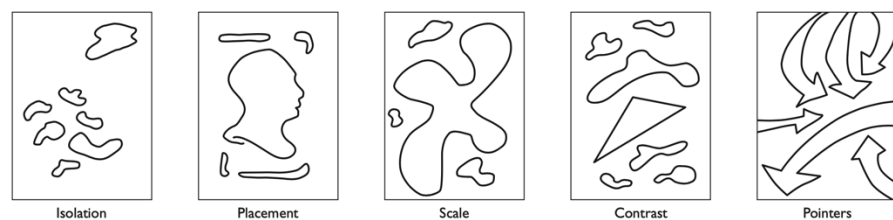


Gambar 2.11 Keseimbangan Simetris (kiri), Asimetris (kanan), Radial (kanan)  
Sumber: Landa (2014)

### **C. Visual Hierachy**

*Visual Hierachy* merupakan tingkatan pada elemen-elemen yang terkandung dalam desain sehingga tercipta *emphasis* dan audiens mudah memahami poin utama dalam desain (hlm. 33). Untuk dapat menciptakan hierarki ini, seorang desainer terlebih dahulu dapat mengurutkan informasi terpenting sebagai titik utama sampai ke informasi yang kurang penting. Landa mengatakan apabila posisi, ukuran, warna, dan tekstur berkaitan erat dengan terciptanya hieraki visual yang baik. Beberapa jenis *emphasis* dapat diciptakan dengan

mengisolasi penempatan sebuah elemen (*emphasis by isolation*), mengkomposisikan elemen di tempat yang paling mudah dijangkau mata audiens (*emphasis by placement*), mengkomposisikan elemen-elemen berdasarkan ukuran (*emphasis through scale*), mengkomposisikan suatu elemen kontras dengan elemen lainnya (*emphasis through contrast*), dan memberi penekanan suatu objek dengan memberikan arah (*emphasis through direction*).



Gambar 2.12 *Visual Hierachy*  
Sumber: Landa (2014)

#### **D. Rhythm**

*Rhythm* merupakan pola elemen repetisi atau variasi yang konsisten pada desain sehingga dapat menciptakan visual yang menarik bagi audiens nya (hlm. 35-36). Untuk dapat menciptakan ritme ini, desainer perlu memperhatikan penggunaan warna, tekstur, serta prinsip hierarki dan keseimbangan dalam tiap elemen desain (hlm. 35).

#### **E. Unity**

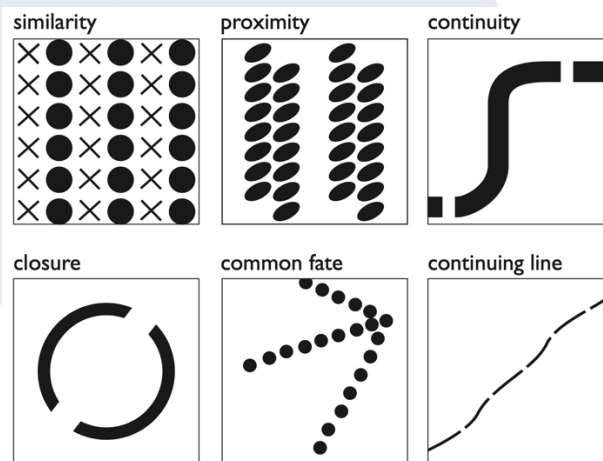
*Unity* merupakan prinsip yang menjadikan suatu desain utuh satu kesatuan dan koheren akibat dari hasil pengelompokan yang efektif antara tata letak, bentuk (*shape*), dan warna yang terkandung dalam desain (hlm. 36).

#### **F. Laws of Perceptual Organization**

Prinsip ini terbagi ke dalam 6 poin:

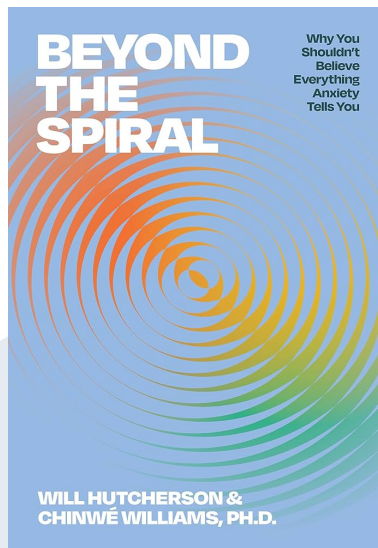
1. *Similarity*, elemen-elemen seperti tekstur, warna, dan bentuk yang memiliki kemiripan dapat dipersepsikan sebagai satu kesatuan oleh audiens.
2. *Proximity*, elemen-elemen yang memiliki tata letak yang saling berdekatan dapat dipersepsikan sebagai satu kesatuan.

3. *Continuity*, elemen-elemen yang merupakan bagian lanjutan dari elemen sebelumnya dapat dikatakan sebagai satu kesatuan.
4. *Closure*, audiens mencoba mencari hubungan antara satu elemen dengan elemen lainnya untuk dapat melihat keseluruhan desain yang utuh.
5. *Common fate*, elemen-elemen yang membentuk arah kesuatu titik yang sama dapat dikatakan sebagai satu kesatuan.
- f. *Continuing line*, audiens melihat garis sebagai satu kesatuan, termasuk kedalam garis yang memiliki titik putus.



