

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Desain Grafis

Menurut Landa (2014), desain grafis adalah representasi ide secara visual melalui pembuatan, pemilihan, dan pengaturan elemen visual sehingga karya tersebut mampu berfungsi sebagai sarana untuk mengkomunikasikan pesan persuasi, informasi, dan identifikasi kepada audiens.

2.1.1 Elemen Desain

Terdapat beberapa elemen desain formal yang digunakan sebagai dasar untuk menciptakan sebuah karya visual (Landa, 2014). Sebagai desainer, elemen desain ini perlu diketahui potensinya dan bagaimana cara memaksimalkannya untuk dapat melakukan komunikasi atau berekspresi secara visual secara efektif. Dalam buku “Graphic Design Solutions” karya Landa edisi ke-5 (2014), dinyatakan bahwa terdapat beberapa elemen desain formal, yaitu titik dan garis, bentuk, warna, dan tekstur.

1) Titik dan Garis

Titik adalah unit terkecil dari sebuah garis. Dalam sebuah karya visual digital, sebuah titik adalah pixel cahaya terkecil pada layar yang jika digabung mampu menjadi satu komposisi visual. Di sisi lain, garis adalah lintasan titik yang bergerak dan dibuat dengan cara menarik titiknya melintasi suatu permukaan. Garis juga dapat memiliki kualitas yang berbeda, seperti tebal atau tipis, mulus atau patah-patah, konsisten atau dapat berubah, dan sebagainya. Menurut Landa (2014), terdapat beberapa jenis garis, antara lain adalah:

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.1 Garis

Sumber: <https://jaejohns.com/wp-content/uploads/2021/11/lines-art.jpg.webp> (n.d.)

- a. *Solid Line* adalah sebuah tanda yang dibuat dengan cara menggambar melintasi suatu permukaan.
- b. *Implied Line* adalah garis yang tidak kontinu namun tetap menunjukkan tepi suatu bidang atau objek sehingga terlihat seperti garis kontinu di mata audiens.
- c. *Edges* adalah titik temu atau garis yang menandai batas antara dua nada atau bentuk.
- d. *Line of Vision* yang juga disebut sebagai garis gerak atau garis arah adalah gerakan mata audiens saat melihat suatu komposisi secara keseluruhan.

Garis juga memiliki berbagai fungsi, antara lain adalah untuk:

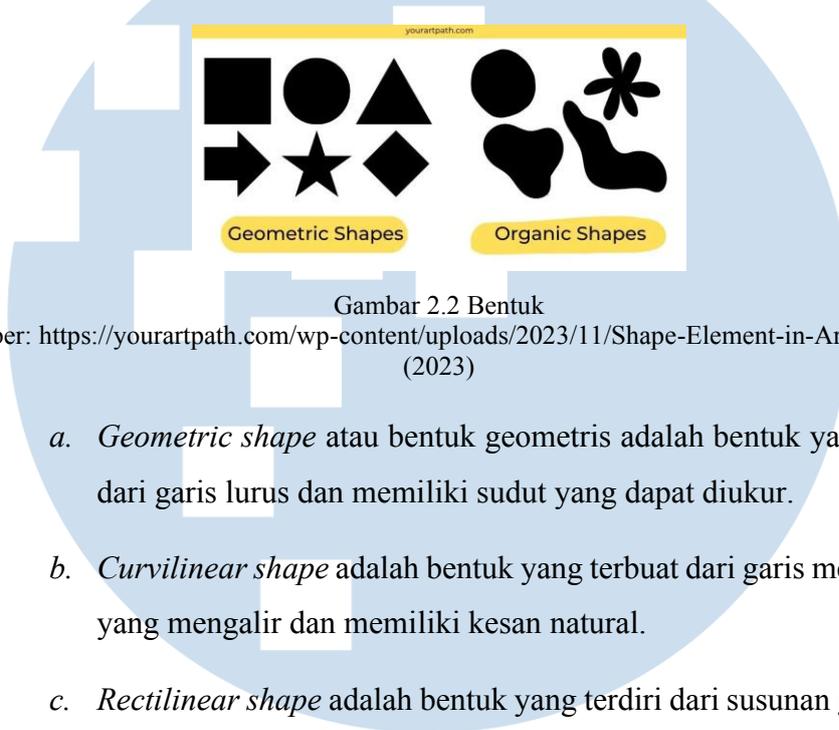
- a. Menentukan bentuk untuk menciptakan suatu gambar, huruf, atau pola;
- b. Memberi batasan untuk area dalam suatu komposisi;
- c. Mengatur komposisi secara visual;
- d. Membantu menciptakan line of vision;
- e. Membantu membentuk gaya linear.

2) Bentuk

Bentuk adalah bidang atau jalur tertutup dua dimensi yang dibuat seluruhnya atau sebagian dari garis, warna, nada, atau tekstur (Landa, 2014).

Semua bentuk pada dasarnya diturunkan dari tiga bentuk utama, yaitu persegi,

segitiga, dan lingkaran, yang masing-masing memiliki volume dan bidang tiga dimensinya, yaitu kubus, pyramid, dan bola. Terdapat beberapa jenis bentuk, antara lain adalah:



Gambar 2.2 Bentuk

Sumber: <https://yourartpath.com/wp-content/uploads/2023/11/Shape-Element-in-Art-5.webp> (2023)

- a. *Geometric shape* atau bentuk geometris adalah bentuk yang terbuat dari garis lurus dan memiliki sudut yang dapat diukur.
- b. *Curvilinear shape* adalah bentuk yang terbuat dari garis melengkung yang mengalir dan memiliki kesan natural.
- c. *Rectilinear shape* adalah bentuk yang terdiri dari susunan garis lurus atau sudut.
- d. *Irregular shape* adalah bentuk yang tidak teratur, dan terdiri dari campuran garis lurus dan garis melengkung.
- e. *Accidental shape* adalah bentuk yang dihasilkan secara tidak sengaja menggunakan bahan atau proses tertentu.
- f. *Nonobjective* atau *nonrepresentational shape* adalah bentuk yang tidak berasal atau berhubungan dengan objek apapun yang dapat ditemukan di alam.
- g. *Abstract shape* adalah bentuk yang diubah susunannya, di alterasi, atau didistorsi dari bentuk alaminya.

3) Warna

Menurut Landa (2014), warna adalah elemen desain yang dihasilkan dari pantulan cahaya pada objek. Elemen warna memiliki tiga kategori, yaitu *hue*, *value*, dan saturasi.

- a. *Hue* adalah nama masing-masing warna, seperti merah, hijau, dan biru. Terdapat tiga warna cahaya primer pada media digital, yaitu merah, hijau, dan biru yang dikenal dengan sebutan RGB. RGB merupakan warna aditif yang ketika dicampur satu sama lain dalam jumlah yang sama akan menghasilkan warna putih.



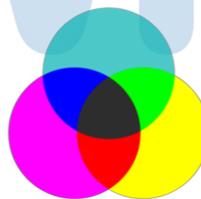
Gambar 2.3 Sistem Warna Aditif

Sumber:

<https://rmit.pressbooks.pub/app/uploads/sites/42/2022/10/additivesubtractivecolour.png> (2023)

Di sisi lain, pada media tradisional seperti cat air, cat minyak, dan pensil warna, warna primer adalah warna merah, kuning, dan biru. Hal ini dikarenakan ketiga warna tersebut tidak dapat diciptakan dengan cara mencampur warna lain. Sebaliknya, mencampur ketiga warna primer tersebut akan menghasilkan warna hitam, dan mencampur warna primer tersebut dapat menciptakan warna lain.

Subtractive colour

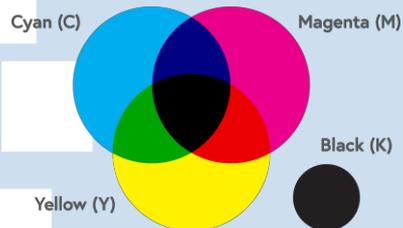


Gambar 2.4 Sistem Warna Subtraktif

Sumber:

<https://rmit.pressbooks.pub/app/uploads/sites/42/2022/10/additivesubtractivecolour.png> (2023)

Dalam percetakan offset, warna primer subtraktif adalah cyan (C), magenta (M), kuning (Y), dan hitam (K), yang sering disebut CMYK. Percetakan offset yang biasanya digunakan untuk produksi karya desain dari digital menjadi karya cetak menggunakan warna hitam untuk meningkatkan kontras.



Gambar 2.5 Sistem Warna Subtraktif dengan Persentase CMYK
Sumber: <https://mixam.com/support/cmykchart> (n.d.)