Gambar 2.13 *Laws of Perceptual Organization*  
Sumber: Landa (2014)

Pada contoh sampul buku dibawah ini, ruang kerja desain yang digunakan adalah *single format* dengan spesifikasi yakni poster digital berukuran F4. Selain itu, sampul buku memiliki keseimbangan asimetris, dimana elemen-elemen ilustrasi menyebar pada sekeliling poster. Hirarki pada poster ditunjukkan dengan penggunaan *emphasis by scale*, dimana judul buku diletakan paling besar dan kontras agar audiens dengan mudah membaca teks. Poster juga menerapkan *proximity* dan *closure*, dimana elemen garis busur ilustrasi ditempatkan secara berdekatan sehingga tercipta kesan ilustrasi yang merupakan satu kesatuan. Terakhir, ditemukan pula prinsip *rhythm* dan *unity*, dimana terdapat repetisi warna, pola, serta gaya ilustrasi yang konsisten.



Gambar 2.14 Contoh Pengaplikasian Prinsip Pada Sampul Buku  
 Sumber: Chinwé Williams and Will Hutcherson (2023)

### 2.2.2 Warna

Warna terdiri dari tiga elemen berbeda: *hue*, *saturation*, dan *value* (hlm. 23). *Hue* adalah dasar warna itu sendiri. *Saturation* adalah tingkat kecerahan dan kekusaman dari *hue*. Sedangkan *value* adalah tingkat gelap terang dari *hue* dengan mengkombinasikan warna netral. Selain itu, dalam pengerjaan desain dengan hasil digital, pengaturan warna yang digunakan adalah RGB sedangkan pengaturan warna CYMK digunakan untuk desain untuk kebutuhan cetak.



Gambar 2.15 Hue, Value, dan Saturation  
 Sumber: Estefany (2009)

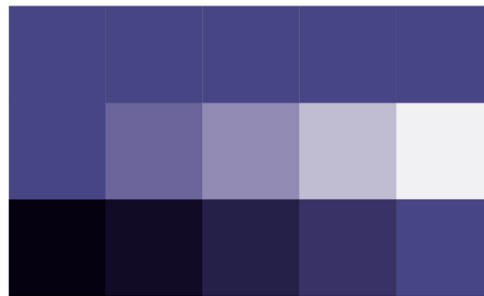
Ketika desainer menggunakan kombinasi warna-warna pada suatu desain, maka hal tersebut disebut sebagai palet warna. Kombinasi ini dapat mengacu pada roda warna (hal. 130). Dalam roda warna, Landa menyebut

apabila terdapat tiga warna primer: merah, biru, dan kuning. Warna sekunder adalah hasil campuran warna-warna primer: jingga, hijau, dan ungu. Warna hitam, putih, dan abu-abu disebut sebagai warna netral. Perancangan palet warna dapat mengacu pada skema warna.

### A. Skema Warna

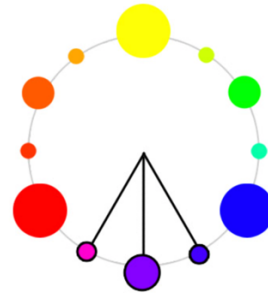
Skema warna merupakan penggunaan kombinasi warna-warna yang saling padu dengan memperhatikan *hue*, *value* dan *saturation*. Mengubah *value* dan *saturation* bisa mengubah arti dari warna itu sendiri. 6 skema warna menurut Landa adalah sebagai berikut (hlm. 132).

1. *Monochromatic*, adalah skema satu warna dasar, dengan tetap menggunakan turunan *value* dan *saturation* dari warna tersebut sebagai pendukung.



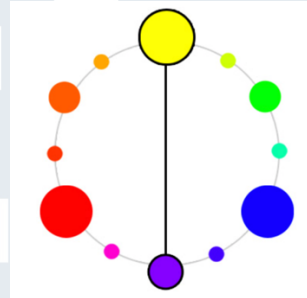
Gambar 2.16 *Monochromatic Scheme*  
Sumber: Landa (2014)

2. *Analogous*, adalah skema dengan menggunakan tiga warna dasar yang saling bersebelahan pada roda warna. Pada skema ini, satu warna dasar dapat menjadi warna utama, sedangkan dua warna lainnya menjadi warna pendukung.



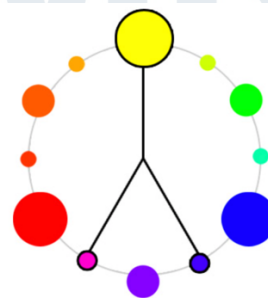
Gambar 2.17 *Analogous Scheme*  
Sumber: Estefany (2009)

3. *Complementary*, adalah skema dengan menggunakan dua warna yang berseberangan pada roda warna sehingga tercipta kesan *vibrant* dan menyenangkan.



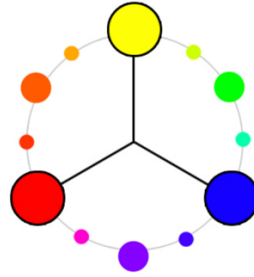
Gambar 2.18 *Complementary Scheme*  
Sumber: Estefany (2009)

4. *Split Complementary*, adalah skema dengan satu warna utama dan dua warna lainnya yang jaraknya berdekatan pada roda warna sebagai warna pendukung.



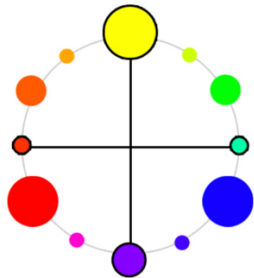
Gambar 2.19 *Split Complementary Scheme*  
Sumber: Estefany (2009)

5. *Triadic*, adalah skema dengan menggunakan tiga warna yang memiliki jarak konstan pada roda warna. Skema ini menciptakan warna-warna yang kontras, namun harmonis.



Gambar 2.20 *Triadic Scheme*  
Sumber: Estefany (2009)

6. *Tetradic*, adalah skema dengan menggunakan dua skema warna *complementary* sehingga menciptakan harmonisasi hasil akhir dari empat warna dasar.

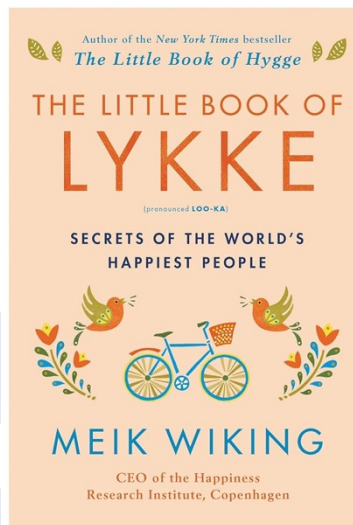


Gambar 2.21 *Tetradic Scheme*  
Sumber: Estefany (2009)

Pada contoh sampul buku dibawah ini, desain menggunakan skema warna *split complimentary*, yakni menggunakan warna oranye sebagai warna utama dengan biru dan hijau sebagai warna pelengkap. Walaupun warna yang digunakan terlihat kontras, namun tetap padu dan harmonis.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA





Gambar 2.22 Contoh Pengaplikasian Skema Warna  
Sumber: Meik Wiking (2017)

## B. Filosofi Warna

Warna dapat dihubungkan dengan arti-arti tertentu. Arti ini apat memiliki arti yang berbeda antara satu tempat dengan tempat lainnya, tergantung bagaimana budaya lokal setempat menggunakan warna (Ambrose et al., 2003, 166-167). Beberapa filosofi warna yang umum dikenal antara lain:

1. Warna merah, memberikan kesan bahaya pada budaya barat, namun juga dipakai untuk memberikan kesan pesta pora dan selebrasi pada budaya Asia Timur.
2. Warna biru, dapat menyimbolkan kesan agamis, seperti suci dan tenang.
3. Warna kuning, memberikan arti kebahagiaan.
4. Warna hitam, dapat memberikan kesan elegan. Pada budaya barat, hitam dipakai saat masa berkabung.
5. Warna putih, memberikan kesan polos.

### 2.2.3 Tipografi

*Typeface* sebagai bagian dari elemen tipografi adalah sekumpulan karakter yang terdiri atas huruf, angka, simbol, dan tanda baca yang konsisten dan menciptakan kepaduan (Landa, 2014).

## A. Klasifikasi *Typeface*

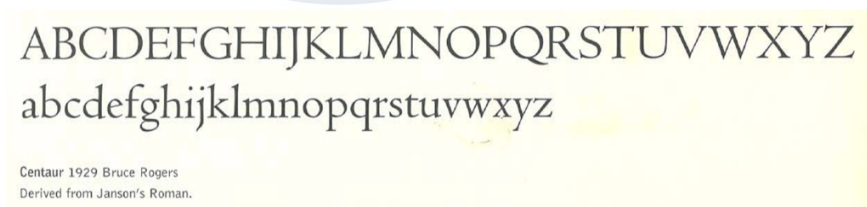
Menurut Ambrose et. al., *Typeface* dapat diklasifikasikan sebagai berikut (hlm. 96).

1. *Block*, merupakan *typeface* yang biasa digunakan sebagai huruf kapital saja karena memiliki keterbacaan yang sulit. *Block*, atau biasa dikenal dengan istilah *Blackletter* terinspirasi dari gaya tipografi pada tulisan manuskrip Jerman pada era Medieval (hlm. 96-97).



Gambar 2.23 *Typeface Block*  
Sumber: Ambrose (2003)

2. *Roman*, atau biasa dikenal dengan istilah *Serif*, merupakan jenis *typeface* yang memiliki keterbacaan paling mudah (hlm 97). *Serif* adalah kait kecil yang berada pada ujung huruf (Landa, 2014, 46).



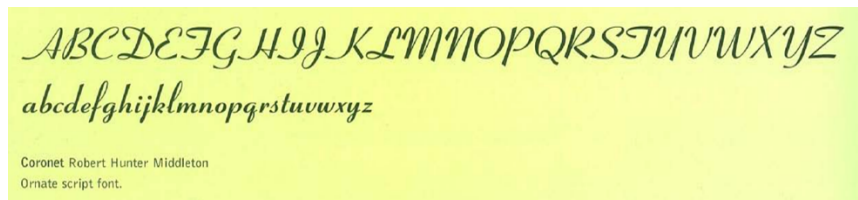
Gambar 2.24 *Typeface Roman*  
Sumber: Ambrose (2003)

3. *Gothic*, atau *Sans-serif* merupakan *typeface* yang memiliki karakteristik yang minimalis dan sederhana sehingga sulit untuk dibaca apabila digunakan dalam teks yang panjang. Cocok digunakan untuk judul, *caption*, dan lainnya yang bukan merupakan *body text* (hlm. 96-97).