- a. *Value* adalah tingkat keterangan atau kegelapan suatu hue yang dapat diatur menggunakan warna hitam atau putih. Warna hitam atau putih tidak termasuk sebagai *hue*, melainkan akromatik atau netral, namun tetap memiliki peran penting untuk mencampur warna. Hitam adalah warna dengan *value* tergelap yang akan membuat suatu *hue* menjadi semakin gelap atau menjadi *shade* ketika dicampur, sementara putih adalah warna dengan *value* paling terang yang akan membuat *hue* menjadi semakin terang atau menjadi *highlight* ketika dicampur. Dalam desain grafis, *value* dapat dimanfaatkan untuk menciptakan kontras antara warna terang dan gelap untuk menciptakan efek visual dan emosional. Warna pada sebuah karya desain dapat memiliki kontras yang tinggi atau rendah antara satu sama lain yang bergantung pada tingkat kepekatan warna hitam atau putih yang dicampur pada masing-masing warna.
- b. Saturasi adalah tingkat kecerahan atau kekusaman suatu warna. Jika sebuah warna memiliki intensitas atau saturasi yang tinggi, warna tersebut tidak mengandung warna netral hitam atau putih maupun campuran warna netral yaitu abu-abu. Jika warna dicampur dengan warna netral maupun campurannya, warna tersebut akan menjadi

kusam sehingga intensitas atau saturasinya berkurang. Dalam sebuah komposisi, biasanya warna dengan saturasi tinggi akan lebih menarik perhatian terlebih dahulu dibanding warna dengan saturasi rendah.

4) **Tekstur**

Landa (2014) menyatakan tekstur adalah kualitas sentuhan pada suatu permukaan. Dalam seni, terdapat dua jenis tekstur, yaitu tekstur taktil dan tekstur visual.

- a. Tekstur Taktil adalah tekstur yang dapat disentuh dan dirasakan kualitasnya secara fisik. Dalam sebuah karya desain grafis, tekstur taktil biasanya dapat diciptakan melalui beberapa finishing dalam teknik cetak seperti *emboss*, *deboss*, dan *letterpress*.
- b. Tekstur Visual adalah tekstur yang merupakan ilusi tekstur nyata namun tetap memiliki permukaan yang halus dan rata ketika disentuh. Dalam desain grafis, tekstur visual dapat diciptakan melalui teknik menggambar, melukis, fotografi, dan sebagainya.

2.1.2 **Prinsip Desain**

Menurut Landa (2014), prinsip desain adalah prinsip-prinsip yang saling bergantung yang diaplikasikan dalam setiap karya desain. Prinsip desain ini terdiri dari keseimbangan, hierarki visual, irama, dan kesatuan.

1) **Format**

Format adalah batas yang mengelilingi suatu area permukaan desain (Landa, 2014). Dalam penggunaan sehari-hari, desainer biasanya menganggap format sebagai jenis proyek yang sedang dikerjakan, seperti poster, iklan digital, konten media sosial, dan sebagainya.

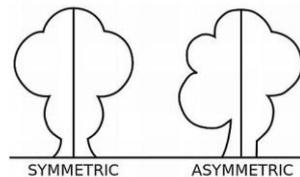
Format untuk setiap jenis proyek yang dikerjakan bisa memiliki ukuran yang berbeda-beda atau ukuran standard yang harus diikuti. Apapun format untuk proyek yang dikerjakan, desainer harus mampu

menyesuaikan setiap komponen agar komposisinya sesuai untuk format tersebut.

2) Keseimbangan

Keseimbangan diciptakan oleh pembagian komponen visual yang merata di setiap sisi pada komposisi karya desain (Landa, 2014). Untuk menciptakan suatu keseimbangan, desainer harus memperhatikan tiga faktor visual, yaitu bobot visual, posisi, dan pengaturan. Bobot visual mengacu pada daya tarik visual atau penekanan yang terdapat dalam suatu komposisi, dimana hal tersebut dapat diciptakan dengan memanfaatkan ukuran, bentuk, nilai, warna, dan tekstur.

Dalam prinsip desain, terdapat tiga jenis keseimbangan, yaitu keseimbangan simetris, keseimbangan asimetris, dan keseimbangan radial:



Gambar 2.6 Keseimbangan Simetris, Asimetris, dan Radial

Sumber: <https://public-images.interaction-design.org/literature/articles/heros/5630e57964f4a.jpg?tr=w-1024> (2021)

- a. Keseimbangan yang simetris tercipta dari hasil distribusi bobot visual yang sama dengan cara setiap elemen desain ditata dengan pencerminan yang setara di kedua sisi dengan sumbu pusat seperti refleksi.
- b. Keseimbangan yang asimetris tercipta dari hasil distribusi bobot visual yang tidak setara dan elemen visual yang terdapat pada satu sisi tidak mencerminkan elemen di sisi berlawanan dengan sumbu pusat.
- c. Keseimbangan radial adalah simetri yang tercipta dari hasil kombinasi simetri horizontal dan vertikal dengan elemen yang memencar keluar dari bagian tengah komposisi.

3) Hirarki Visual

Hirarki visual adalah pengaturan dimana setiap elemen desain dapat memandu persepsi audiens sesuai dengan *emphasis* atau pengaturan elemen visual berdasarkan tingkat kepentingan dan bagaimana elemen tersebut dibuat lebih dominan (Landa, 2014).

Untuk menciptakan hirarki visual dalam sebuah karya desain, alur informasi diatur dari yang paling penting. *Emphasis* dapat diciptakan melalui berbagai cara, seperti melalui isolasi, penempatan, skala, kontras, arahan, dan struktur diagramatik.

- a. *Emphasis* dapat diciptakan dengan cara mengisolasi suatu elemen visual yang penting sehingga perhatian audiens tertuju padanya terlebih dahulu.
- b. *Emphasis* dapat diciptakan dengan cara menempatkan elemen visual pada posisi tertentu dalam komposisi sesuai dengan preferensi audiens, contohnya seperti halaman depan atau sudut kiri atas.
- c. *Emphasis* dapat diciptakan dengan cara membuat suatu elemen dengan skala atau ukuran yang berbeda untuk menarik perhatian audiens.
- d. *Emphasis* dapat diciptakan dengan cara membuat kontras pada suatu elemen dengan yang lainnya, seperti penggunaan warna gelap dan terang, tekstur halus dan kasar, warna terang dan warna pudar, dan sebagainya.
- e. *Emphasis* dapat diciptakan dengan penggunaan diagram dan panah untuk mengarahkan perhatian audiens sesuai arahan tersebut.
- f. *Emphasis* dapat diciptakan melalui struktur diagramatik dengan cara meletakkan elemen dominan pada bagian atas atau pada layer teratas.

4) Irama

Menurut Landa (2014), irama adalah pengulangan suatu elemen yang dilakukan secara konsisten sehingga menciptakan ritme atau urutan tertentu

di mata audiens. Dalam desain grafis, irama penting untuk mengembangkan aliran visual yang konsisten antara satu bagian dengan bagian lainnya dalam karya tersebut. Terdapat banyak elemen yang dapat dimanfaatkan desainer untuk menciptakan irama dalam karya desainnya, seperti penggunaan warna, tekstur, bentuk, *emphasis*, dan simetri yang dapat digunakan secara repetisi atau variasi:

- a. Repetisi adalah pengulangan satu atau beberapa elemen visual yang dilakukan secara konsisten berulang-kali;
- b. Variasi adalah pengulangan elemen visual yang telah dimodifikasi dengan cara mengubah warna, ukuran, bentuk, jarak, posisi, atau bobot visual untuk menciptakan kesan kejutan dan fleksibel.

5) Kesatuan

Kesatuan adalah kondisi dimana seluruh elemen visual pada karya desain berhubungan satu sama lain agar audiens lebih mudah mengerti dan mengingat komposisi tersebut (Landa, 2014). Saat melihat suatu komposisi, audiens akan memikirkan keterkaitan dan membuat hubungan antara seluruh elemen menjadi satu sehingga membangun satu kesatuan yang teratur, sederhana, dan koheren. Dari sini diperoleh hukum persepsi visual yang mengatur cara berpikir audiens secara visual ketika melihat suatu karya desain.

6) Hukum Persepsi Visual

Hukum persepsi visual yang dapat mengarahkan cara pandang audiens terhadap suatu komposisi yang menyatu melibatkan beberapa faktor, antara lain adalah *similarity*, *proximity*, *continuity*, *closure*, *common fate*, *continuing line*, dan *scale* (Landa, 2014).