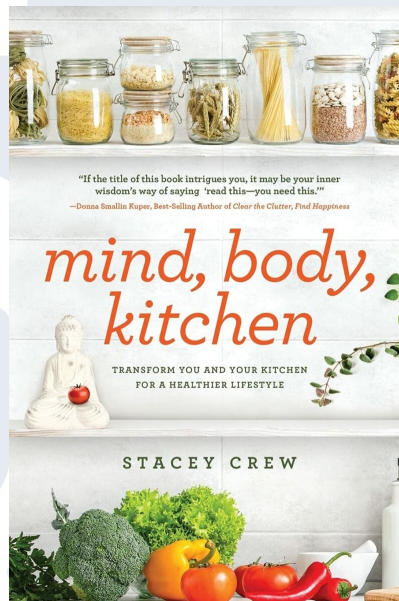
Gambar 2.25 *Typeface Gothic*  
Sumber: Ambrose (2003)

4. *Script*, merupakan *typeface* yang menyerupai tulisan tangan. Jenis *typeface* ini sering digunakan pada kartu bisnis, kartu undangan, dan iklan. Ambrose menjelaskan apabila tulisan yang menggunakan *Script* tidak boleh keseluruhannya dalam huruf kapital.



Gambar 2.26 *Typeface Script*  
Sumber: Ambrose (2003)

Pada contoh sampul buku dibawah ini, sang desainer menggunakan jenis *typeface Serif*. Sesuai dengan teori diatas, *typeface Serif* disini memiliki kait pada ujungnya dan relatif mudah dibaca oleh audiens.



Gambar 2.27 Contoh Pengaplikasian *Typeface* Pada Desain Buku  
Sumber: Koehler Books (2021)

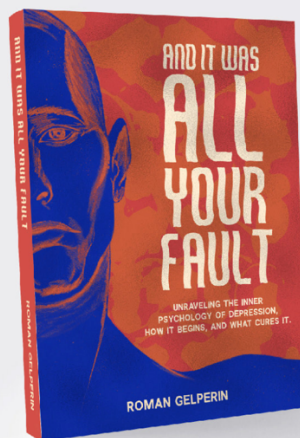
### **B. Type family**

Landa menjelaskan apabila sebuah *typeface* pada umumnya memiliki variasi dalam bentuk tebal tipisnya (*light, medium bold*), lebar huruf (*condensed, regular, extended*), dan derajat kemiringannya (tegak dan *italic*). Variasi ini tetap mempertahankan karakteristik pada *typeface* tersebut (hlm. 48).

ITC Stone Informal Medium  
*ITC Stone Informal Medium Italic*  
 ITC Stone Informal Semibold  
*ITC Stone Informal Semibold Italic*  
**ITC Stone Informal Bold**  
***ITC Stone Informal Bold Italic***  
 ITC Stone Sans Medium  
*ITC Stone Sans Medium Italic*  
 ITC Stone Sans Semibold  
*ITC Stone Sans Semibold Italic*  
**ITC Stone Sans Bold**  
***ITC Stone Sans Bold Italic***  
 ITC Stone Serif Medium  
*ITC Stone Serif Medium Italic*  
 ITC Stone Serif Semibold  
*ITC Stone Serif Semibold Italic*  
**ITC Stone Serif Bold**  
***ITC Stone Serif Bold Italic***

Gambar 2.28 Contoh *Typeface Family* pada ITC Stone  
 Sumber: Landa (2014)

Sebagai contoh, sampul buku dibawah ini menggunakan satu jenis *typeface* dengan berbagai macam *type family* seperti *bold* dan *regular* pada *body text* sehingga tercipta hirarki dari informasi yang terpenting sampai tidak dan audiens mengetahui emphasis informasi pada sampul.



Gambar 2.29 Contoh Pengaplikasian *Typeface Family*  
 Sumber: Shreya Meher (2021)

### C. *Readability* dan *Legibility*

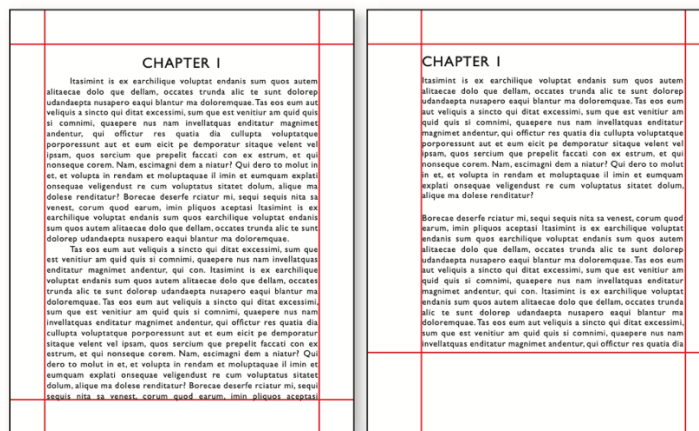
Dalam tipografi, seorang desainer perlu memperhatikan *readability* dan *legibility* (hlm. 53). *Legibility* adalah bagaimana setiap karakter *typeface* yang digunakan mudah dikenali dan dibedakan oleh audiens, sehingga membantu menciptakan *readability*, yakni ketika keseluruhan tulisan pada desain dapat dengan mudah dibaca dan dipahami oleh

audiens. Untuk dapat menciptakan kedua hal ini, desainer perlu memikirkan penggunaan ukuran, margin, spasi, dan warna yang harmonis.

### 2.2.4 Layout dan Grid

*Layout* adalah penyusunan elemen-elemen pada bidang kerja desain yang berfungsi agar audiens dengan mudah memahami pesan dan visual yang ingin disampaikan, bahkan pada informasi yang kompleks sekalipun (Ambrose et al., 2003, 31). Dalam proses *layout*, seorang desainer dapat dibantu oleh *grid*, yakni sekumpulan garis khayal yang menciptakan aturan konsisten untuk ruang penempatan elemen-elemen desain, terutama pada bidang kerja yang memiliki lebih dari satu halaman. Landa menyebutkan apabila terdapat tiga jenis *grid*.

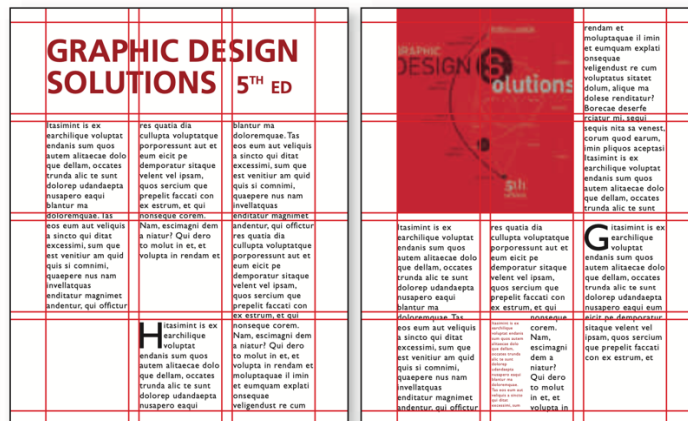
1. *Single-column grid*. Sesuai namanya, *grid* ini hanya memiliki satu kolom yang dikelilingi oleh margin pada sisinya (hlm. 175).



Gambar 2.30 *Single-column Grid*

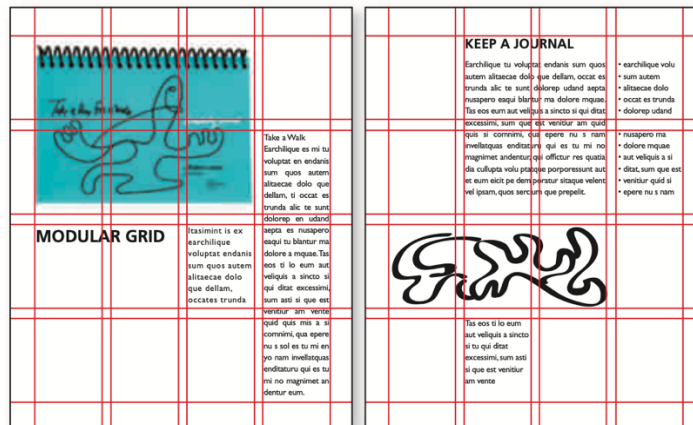
Sumber: Landa (2014)

2. *Multicolumn grid*, merupakan *grid* yang terdiri dari dua kolom atau lebih. Pada *multicolumn grid*, seorang desainer dapat menerapkan aturan interval, yakni jarak antara satu kolom dengan kolom lainnya, sehingga elemen yang dimuat tidak berdempetan dan rapih (hlm. 177-179).



Gambar 2.31 Multicolumn Grid  
Sumber: Landa (2014)

3. *Modular grid*, merupakan *grid* yang terdiri atas kotak-kotak. Landa berpendapat apabila *grid* ini merupakan *grid* yang paling fleksibel untuk *layouting* (hlm. 181). Walaupun begitu, interval dan margin juga tetap diterapkan.



Gambar 2.32 Modular Grid  
Sumber: Landa (2014)

## 2.2.5 Ilustrasi

Ilustrasi adalah bentuk komunikasi pesan berbentuk kontekstual spesifik menyesuaikan dengan kebutuhan target audiens dan *brief* yang dituju setelah melakukan penggalan yang mendalam (Male, 2007). Ilustrasi dapat digunakan menciptakan hubungan emosional dan ketertarikan pembaca terhadap pesan yang ingin disampaikan (hlm.10).

## A. Kontekstual Ilustrasi

Lima klasifikasi kontekstual dalam ilustrasi menurut Male antara lain.

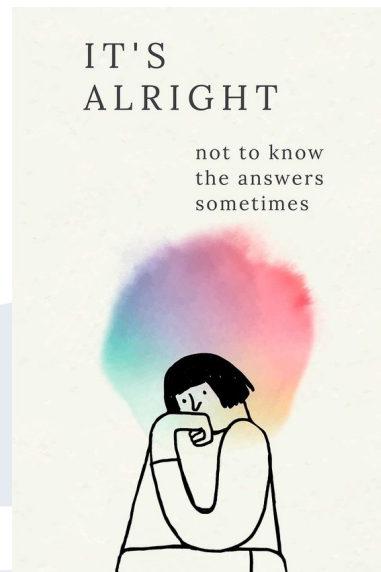
1. Konteks informasi, untuk memberikan pemahaman mengenai suatu masalah terhadap audiens (hlm. 86). Dibawah ini merupakan contoh penggunaan ilustrasi dalam konten buku untuk memberikan informasi seputar *post-partum depression*.



Gambar 2.33 Ilustrasi Dalam Konteks Informasi  
Sumber: Kathryn Ivana Chandra

2. Konteks komentar, untuk memberikan kritik terhadap suatu permasalahan (hlm. 118). Gambar dibawah merupakan contoh penggunaan ilustrasi pada poster untuk memberikan komentar dan saran membangun mengenai kecemasan dan kesehatan mental.

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 2.34 Ilustrasi Dalam Konteks Komentar  
Sumber: Nunny

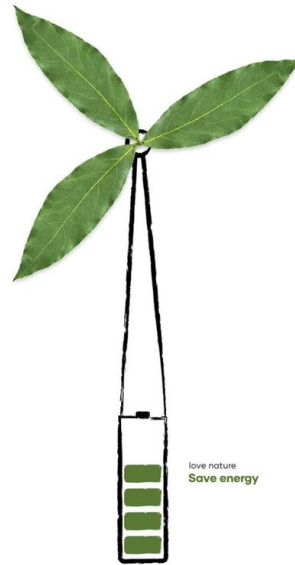
3. Konteks narasi, untuk menceritakan suatu adegan peristiwa dengan representasi gambar (hlm. 138). Pada contoh gambar dibawah ini, ilustrasi menjadi alat untuk menceritakan kondisi seseorang yang sedang memiliki kehidupan rileks menikmati waktunya sambil membaca buku.