- a. *Similarity* atau kesamaan kualitas pada elemen visual, seperti persamaan warna, tekstur, bentuk, dan arah akan dipandang sebagai satu kesatuan dan dianggap berkaitan;

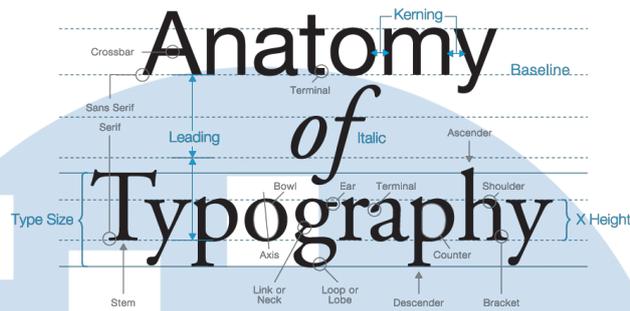
- b. *Proximity* atau kedekatan elemen visual akan dipandang sebagai satu kesatuan dan dianggap berkaitan;
- c. *Continuity* atau kesinambungan antara elemen visual yang muncul setelah elemen sebelumnya dipandang sebagai satu kesatuan dan dianggap berkaitan;
- d. *Closure* pada pola yang muncul pada elemen visual secara individu dipandang sebagai satu kesatuan dan dianggap berkaitan;
- e. *Common fate* atau kondisi dan arahan yang sama setiap elemen visual akan dipandang sebagai satu kesatuan dan dianggap berkaitan;
- f. *Continuing line* atau jalur berkelanjutan yang tercipta dalam susunan elemen visual dipandang sebagai satu kesatuan dan dianggap berkaitan;
- g. *Scale* atau skala yang mengatur ukuran elemen visual akan dianggap sebagai satu kesatuan dan dianggap berkaitan jika dilakukan secara konsisten.

2.1.3 Tipografi

Landa (2014) mengemukakan bahwa tipografi, atau *typeface* adalah sekelompok karakter yang memiliki konsistensi secara visual. Sebuah *typeface* pada umumnya terdiri dari huruf, angka, simbol, tanda baca, dan aksen.

1) Anatomi Huruf

Huruf adalah simbol tertulis yang melambangkan suara sesuai cara bagaimana huruf tersebut dibaca. Setiap huruf memiliki anatominya yang berfungsi sebagai aturan agar huruf tersebut tetap dapat terbaca. Berdasarkan Landa (2014), anatomi huruf terdiri dari:



Gambar 2.7 Anatomi Huruf

Sumber: <https://osmanassem.com/wp-content/uploads/2019/07/Anatomy-of-Typography.png>
(n.d.)

- a. *Arm* adalah garis diagonal atau horizontal dari stem yang diperpanjang.
- b. *Ascender* adalah bagian huruf kecil yang diperpanjang ke atas melewati x-height.
- c. *Axis* adalah besar sudut sebuah bagian lingkaran atau lengkungan pada sebuah huruf.
- d. *Bar* adalah garis horizontal yang menghubungkan dua bagian huruf yang terpisah, contohnya seperti garis horizontal pada huruf “H” atau “A”
- e. *Baseline* adalah bagian bawah huruf kapital maupun huruf kecil, namun tidak termasuk *descender*.
- f. *Bowl* adalah bagian melengkung sebuah huruf yang menghubungkan dua bagian garis lurus, contohnya seperti bagian melengkung pada huruf “P”.
- g. *Cap height* adalah ukuran tinggi sebuah huruf kapital dari *baseline* hingga bagian atas.
- h. *Character* adalah sebuah bentuk huruf, angka, tanda baca, atau simbol lainnya.
- i. *Counter* adalah area tertutup yang dikelilingi sebuah bagian huruf.
- j. *Descender* adalah bagian huruf kecil yang diperpanjang ke bawah melewati x-height.

- k. *Ear* adalah garis kecil yang keluar di bagian atas *bowl* pada huruf “g” kecil.
- l. *Foot* adalah bagian bawah sebuah huruf yang masih termasuk dalam *x-height*.
- m. *Hairline* adalah bagian garis tipis dalam huruf *Roman*.
- n. *Head* adalah bagian atas sebuah huruf yang masih termasuk dalam *x-height*.
- o. *Italics* adalah varian khusus *typeface* yang didesain sehingga terlihat cenderung miring ke kanan.
- p. *Leg* adalah bagian garis pada sebuah huruf yang mengarah ke bawah, contohnya seperti garis yang terdapat pada huruf “R” dan “K”.
- q. *Ligature* adalah beberapa karakter, biasanya dua atau lebih yang terhubung satu sama lain.
- r. *Link* adalah garis yang menghubungkan kedua bagian bowl pada huruf “g” kecil.
- s. *Loop* adalah bagian bawah huruf “g” kecil.
- t. *Oblique* adalah varian *typeface* yang didesain dan memiliki tampilan mirip dengan *italic* namun bentuknya lebih miring ke kanan.
- u. *Serif* adalah bagian kecil yang ditambahkan pada bagian ujung atas atau bawah sebuah huruf.
- v. *Shoulder* adalah bagian melengkung sebuah huruf kecil, seperti bagian pada huruf “h”, “m”, dan “n”.
- w. *Spine* adalah lengkung utama yang terdapat pada huruf “S”.
- x. *Spur* adalah garis proyeksi tambahan yang terdapat pada garis utama sebuah huruf.

- y. *Stem* adalah bagian garis utama sebuah huruf yang mengarah keatas secara vertikal.
- z. *Stress* adalah sudut yang terbentuk pada bagian garis utama sebuah huruf.
- aa. *Stroke* adalah sebuah garis yang menunjukkan struktur sebuah huruf.
- bb. *Swash* adalah tambahan pada sebuah bentuk huruf *serif* atau *terminal* dan memiliki sifat dekoratif.
- cc. *Tail* adalah bagian *descender* pada huruf “Q” besar yang melewati batas *x-height*.
- dd. *Terminal* adalah ujung dari setiap bagian huruf yang tidak termasuk dengan bagian *serif*.
- ee. *Text type* yang juga dikenal sebagai *body text* atau *body copy* adalah sebuah konten tulisan yang disusun dari berbagai huruf dan memiliki ukuran lebih kecil dari judul, sub-judul, *headline*, maupun *sub-headline*.
- ff. *Thick/thin contrast* adalah kontras yang terdapat pada ketebalan garis atau *stroke* pada sebuah huruf.
- gg. *Vertex* adalah bagian *foot* sebuah huruf yang lancip, contohnya seperti yang terdapat pada huruf “v”.
- hh. *Weight* adalah perbandingan tinggi dengan ketebalan garis atau *stroke* pada sebuah huruf.
- ii. *X-height* adalah tinggi dari sebuah huruf kecil jika tidak termasuk *ascender* dan *descender*.

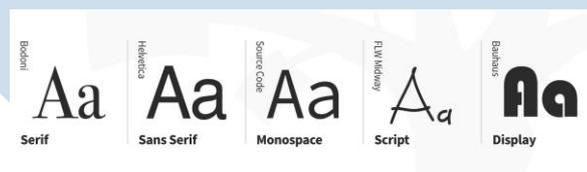
2) **Format Font**

Terdapat 3 jenis format font yang dapat ditemukan dalam dunia digital (Landa, 2014), yaitu:

- a. *Type 1* adalah format standar semua font digital yang terdapat pada semua jenis perangkat dan dapat dicetak melalui berbagai macam jenis printer.
- b. *TrueType* adalah format standar semua font digital yang terdapat pada perangkat dengan sistem Windows dan MacOS.
- c. *OpenType* adalah format yang dapat digunakan di berbagai macam platform, serta memiliki fitur dan karakter yang lebih lengkap.

3) **Klasifikasi *Typeface***

Landa (2014) mengemukakan bahwa terdapat berbagai klasifikasi *typeface* yang beragam dan dapat dibagi berdasarkan gaya visual dan sejarahnya sebagai berikut:



Gambar 2.8 Klasifikasi *Typeface*

Sumber: <https://public-images.interaction-design.org/literature/articles/materials/R5US8AjH1WrK6CgAfxIZACpHUv9F5O6qApFYnbTC.png> (2022)

- a. *Old Style/Humanist* adalah *typeface* serif bergaya Romawi yang berasal dari abad ke-15. *Typeface* bergaya *Old Style/Humanist* memiliki gaya khas seperti ditulis menggunakan pena dengan ujung yang tebal sehingga memiliki karakteristik melengkung. Contoh *typeface* bergaya *old style/humanist* antara lain adalah Garamond dan Times New Roman.
- b. *Transitional* adalah *typeface* serif yang berasal dari abad ke-18 yang menggabungkan karakteristik *typeface old style* dan *modern*. Contoh *typeface* bergaya *transitional* antara lain adalah Baskerville dan Century.
- c. *Modern* adalah *typeface* serif yang berasal dari akhir abad ke-18 awal abad ke-19 yang bentuknya lebih geometris dan memiliki kontras

ketebalan antar garis yang tinggi. Contoh *typeface* bergaya modern antara lain adalah Didot dan Bodoni.