Gambar 2.35 Ilustrasi Dalam Konteks Narasi  
Sumber: Chisato

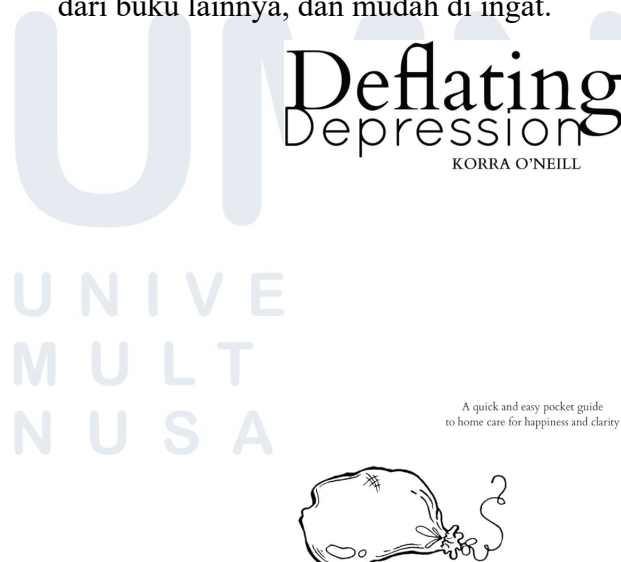
4. Konteks persuasi, untuk mengajak target audiens melakukan suatu perilaku (hlm. 164). Pada contoh dibawah ini, ilustrasi digunakan dalam poster untuk mengkampanyekan gaya hidup yang mencintai alam, dimana salah satu caranya adalah dengan menghemat energi.





Gambar 2.36 Ilustrasi Dalam Konteks Persuasi  
 Sumber: Tarlan Haji Shamiyev (2020)

5. Konteks identitas, untuk memberikan identitas terhadap suatu hal agar mudah di ingat oleh target audiens (hlm. 172). Pada contoh dibawah ini, ilustrasi dengan balon kempes digunakan pada sampul buku sehingga kontekstual dengan judul buku *'deflating'* sehingga buku menjadi unik, berbeda dari buku lainnya, dan mudah di ingat.



Gambar 2.37 Ilustrasi Dalam Konteks Identitas  
 Sumber: Korra O'Neill (2019)

## 2.2.6 Fotografi

Fotografi adalah sarana komunikasi untuk memperkuat dan merepresentasikan suatu ide dan konsep secara objektif dalam bentuk gambar foto (Harsanto, 2019). Dengan adanya sarana ini, suatu konsep dapat diamati bentuknya secara realistik dan nyata.

### A. Fungsi Fotografi

Fotografi di Indonesia pada awalnya digunakan sebagai sarana dokumentasi, namun berkembang digunakan kedalam berbagai fungsi dan tujuan. Antonius dan Herdamon, dalam Harsanto beberapa fungsi tersebut antara lain.

#### 1. Fotografi Dokumentasi (*Documentation Photography*)

Fotografi dokumentasi adalah sarana representasi objek dari suatu momen-momen yang dianggap penting dan unik sehingga dapat menjadi keabsahan apabila momen tersebut secara nyata terjadi di masa lampau (hlm. 17). Beberapa contohnya adalah dokumentasi pernikahan, ulang tahun, dan acara suatu perusahaan.



Gambar 2.38 Fotografi Dokumentasi  
Sumber: Marvin Malmis Ponce (2022)

#### 2. Fotografi Jurnalistik (*Photo Journalism*)

Fotografi jurnalistik adalah sarana representasi objek dari suatu berita yang aktual tanpa adanya manipulasi untuk

mengatur, menata, dan mengarahkan objek yang akan difoto (hlm. 18).



Gambar 2.39 Fotografi Jurnalistik  
Sumber: Ulet Ifansasti (2014)

### 3. Fotografi Periklanan (*Advertising Photography*)

Fotografi periklanan adalah sarana representasi suatu barang atau jasa yang dijual untuk mempromosikan dan menguatkan identitas. Fotografi periklanan digunakan pada kegiatan komersial, seperti *marketing* (hlm. 19).

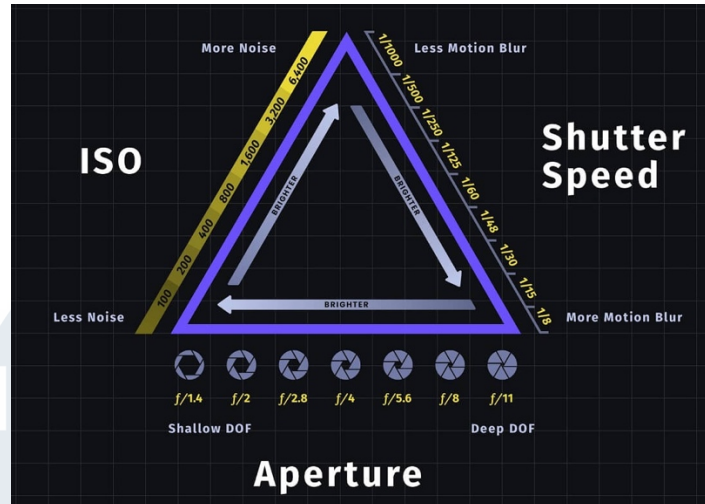


Gambar 2.40 Fotografi Periklanan  
Sumber: Nice to Meet You Studio

### B. *Exposure Triangle*

Seorang fotografer perlu memerhatikan keseimbangan tiga variabel pencayahaan fotografi, yakni *aperture*, *ISO*, dan *shutter speed* agar suatu foto memiliki hasil memiliki kualitas yang baik

dan yang sesuai dengan fungsinya. Kelompok variabel tersebut disebut dengan istilah *exposure triangle* (Kiraz, 2021).