- d. *Slab Serif* adalah *typeface* serif yang memiliki ciri khas serif yang tebal. Contoh *typeface* bergaya *slab serif* antara lain adalah Egyptian dan Clarendon.
- e. *Sans Serif* adalah *typeface* yang tidak memiliki serif atau bagian kecil yang ditambahkan pada bagian ujung atas atau bawah sebuah huruf dan berasal dari awal abad ke-19. Contoh *typeface* bergaya sans serif antara lain adalah Helvetica dan Futura.
- f. *Blackletter/Gothic* adalah gaya *typeface* yang berasal dari huruf yang digunakan pada abad ke-13 hingga abad ke-15. *Typeface blackletter* memiliki ciri khas garis yang tebal dan bentuk yang cenderung agak *condensed*. Contoh *typeface* bergaya blackletter antara lain adalah Rotunda dan Schwabacher.
- g. *Script* adalah adalah gaya *typeface* yang menyerupai tulisan tangan dimana hurufnya cenderung agak miring ke kanan dan terhubung antara satu sama lain. Contoh *typeface* bergaya *script* antara lain adalah Brush Script dan Snell Roundhand Script.
- h. *Display* adalah *typeface* yang didesain khusus untuk penggunaan dalam ukuran besar, contohnya pada judul atau *headline* sehingga bentuknya yang agak dekoratif membuatnya kurang sesuai jika digunakan sebagai *text type* atau *body copy*.

4) *Type Family*

Type family adalah variasi yang terdapat pada suatu *typeface* yang memiliki karakteristik yang mirip (Landa, 2014). Variasi dalam sebuah *type family* dapat dibagi menjadi empat, yaitu:

- a. Variasi ketebalan, dimana terdapat *typeface* dalam variasi *light*, *medium*, dan *bold*.

- b. Variasi kelebaran, dimana terdapat *typeface* dalam variasi *condensed*, *medium*, dan *extended*.
- c. Variasi sudut, dimana terdapat *typeface* dalam variasi *roman* atau *italic*.
- d. Variasi berdasarkan elaborasi dari bentuk standar, dimana terdapat jenis *typeface* yang terdiri dari *outline* saja, *typeface* dengan *bayangan* atau *shade*, maupun jenis *typeface* yang memiliki elemen dekoratif tambahan.

2.1.4 Grid

Grid adalah sebuah komposisi yang terdiri dari komposisi bentuk horizontal dan vertikal yang membentuk margin dan kolom yang berfungsi sebagai panduan dalam menentukan tata letak (Landa, 2014). Dengan adanya penggunaan grid, para desainer dapat mengatur setiap elemen visual dan menciptakan konsistensi antar halaman.

1) Jenis-jenis Grid

Terdapat beberapa jenis grid yang dapat digunakan oleh desainer untuk menentukan komposisi sebuah desain secara spontan, yaitu *single-column grid*, *multicolumn grid*, dan *modular grid* (Landa, 2014).

- a. *Single-column/manuscript grid* adalah sebuah struktur grid yang terdiri dari satu kolom yang dikelilingi margin sehingga bagian atas, kanan, kiri, dan bawahnya kosong.

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



Gambar 2.9: Single-column Grid

Sumber: <https://public-images.interaction-design.org/literature/articles/materials/5eow9i8z24ncqX81Zy4bZj0p4SaL28Q4x4cwCxNy.gif>

(2022)

- b. *Multicolumn grid* adalah sebuah struktur grid yang terdiri dari beberapa kolom yang berfungsi untuk memberi batasan dan menjaga komposisi visual yang konsisten.



Gambar 2.10 Multi-column Grid

Sumber: <https://public-images.interaction-design.org/literature/articles/materials/t6ODUDKMS7tSwE96HhgyvOhDmGvCYgiKcdD4tSb.jpg>

(2022)

- c. *Modular grid* adalah sebuah struktur grid yang terdiri dari modul, atau bagian-bagian yang berada diantara kolom dan *flowlines*. Pada karya desain yang memiliki banyak elemen gambar dan tipografi, elemen visual tersebut dapat diletakkan di beberapa modul sekaligus sehingga dapat disusun menjadi beberapa zona.

- c. *Grid Module* adalah bagian area yang berada diantara kolom dan *flowlines* dan digunakan untuk meletakkan teks atau gambar.
- d. *Spatial Zone* adalah sebuah area yang terbentuk dari beberapa modul dan digunakan untuk meletakkan teks atau gambar pada beberapa modul sekaligus.

2.1.5 Ilustrasi

Ilustrasi merupakan gambar yang digunakan untuk menyampaikan sebuah pesan atau konsep (Houston, 2016). Dalam desain grafis, penggunaan ilustrasi sering didampingi oleh teks untuk memberikan penjelasan kepada audiens mengenai topik atau pesan yang disampaikan melalui ilustrasi. Selain menangkap perhatian audiens, penggunaan ilustrasi dalam desain juga membantu audiens memahami pesan dan topik secara keseluruhan.

1) Ilustrasi sebagai Narasi dan untuk Menggambarkan Konsep

Ilustrasi dapat digunakan sebagai narasi untuk bercerita mengenai suatu bagian pada konten secara harafiah dengan detail atau untuk menggambarkan konsep topik secara garis besar tanpa fokus pada bagian tertentu. Berikut merupakan contoh penggunaan ilustrasi sebagai narasi:



Gambar 2.13 Ilustrasi sebagai Narasi

<https://www.brwnpaperbag.com/wp-content/uploads/2020/02/yas-imamura-narrative-illustrations-4.jpg>

Ilustrasi tersebut menunjukkan adegan dengan detail dan terdeskripsikan dengan jelas dengan menampilkan pria dan wanita yang sedang menaiki

sepeda di daerah gurun dengan beragam tanaman di sekelilingnya secara terang-terangan.

Di sisi lain, berikut merupakan contoh penggunaan ilustrasi konseptual untuk menyampaikan pesan secara ringkas namun menggugah pikiran:



Gambar 2.14 Ilustrasi Konseptual

<https://www.brwnpaperbag.com/wp-content/uploads/2020/02/yas-imamura-narrative-illustrations-4.jpg>

Ilustrasi tersebut menampilkan seorang wanita yang sedang berbelanja dan melihat pada layar handphone berukuran besar yang menampilkan pilihan belanjaan sebagai *icon* aplikasi. Ilustrasi tersebut menggambarkan perkembangan teknologi pada masa kini yang membuat manusia dapat berbelanja untuk kebutuhan sehari-hari melalui handphone. Karena pilihannya beragam dan tersedia melalui online, hal tersebut digambarkan melalui variasi icon aplikasi pada handphone. Meskipun tidak menunjukkan adegan pada bagian cerita atau teks tertentu, ilustrasi konseptual seperti contoh diatas mendorong audiensnya untuk menggali dan menemukan makna lebih dalam pada gambarnya.

2) *Stand-alone* dan *Sequential Illustration*

Menurut Houston (2016), ilustrasi dapat ditampilkan secara *stand-alone* maupun dalam serial (*sequential*). *Stand-alone illustration* merupakan ilustrasi yang ditampilkan secara individual tanpa didampingi oleh ilustrasi lain menggambarkan cerita, situasi, perasaan, dan *mood* secara spontan dan

bersamaan, sementara *sequential illustration* merupakan seri yang terdiri dari beberapa ilustrasi untuk menggambarkan atau menceritakan suatu kondisi secara bertahap seperti gambar berikut:



Gambar 2.15 Sequential Illustration
https://www.collectedcurios.com/SA_0429_small.jpg

Pada contoh gambar tersebut, serial yang terdiri dari 4 ilustrasi menggambarkan kondisi seorang pria yang mengalami masalah pada printernya saat ingin mencetak menggunakan kertas yang mahal. Meskipun cerita yang disampaikan singkat dan sederhana, serial tersebut menggambarkan perubahan perasaan pria tersebut dari santai hingga kesal secara bertahap karena masalah pada printernya.

Dalam beberapa kondisi, desainer juga dapat menggunakan keduanya dalam satu media ketika diperlukan. Contohnya, perancangan desain buku ilustrasi memiliki isi yang terdiri dari *sequential illustration* yang menceritakan setiap adegan cerita, namun juga bisa menampilkan *stand-alone illustration* pada halaman sampul yang mampu mewakili seluruh isi ceritanya.

3) Ilustrasi dan Desain Grafis

Ilustrasi dan desain grafis memiliki tujuan dan fungsi yang sama, yaitu untuk menyampaikan suatu pesan, ide, atau gagasan. Namun, cerita dan narasi yang disampaikan melalui ilustrasi berbeda dengan cerita yang disampaikan melalui desain grafis. Dalam ilustrasi, pesan dapat disampaikan secara detail namun masih dapat ditangkap oleh audiens, sementara penyampaian pesan dalam desain grafis harus *to-the-point*, sederhana dan seefektif mungkin (Houston, 2016) agar mudah dipahami. Meski memiliki

perbedaan dari segi cara penyampaian pesan, ilustrasi dan desain grafis dapat digunakan secara bersamaan untuk menggambarkan detail dan menyampaikan pesan secara efektif, menarik, dan singkat kepada audiens.