Gambar 2.41 *Exposure Triangle*  
Sumber: Studio Binder (2022)

### 1. Aperture

*Aperture* adalah pengaturan pembukaan lensa kamera untuk menangkap seberapa besar cahaya akan diterima pada kamera. *Aperture* disimbolkan dengan *f/stops*. Semakin besar angka *stops* seperti *f/16*, maka cahaya yang diterima semakin banyak dan semakin kecil *stops* seperti *f/1.4*, maka cahaya yang diterima semakin sedikit. Banyak sedikitnya cahaya akan mempengaruhi *depth of fields* (hlm. 9-11).

### 2. ISO

ISO adalah pengaturan seberapa sensitif kamera terhadap cahaya yang ada disekitar objek foto. ISO memiliki nilai dimulai dari 50, 100, 200, 400, 800, 1600, 3200 dan seterusnya. Semakin besar nilai ISO, semakin sensitif pula dengan cahaya. Sehingga, pada latar yang memiliki pencahayaan kurang terang, dapat menggunakan nilai iSO yang tinggi agar hasil foto dapat lebih cerah (hlm. 20-22).

### 3. Shutter Speed

*Shutter speed* adalah pengaturan seberapa lama kamera menangkap cahaya yang ada. Misalnya, *shutter speed* 1/60 akan

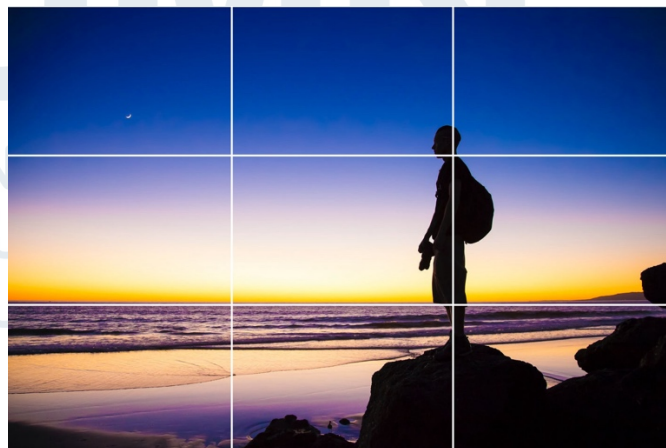
menangkap cahaya selama satu per enam puluh detik. Semakin kecil *shutter speed*, maka cahaya yang ditangkap akan semakin sebentar sehingga ideal digunakan pada kondisi yang memiliki pencahayaan yang terang. Semakin besar *shutter speed*, maka cahaya yang ditangkap akan semakin cepat dan objek foto menjadi *blur* (hlm. 32-33).

### C. Komposisi Fotografi

Komposisi fotografi adalah pengaturan susunan elemen-elemen objek pada foto dalam batasan satu ruang (Karyadi, 2017). Komposisi perlu diperhatikan agar tercipta keseimbangan elemen objek pada foto. Komposisi dapat dibangun dengan menerapkan beberapa hal.

#### 1. *Point of Interest (POI)*

*Point of Interest* adalah titik objek emphasis pada foto sehingga audiens dapat dengan mudah menangkap makna dari foto. Salah satu cara membangun POI adalah dengan menerapkan *Rule of Third*, yakni *grid* semu berjarak konstan yang terdiri atas tiga garis vertikal dan tiga garis horizontal. Pada *Rule of Third*, objek difoto pada hasil titik dari garis *grid* yang memotong (hal. 32).



Gambar 2.42 *Rule of Third*  
Sumber: IxDF (2024)

## 2. *Depth of Field* (DOF)

*Depth of Field* adalah ketajaman suatu objek dengan latar belakang disekelilingnya. *Depth of Field* dapat dibangun dengan mengatur *aperture*. Semakin besar angka *aperture*, maka latar belakang foto semakin jelas (DOF lebar). Semakin kecil angka *aperture*, latar belakang foto semakin semakin blur (DOF sempit) (hal. 33).



Gambar 2.43 DOF Sempit (kiri) dan DOF Lebar (kanan)  
Sumber: IxDF (2020)

## 3. *Background* (Latar Belakang)

Background adalah bagian latar pendukung objek utama foto yang dapat membantu audiens memahami pesan dibalik foto. *Background* dipilih berdasarkan pengaruh cahaya dan objek lain disekitar objek utama (hlm. 33). Pada contoh gambar dibawah ini, perempuan yang sedang melakukan yoga menjadi objek utama dengan latar belakang yakni pantai dan langit yang hamper terbenam. Latar belakang ini membangun pesan foto berupa berolahraga yang tenang dan menyatu dengan alam.



Gambar 2.44 Komposisi Latar Belakang Fotografi  
Sumber: Kike Vega (2018)

#### 4. *Colour (Warna)*

Nuansa warna foto penting untuk dipertimbangkan sehingga dapat membangun keseluruhan suasana dan meningkatkan daya tarik audiens (hlm. 33). Pada contoh foto dibawah ini, foto menggunakan komposisi warna putih dengan aksen warna hijau dan cream, serta pencahayaan natural sehingga membangun suasana *wellness*, natural, dan tenang.