2.2 Desain Media Informasi

Menurut Baer (2008) melalui bukunya yang berjudul “Information design workbook”, desain media informasi merupakan proses menerjemahkan informasi yang beragam dan kompleks menjadi lebih bermakna sehingga lebih mudah dan menarik untuk dipahami. Setiap individu dari latar belakang yang berbeda memiliki cara masing-masing untuk memproses, menyerap, dan memahami informasi, sehingga desainer yang merancang media informasi harus memastikan bahwa strategi dan cara penyampaian pesan melalui media tersebut sesuai dengan kebutuhan dan keinginan target audiensnya. Untuk mencapai tujuan tersebut, diperlukan kolaborasi antara konten dengan elemen dalam desain grafis.

2.2.1 Tujuan Perancangan Media Informasi

Seiring berjalannya waktu, perkembangan teknologi dan media digital mengubah proses penyebaran dan penyerapan informasi. Hal ini menyebabkan seluruh informasi yang ada menjadi menumpuk, atau yang disebut sebagai *information overload*, sehingga diperlukan kemampuan dan intuisi untuk menyeleksi informasi yang relevan dan dibutuhkan. Adanya media visual untuk menampilkan informasi melalui gambar, bagan, grafik, ilustrasi, dan elemen teks dapat membantu audiens untuk menyeleksi informasi kompleks yang dibutuhkan secara mendetail, mulus, dan mudah dipahami.

2.2.2 Perancangan Media Informasi yang Baik

Menurut Baer (2008), perancangan media informasi yang berhasil mampu menerjemahkan informasi yang kompleks menjadi sederhana dan mudah dimengerti. Oleh karena itu, terdapat beberapa aspek penting yang harus diperhatikan dan dipahami oleh desainer, sehingga media yang dirancang dapat menyampaikan pesan dan mencapai tujuannya. Hal ini meliputi pemahaman terhadap konten, pemahaman terhadap target sasaran desain, dan pemahaman terhadap prinsip desain dan alat visual.

1) Pemahaman terhadap Konten

Media informasi memiliki tujuan untuk menyampaikan informasi kompleks menjadi mudah dipahami sesuai dengan target audiensnya. Desainer tidak hanya harus mendalami dan memahami desain grafis, namun juga topik yang dibawa melalui konten tersebut dan tujuan perancangannya untuk menentukan strategi komunikasi dan penyampaian pesan yang tepat.

2) Pemahaman terhadap Target Sasaran Desain

Dalam perancangan desain, diperlukan juga pemahaman terhadap target sasaran desain, klien, atau pengguna media tersebut, dan bagaimana media yang dirancang dapat memenuhi pemahaman terhadap kebutuhan dan keinginan mereka. Kebutuhan dan keinginan dari target sasaran desain juga beragam dikarenakan cara dan proses penyerapan informasi oleh audiens dapat dipengaruhi oleh latar belakang budaya, SES, usia, dan sebagainya.

3) Pemahaman terhadap Prinsip Desain dan Alat Visual

Perancangan media informasi yang baik juga membutuhkan kemampuan dan pemahaman desainer dalam menggunakan prinsip desain dan alat visual yang dapat membantu seiring berjalannya proses perancangan. Contohnya, dengan memanfaatkan penggunaan hirarki, alur informasi, komposisi, struktur, tipografi, warna, ilustrasi, dan sebagainya.

2.3 Desain Digital

Perkembangan internet dan teknologi telah mengubah perilaku masyarakat dan proses mendapatkan informasi yang semakin cepat dan mudah. Perubahan tersebut juga mendorong banyak desainer grafis untuk mulai beralih dari media cetak menjadi media digital seperti website, aplikasi, dan media sosial. Menurut Tselentis (2012), desain digital adalah proses penyampaian pesan berupa teks dan grafis melalui perangkat digital seperti *smartphone*, *tablet*, dan komputer desktop tanpa melalui proses pencetakan.

2.3.1 Ranah Media Digital

Pesan yang disampaikan melalui digital memberikan pengalaman yang berbeda kepada audiensnya dibanding media cetak. Berikut merupakan cara bagaimana audiens berinteraksi dengan media digital menurut Tselentis (2012) melalui bukunya yang berjudul “The graphic designer’s electronic media manual”:

1) *Digital Experience*

Aktivitas seperti mencari informasi, membaca, belajar, berbelanja, dan bermain melalui internet bukanlah hal yang statis, namun dinamis dan memiliki kedalaman. Misalnya, ketika membaca sebuah berita melalui media koran, informasi ditampilkan pada halaman depan dan hierarki informasi dibedakan dengan ukuran typeface. Berbeda halnya jika membaca berita yang sama melalui media online koran tersebut, dimana meskipun terdapat banyak judul berita yang terpapar di halaman utama, audiens dapat menekan setiap artikel dan gambar untuk mencari informasi lebih detail mengenai kronologis kejadian, foto-foto yang berhubungan, video, dan sebagainya.

2) *Pengguna*

User atau pengguna adalah audiens yang mengakses dan berinteraksi dengan konten di dalam sebuah media digital seperti menyeleksi informasi, membagikan konten, berpindah dari satu konten ke konten lainnya, maupun mengubah tampilan media. Media digital pada dasarnya mengizinkan penggunanya untuk mengunjungi, membaca, dan berpindah dari satu halaman ke halaman lainnya, sementara pada media yang lebih kompleks, pengguna dapat menuliskan komentar, mengunggah konten, dan mengembangkan media tersebut.

Sama seperti target sasaran desain pada umumnya, target pengguna dalam perancangan media digital juga dikategorisasikan berdasarkan budaya, usia, latar belakang pendidikan, ketertarikan, gender, pekerjaan, SES, dan kemahiran dalam menggunakan perangkat digital. Menurut Tselentis (2012),

berikut merupakan beberapa kategori target pengguna berdasarkan kemampuan mereka dalam menggunakan teknologi:

- b. *Luddite*: merupakan pengguna yang skeptis, serta tidak menyukai dan mengikuti perkembangan internet dan teknologi.
- c. *Neophyte*: merupakan pengguna dengan kemampuan yang minim dalam menggunakan internet dan teknologi.
- d. *Basic*: merupakan pengguna internet dan teknologi yang paham dasar penggunaannya seperti cara menuliskan komentar, mengunggah konten, dan berpindah dari satu halaman ke halaman lainnya, namun kurang memahami dan memiliki sedikit keinginan untuk mempelajari cara penggunaan teknologi yang baru berkembang.
- e. *Power/Super*: merupakan pengguna yang memiliki caranya sendiri untuk menggunakan internet dan teknologi. Mereka memiliki kemampuan dan ilmu pengetahuan mengenai teknik-teknik yang jarang diketahui pengguna awam dan memiliki ketertarikan untuk mempelajari cara kerja sebuah media digital.
- f. *Programmer*: merupakan pengguna dengan kemampuan ahli dan dapat merancang sistem yang dibutuhkan agar sebuah situs dapat bekerja.

3) Interaktivitas

Berbeda dengan media cetak pada umumnya, media digital memiliki interaksi dengan penggunanya. Misalnya, pengguna yang menekan tombol logo pada sebuah situs akan diarahkan ke beranda situs tersebut. Ketika dipaparkan sebuah gambar, pengguna juga dapat memperbesar dan memperkecil gambar tersebut melalui tombol tambah atau kurang.

4) Navigasi

Media digital mengizinkan penggunanya untuk mengalihkan pandangannya dari suatu bagian ke bagian lainnya dengan mudah dan cepat. Seorang desainer yang merancang media digital juga harus dapat

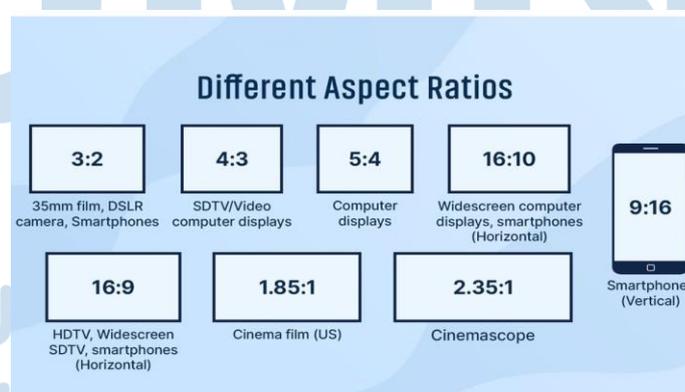
mempertimbangkan bagaimana ketika seorang pengguna sedang melakukan navigasi diberi pilihan hal apa saja yang dapat dilakukan dan apa yang telah dilakukan. Contohnya, teks yang dapat ditekan dan mengarahkan pengguna ke situs lain memiliki warna yang berbeda sehingga pengguna memiliki pilihan untuk tetap berada di situs yang sama atau pindah ke situs lain dengan menekan teks tersebut. Contoh lain adalah ketika pengguna telah menekan teks tersebut dan diarahkan ke situs lain, teks tersebut akan berubah ke warna yang lain untuk menunjukkan bahwa situs tersebut pernah dibuka.

2.3.2 Format dan *Layout*

Format adalah untuk setiap jenis proyek yang dikerjakan memiliki ukuran yang berbeda-beda atau ukuran standard yang harus di sesuaikan. Dalam perancangan desain digital, format biasanya mengikuti ukuran dari perangkat digital yang akan digunakan oleh audiens untuk mengakses desain tersebut. Contohnya, sebuah komputer desktop dengan ukuran 15 inci atau 38.1cm memiliki ukuran yang berbeda dengan layar tablet dengan ukuran 8 inci atau 20.3 cm.

1) *Aspect Ratio*

Aspect ratio merupakan hubungan antara panjang dan dimensi suatu layar dalam media digital (Tselentis 2012). Meskipun ukuran rasio dapat diatur sesuai kebutuhan, berikut merupakan aspect ratio yang umum dan paling banyak digunakan:



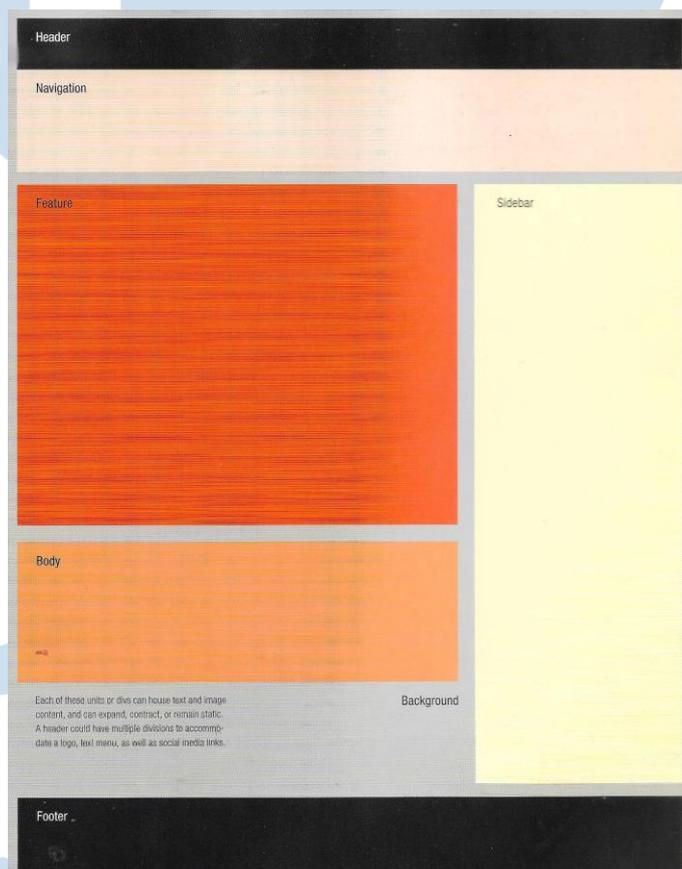
Gambar 2.16 Aspect Ratio Umum

Sumber: <https://www.reliant.co.uk/blog/wp-content/uploads/2023/10/AR.jpg> (2023)

Display *widescreen* pada sebuah televisi dan komputer desktop banyak yang memiliki *aspect ratio* 16:9 atau 16:10 berorientasi *landscape*, sementara media fotografi banyak menggunakan rasio 4:3 dan 3:2. Rasio 9:16 berorientasi vertical juga biasa digunakan dalam perancangan desain yang akan ditampilkan diseluruh layar smartphone.

2) **Konvensi *Layout***

Konvensi *layout* merupakan *layout* atau tata letak umum yang digunakan oleh desainer ketika merancang sebuah media digital untuk dapat memuat banyak informasi sekaligus memudahkan pengguna untuk memahami konten tersebut. Berikut merupakan konvensi layout yang umum digunakan dalam perancangan media digital, khususnya website dan aplikasi:



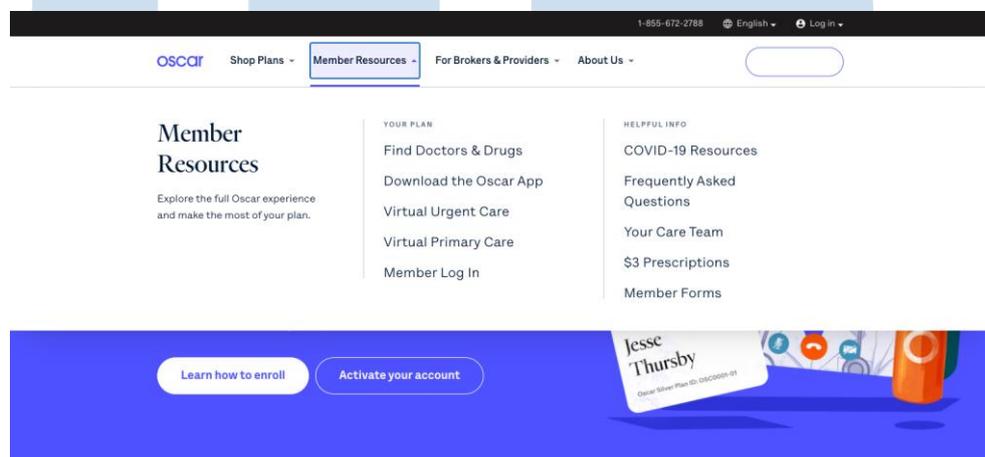
Gambar 2.17 Konvensi Layout
(Tselentis 2012, hlm. 87)

Meskipun tata letak sebuah media digital tidak selalu mengacu pada layout tersebut, pada umumnya sebuah media digital memiliki beberapa

bagian termasuk *header*, navigasi, visual, *body text*, *side bar*, latar belakang, dan *footer*.

3) Navigasi Menu

Navigasi menu merupakan bagian dari media digital yang membantu pengguna ke tempat yang diinginkan secara singkat dan dalam langkah yang sesedikit mungkin. Berikut merupakan contoh navigasi menu pada sebuah website yang menampilkan pilihan bagi penggunanya untuk berkunjung ke halaman lain:



Gambar 2.18 Navigasi Menu

(Sumber: https://assets-global.website-files.com/5f44bb8e34bc82700bda2f385/60ee3e8338d3197de78f6ab6_YXRdeMzblom5lc5prYg3Zz8ju-XIDmeeJOKcjEGZ7HtDOkAuI86O5km5rX1a3LYd8X1K8TtCSZJ-6m7a-IJ-CitVx28YSf7lzLSsRm_FwyRFQRnPtHBef81AOmmCH6ytRMv2uQU7.png, n.d.)

Menurut Tselentis (2012), elemen pada navigasi menu sebaiknya ditempatkan pada bagian atas, samping, atau bawah sehingga pengguna tetap dapat mengakses menu tersebut sambil membaca konten pada halaman tersebut.

4) Urutan dan Tempo

Untuk desain media digital dengan berbagai bagian, terdapat konsistensi yang dijaga dari satu halaman dengan halaman lainnya, menciptakan ritme visual. Ketika pengguna bernavigasi ke suatu halaman, perbedaan di halaman yang baru harus memiliki perbedaan dari beberapa aspek seperti layout dan

ukuran gambar, namun tetap menjaga *look and feel* yang sama. Berikut merupakan contoh permainan tempo dalam media digital:



Gambar 2.19 Website Skala Bakery (Tselentis 2012, hlm. 103)

Contohnya, website Skala Bakery yang ditampilkan melalui Tselentis (2012) memiliki warna latar belakang dan *color grading* fotografi yang senada. Ketika pengguna melakukan navigasi ke bagian lain secara lebih mendalam, terdapat beberapa perbedaan seperti ukuran foto yang berubah, penambahan teks, dan foto berwarna yang baru ditampilkan ketika pengguna membuka halaman produk.

2.3.3 Gambar dan Ilustrasi Digital

Menurut Tselentis (2012), gambar digital, baik dalam bentuk ilustrasi maupun foto merupakan hasil komposisi dari titik, garis, bidang, tektur, dan warna. Dalam media digital, penggunaan gambar digunakan untuk bercerita, merepresentasikan hal-hal di dunia nyata, atau menyampaikan serangkaian pesan ketika dilihat secara berurutan.