Gambar 2.45 Komposisi Warna Fotografi  
Sumber: Jen P. (2018)

#### 5. Horizontal dan Vertikal

Seorang fotografer perlu mengetahui apakah foto yang diambil dalam posisi kamera horizontal (*landscape*) atau

vertikal (*portrait*). Posisi ini menyesuaikan dengan kebutuhan awal fotografi (hlm 33).

### **2.3 Slow Living**

*Slow living* menurut McAlary (2017) adalah gaya hidup lebih rileks untuk memilah dan memilih kegiatan sehari-hari yang sesuai dengan nilai hidup diri seseorang sehingga dapat menikmati momen dari proses aktivitas tersebut. *Slow living* bertujuan agar seseorang dapat mencapai nilai hidupnya pada aspek kualitas kesehatan mental, sosial, dan lingkungan hidup (Craig, 2006).

#### **2.3.1 Konsep Turunan Slow Living**

Mengutip laman komunitas Slow Living London, *slow living* berkembang dari *slow food movement* di Italia pada kisaran tahun 1980an, yakni sebuah gerakan yang mengkampanyekan proses memasak yang dilakukan tanpa tergesa-gesa dengan sehingga makan menjadi aktivitas sehari-hari yang dapat berharga. Pada tahun-tahun berikutnya, gerakan ini meluas ke berbagai perspektif kehidupan lainnya sehingga tercipta suatu payung konsep yang dinamakan *slow living*. Menurut Honore, sistem penerapan *slow living* juga dapat dilakukan mengikuti beberapa konsep turunan berikut (2004).

##### **A. Slow Work**

*Slow work* adalah suatu konsep agar seseorang tidak mengerjakan berbagai macam aktivitas yang berbeda dalam satu waktu, atau secara terus-menerus bekerja tanpa adanya rehat sejenak (hlm, 187-210). Honore mengemukakan apabila orang yang memiliki jadwal aktivitas yang teratur justru membuat seseorang lebih produktif, kreatif, namun tetap tenang (hlm. 207).

##### **B. Slow Mind**

Honore mengemukakan apabila *slow mind* merupakan pola pikir agar seseorang lebih tenang dan tidak berpikir secara berlebihan terhadap suatu keadaan yang tidak pasti (*overthinking*). Contoh aktivitas *slow mind* adalah dilatih dengan melakukan meditasi dan yoga (hlm. 125-132). Dengan ‘melambat’, seseorang dapat berpikir secara lebih fokus, kreatif, dan tenang (hlm. 127).



### C. *Slow Leisure*

Konsep ini mengajak seseorang untuk mengisi waktu luang dengan kegiatan hiburan yang memiliki tempo lebih santai namun dapat membawa kebermanfaatan tinggi. Dengan *slow leisure*, seseorang memiliki waktu rehat sejenak untuk merenung dan menikmati waktu dengan fokus pada satu kegiatan saja (hlm. 216-218). Beberapa contoh diantaranya adalah berkebun, membaca buku, melukis, dan *crafting* (hlm. 218). Selain itu, seseorang juga dapat tergabung pada komunitas hobi di sekitarnya (hlm. 220).

#### 2.3.2 Prinsip *Slow Living*

Gaya hidup *slow living* memiliki empat prinsip yang perlu diperhatikan (Honore, 2004).

1. *Slower temporalities*. Artinya, *slow living* bukan merupakan gaya hidup malas, melainkan menggunakan waktu dengan tempo lambat dan tidak terburu-buru namun efektif sesuai dengan kebutuhan dalam menyelesaikan suatu aktivitas.
2. *Locality*, yakni prinsip dimana individu menerapkan gaya hidup yang melokal dengan komunitas di sekitarnya.
3. *Social activity oriented*, yakni prinsip agar suatu individu terlibat aktif dengan aktivitas sosial sehingga turut meningkatkan kualitas hidup orang-orang di sekitarnya.
4. *Ecology*. Artinya, suatu individu secara harmonis hidup dengan memperhatikan lingkungan hidup di sekitarnya.

#### 2.3.3 Aspek *Slow Living*

Sari et. al menjelaskan apabila aspek peningkatan kualitas hidup yang menjadi tujuan dari *slow living* dapat diukur menggunakan teori *well-being* (2017). Menurut Ryff (1989), terhadap enam indikator yang perlu diperhatikan.

1. *Purpose in life*, adalah tolak ukur ketika seseorang memiliki, nilai dan arah dalam dirinya tanpa melibatkan tekanan dari luar dirinya.

2. *Autonomy*, adalah aspek untuk seseorang dapat mewujudkan dan merealisasikan nilai yang ada dalam hidupnya tanpa ada dorongan eksternal dari dirinya.
3. *Personal growth*, adalah aspek ketika seseorang melakukan aktivitas atau hobi yang menjadi hobi dan kegemaran dalam dirinya untuk terus berkembang maju.
4. *Positive relationships*, adalah tolak ukur ketika seseorang memiliki hubungan yang positif antara dirinya dengan teman, keluarga, dan lingkungan sosial di sekitarnya.
5. *Self-acceptance*, adalah aspek dimana seseorang mengenali kelebihan dan kekurangannya, apa yang digemari dan tidak, serta batasan kemampuan yang ada dalam dirinya.
6. *Environmental mastery*, adalah tolak ukur ketika seseorang dapat mengatasi berbagai macam rintangan dan situasi dalam hidupnya dengan baik.