1) Format File Grafis

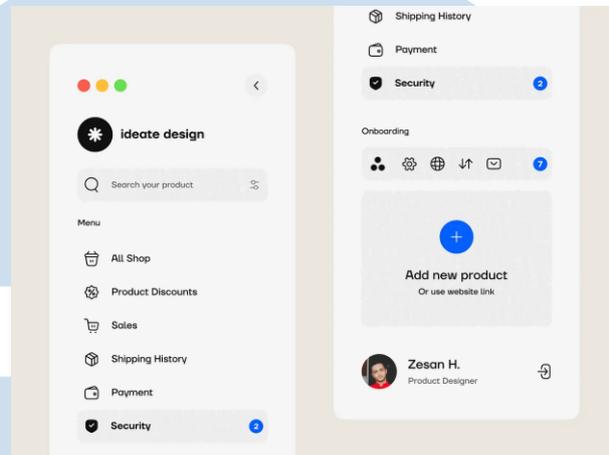
Format file grafis merupakan format khusus yang dirancang untuk merepresentasikan file gambar digital. Berikut merupakan tiga format file grafis yang paling umum dan paling banyak digunakan:

- a. GIF (*Graphic Interchange Format*) merupakan format yang menciptakan gambar menggunakan palet warna yang tidak lebih dari 256 warna. GIF memungkinkan pembuatan gambar dengan bagian transparan dan juga animasi yang diciptakan dari gabungan beberapa gambar yang berganti dengan kecepatan tertentu.
- b. JPEG (*Joint Photographic Experts Group*) merupakan format yang digunakan untuk hasil fotografi dan memungkinkan penggunaan jutaan palet warna. Meskipun tidak dapat dibuat menjadi animasi atau memiliki bagian transparan, ukuran file JPEG dapat diatur melalui kompresi. Kompresi yang tinggi akan menghasilkan ukuran file yang kecil dan kualitas yang lebih rendah, sementara kompresi yang rendah akan menghasilkan ukuran file yang besar dan kualitas lebih tinggi.
- c. PNG (*Portable Network Graphics*) merupakan format file yang memungkinkan penggunaan jutaan palet warna and memiliki bagian transparan. Meskipun tidak dapat dibuat menjadi animasi seperti GIF, file dalam format PNG dapat di kompres menjadi ukuran yang lebih kecil. Biasanya, file dalam format PNG digunakan untuk file logo, bagan, dan ilustrasi yang latar belakangnya transparan sehingga dapat diaplikasikan ke berbagai media.

2) Icon dan Bahasa Visual

Icon merupakan salah satu elemen visual yang banyak ditemukan di berbagai media, baik secara cetak maupun digital. Menurut Tselentis (2012), *icon* merupakan bentuk representasi dari hasil fotografi atau ilustrasi yang memiliki pesan dan makna. Karena sering digunakan, gambar dan *icon*

memiliki makna budaya yang seolah telah disepakati oleh masyarakat. Berikut merupakan contoh *icon* yang sering ditemukan pada media digital:



Gambar 2.20 Contoh *Icon* dalam Website
(Sumber: https://miro.medium.com/v2/resize:fit:1400/format:webp/1*waRfqsHmCoztVIC5BEC1aA.png, 2022)

Beberapa *icon* yang sering digunakan dan maknanya telah disepakati oleh masyarakat umum contohnya seperti *icon* kaca pembesar yang melambangkan search atau telusuri, *icon* tameng yang melambangkan keamanan dan privasi, *icon* tiga titik atau garis yang melambangkan menu, dan *icon* baut yang melambangkan settings atau pengaturan.

2.4 Risiko Pribadi

Menurut Cambridge Dictionary (n.d.), risiko merupakan kemungkinan terjadinya hal yang berdampak negatif yang tidak dapat diprediksi. Risiko dapat terjadi pada setiap individu, kelompok masyarakat, sistem, maupun aset.

Menurut Rejda dan McNamara (2017) melalui bukunya yang berjudul *Principles of Risk Management and Insurance*, risiko pribadi merupakan risiko yang ditanggung dan berdampak langsung pada kehidupan seorang individu dan keluarganya (hlm. 25).

2.4.1 Jenis-jenis Risiko Pribadi

Risiko pribadi yang memiliki dampak langsung pada kehidupan seorang individu dan keluarganya menyebabkan hilangnya pemasukan,

berkurangnya aset finansial, dan pengeluaran yang bertambah. Berikut beberapa contoh risiko pribadi umum yang mengancam setiap individu dan dapat menimbulkan rasa ketidakamanan secara finansial:

1) Kematian Dini

Risiko kematian dini secara ekonomi merupakan kondisi dimana seorang kepala keluarga meninggal dunia dan keluarganya ditinggalkan dengan kebutuhan finansial yang belum terpenuhi, contohnya seperti cicilan kredit yang sedang berlangsung, biaya pendidikan, atau hutang yang belum terpenuhi.

Meninggalnya sosok kepala keluarga yang memiliki tanggung jawab secara finansial menyebabkan keluarga yang ditinggalkan kehilangan sumber pemasukan utama. Kondisi tersebut diperburuk lagi jika tidak ada anggota keluarga lainnya yang bekerja, sehingga hal tersebut menyebabkan keluarga kesulitan memenuhi kebutuhan sehari-hari dan menutup biaya lainnya yang belum terpenuhi.

2) Dana Pensiun yang Tidak Cukup

Seorang individu yang bekerja umumnya pensiun atau berhenti bekerja pada usia sekitar 65 tahun. Ketika pekerjaan berhenti, pemasukannya juga ikut terhenti jika seseorang tidak memiliki aset finansial atau sumber dana pensiun lainnya. Ditambah lagi, kebutuhan hidup seperti biaya sehari-hari, biaya medis yang semakin tinggi hingga pajak yang tetap wajib untuk dibayar. Keadaan tersebut mendesak individu tersebut untuk mengurangi standar kehidupan agar dapat memenuhi kebutuhan masa tuanya.

3) Masalah Kesehatan

Masalah yang berkaitan dengan kesehatan, seperti sakit berat maupun kecelakaan yang menyebabkan cacat merupakan salah satu risiko yang memiliki dampak finansial terbesar. Ketika seseorang mengalami sakit berat, terdapat biaya perawatan medis yang tinggi dan juga potensi kehilangan sumber pemasukan dikarenakan individu

tersebut sakit sehingga tidak dapat bekerja. Pengeluaran finansial terbesar yang disebabkan oleh masalah kesehatan contohnya seperti biaya rawat inap di rumah sakit, operasi, diagnosa, hingga obat-obatan.

Masalah kesehatan juga menimbulkan dampak finansial jangka panjang yang disebabkan oleh hilangnya pemasukan pasien yang mengalami sakit berat. Kondisi tersebut diperburuk dengan timbulnya biaya medis yang harus dibayarkan dan adanya potensi pemutusan hubungan kerja yang menyebabkan hilangnya manfaat tenaga kerja. Hal tersebut mendesak keluarga pasien untuk menggunakan tabungan pribadi untuk membayar tagihan biaya medis sambil memenuhi kebutuhan keluarga yang terus berjalan meski pemasukan terancam berhenti.

2.4.2 Dampak Risiko Pada Masyarakat

Adanya risiko yang dapat timbul tanpa prediksi memiliki beberapa dampak terhadap masyarakat secara finansial maupun sosial. Secara ekonomi, karena risiko dapat terjadi kapan pun tanpa dapat ditebak, jumlah dana darurat yang disiapkan harus lebih besar, terutama jika tidak ada asuransi jiwa atau kesehatan. Karena harus menyisihkan dana darurat dalam jumlah besar, hal tersebut mendorong seseorang untuk menekan angka pengeluaran yang menyebabkan menurunnya standar kehidupan.

Secara sosial, risiko juga menimbulkan perasaan cemas dan takut di kalangan masyarakat. Contohnya, ketika salah satu anggota keluarga memiliki pekerjaan berisiko tinggi seperti pekerja konstruksi atau teknisi listrik, tentu anggota keluarga lainnya akan merasa cemas karena terdapat risiko terjadinya kecelakaan kerja hingga meninggal dunia. Sama halnya juga dengan keluarga yang memiliki penyakit genetik seperti diabetes, keturunannya pun akan merasa cemas karena terdapat kemungkinan mereka “mewarisi” gen penyakit tersebut. Selain itu, keharusan untuk mengumpulkan dana darurat dalam jumlah besar juga menimbulkan kekhawatiran jika dana tersebut tidak cukup ketika dibutuhkan secara mendadak.

2.4.3 Manajemen Risiko Pribadi

Meskipun risiko kehidupan dapat terjadi pada setiap orang secara tidak terduga, untungnya hal tersebut dapat direncanakan dan ditangani untuk mengurangi dampaknya. Rejda dan McNamara (2017) mengatakan bahwa manajemen risiko merupakan sebuah proses mengidentifikasi kerugian dan menentukan teknik yang tepat untuk mengurangi dampaknya (hlm. 66).

Dalam skala individu, manajemen risiko dilakukan dengan mengidentifikasi kerugian yang mengancam kehidupannya dan keluarga yang menjadi tanggungannya serta menyeleksi teknik untuk mengurangi dampak dan menanganinya. Manajemen risiko pribadi melibatkan empat langkah utama, yaitu identifikasi paparan kerugian, mengukur dan menganalisa dampak kerugian, menentukan teknik yang tepat untuk menangani dampak kerugian, dan mengimplementasi teknik tersebut.

1) Identifikasi Paparan Kerugian

Langkah pertama dalam manajemen risiko pribadi merupakan proses dimana seseorang mengidentifikasi dampak apa saja dialami jika terjadi risiko pribadi secara tiba-tiba. Contohnya, paparan kerugian yang dapat terjadi jika kepala keluarga sekaligus pencari nafkah utama meninggal dunia menyebabkan anggota keluarga yang lain kesulitan memenuhi kebutuhan sehari-hari dan menutupi kewajiban keuangan lainnya. Contoh lainnya merupakan biaya medis yang tinggi dan potensi kehilangan sumber pemasukan jika seorang anggota keluarga, terutama kepala keluarga, menderita sakit berat secara tiba-tiba.

2) Mengukur dan Analisa Dampak Kerugian

Langkah kedua merupakan proses dimana dampak kerugian tersebut diukur secara ekonomi dan dianalisa berdasarkan dampak dan kemungkinan terjadinya risiko tersebut. Misalnya, kemungkinan seseorang harus dirawat inap di rumah sakit akibat sakit ringan, sakit berat, atau kecelakaan lebih tinggi dibanding risiko seseorang mengalami kecelakaan yang menyebabkan

cacat tetap dan total. Kemungkinan terjadinya risiko juga dipengaruhi oleh usia, gaya hidup, dan pekerjaan seseorang.

Di sisi lain, dampak kerugian finansial yang dialami jika seseorang terkena sakit berat juga besar akibat biaya medis yang tinggi. Selain itu, dampak kerugian juga dinilai lebih besar jika yang mengalami sakit berat merupakan kepala keluarga atau pencari nafkan utama karena terdapat kemungkinan berkurang atau hilangnya sumber pemasukan.

3) Menentukan Teknik untuk Menangani Dampak Kerugian

Langkah ketiga dalam proses manajemen risiko pribadi merupakan penentuan teknik yang tepat untuk menangani dampak kerugian. Berdasarkan buku *Principles of Risk Management and Insurance* karya Rejda dan McNamara (2017), metode umum yang biasa digunakan adalah penghindaran, kontrol risiko, penyimpanan, *non-insurance transfer*, dan asuransi.

a. Penghindaran

Avoidance atau penghindaran merupakan metode paling umum dan mudah yang dapat dilakukan oleh setiap individu, yaitu dengan menghindari dari penyebab kemungkinan terjadinya risiko. Contohnya, seseorang yang menghindari dari kemungkinan terjadinya kecelakaan pesawat tidak akan menggunakan pesawat sebagai alat berpergian jauh sehingga risiko kecelakaan pesawat tidak akan terjadi.

b. Kontrol Risiko

Risk control atau kontrol risiko merupakan metode dimana seorang individu berupaya untuk mengurangi dampak dan kemungkinan terjadinya risiko. Contoh upaya yang dilakukan untuk mengontrol risiko adalah dengan menggunakan helm ketika mengendarai motor untuk mengurangi dampak cedera, atau dengan menjaga pola makan untuk mengurangi kemungkinan mengalami sakit berat akibat pola makan yang tidak dijaga.

c. *Retention*

Retention merupakan tindakan ketika seorang individu menanggung sebagian atau seluruh dampak kerugian dari suatu risiko, dan dibagi menjadi dua jenis yaitu aktif dan pasif. *Active risk retention* merupakan kondisi dimana seseorang sadar bahwa risiko dapat terjadi padanya dan berupaya untuk menanggung sebagian atau seluruh dampaknya. Contohnya, seseorang yang menggunakan asuransi kesehatan yang tidak menanggung manfaat rawat jalan di rumah sakit paham terhadap produk yang diambil sehingga telah mengetahui jika suatu ketika melakukan rawat jalan, biaya tersebut harus ditanggung secara pribadi.

Di sisi lain, terdapat juga *passive risk retention* dimana seseorang memiliki ketidaktahuan, ketidakpedulian, atau kemalasan untuk mengetahui bahwa risiko pribadi dapat terjadi padanya sehingga tidak melakukan tindakan apa pun. Hal tersebut tentunya berbahaya secara finansial terutama jika kerugian tersebut berdampak besar dan fatal hingga mempengaruhi orang lain. Contohnya, seorang kepala keluarga sekaligus pencari nafkah yang tidak memiliki asuransi jiwa karena merasa tidak diuntungkan secara pribadi akan meninggalkan beban finansial pada keluarganya yang ditinggalkan.

d. Asuransi

Asuransi merupakan metode manajemen risiko pribadi yang paling banyak diandalkan oleh masyarakat karena kemampuannya dalam menanggung risiko finansial dalam jumlah besar. Contohnya, terdapat asuransi kesehatan yang dapat menanggung biaya rumah sakit hingga usia tertentu dan juga asuransi jiwa yang dapat membayar uang pertanggungan dalam jumlah yang telah ditentukan jika pihak yang diasuransikan meninggal dunia dalam masa pertanggungan.

4) Implementasi dan Monitor Teknik

Langkah terakhir dalam manajemen risiko pribadi adalah untuk mengimplementasi teknik tersebut dan meninjaunya secara berkala. Hal

tersebut juga harus dilakukan setiap 2 hingga 3 tahun sekali atau ketika mengalami peristiwa kehidupan seperti memiliki anak yang baru lahir dan kehilangan pasangan atau anggota keluarga. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan untuk memastikan bahwa teknik manajemen risiko pribadi tersebut masih sesuai dengan kebutuhan di masa kini atau sudah harus diperbarui.

2.5 Asuransi

Menurut Rejda dan McNamara (2017), asuransi adalah sebuah jaminan dimana satu pihak menerima ganti rugi atas kerugian yang dialami akibat suatu risiko dari pihak lainnya yang telah menyetujui untuk menanggung kerugian tersebut. Asuransi merupakan metode manajemen risiko pribadi yang banyak digunakan untuk menanggung berbagai keadaan, mulai dari risiko finansial yang mengancam individu dan keluarga seperti kematian dini dan sakit berat, hingga risiko finansial yang mengancam kondisi perusahaan.

2.5.1 Cara Kerja Asuransi

Perusahaan asuransi menggunakan hukum bilangan besar dan probabilitas untuk menentukan harga premi yang harus dibayar oleh tertanggung untuk mendapatkan manfaat proteksi tertentu (investprograms, n.d.). Premi tersebut ditetapkan berdasarkan faktor risiko dari calon tertanggung atau kliennya. Contohnya, semakin tua usia seseorang, makin besar juga kemungkinan individu tersebut mengalami risiko sakit berat sehingga premi yang harus dibayarkan lebih besar. Semakin besar kemungkinan risiko terjadi pada tertanggung dan jumlah kerugian yang harus diganti oleh perusahaan asuransi, semakin besar juga premi yang harus dibayar oleh kliennya.

Harga premi yang ditetapkan oleh perusahaan juga harus cukup untuk perusahaan menghasilkan keuntungan sehingga dapat membayar biaya *claim* atau ganti rugi kliennya di masa depan, namun juga dalam harga yang terjangkau bagi masyarakat. Perusahaan asuransi sebagai pihak yang setuju untuk menanggung kerugian juga berhak untuk menolak calon klien yang mengajukan pembelian polis jika kemungkinan mengalami risiko dalam

jangka waktu dekat sangat besar, contohnya seperti individu yang usianya melewati batas usia masuk atau yang telah terdiagnosa mengidap sakit berat sebelum pengajuan asuransi.

2.5.2 Jenis-jenis Asuransi Individu

Menurut Rejda dan McNamara (2017), polis asuransi memiliki dua klasifikasi utama, yaitu *term insurance*, *endowment insurance*, dan *whole life insurance*.

1) *Term Insurance* (Berjangka)

Term insurance atau asuransi berjangka menawarkan masa pertanggungan dalam jangka waktu tertentu, umumnya 1, 5, 10, 20, atau 30 tahun, dan tidak memiliki nilai tunai yang berfungsi sebagai tabungan. Pada akhir masa pertanggungan, polis asuransi berjangka dapat diperbarui untuk memperpanjang masa pertanggungan dengan tujuan melindungi peserta dari risiko. Karena premi didasari oleh usia, kondisi kesehatan, dan riwayat *claim* peserta, harga premi akan menjadi lebih tinggi ketika polis diperbarui dan masa pertanggungannya diperpanjang.

Asuransi berjangka memiliki premi yang relatif rendah sehingga cocok untuk digunakan sebagai metode manajemen risiko jangka pendek ketika dana menjadi kendala utama. Namun, karena jangka waktu pertanggungannya yang pendek dan premi yang meningkat seiring berjalannya waktu berdasarkan usia dan riwayat *claim* peserta, asuransi berjangka tidak cocok untuk individu yang membutuhkan proteksi dalam jumlah besar setelah usia 70 tahun. Selain itu, asuransi berjangka tidak menghasilkan nilai tunai hasil tabungan meski premi telah dibayar selama masa pembayaran. Oleh karena itu, produk tersebut kurang sesuai bagi individu yang menginginkan tabungan tambahan untuk tujuan tertentu, kecuali jika pembelian asuransi berjangka di lengkapi dengan rencana investasi atau tabungan pribadi.

2) *Whole Life Insurance*

Whole life insurance adalah asuransi yang menawarkan perlindungan seumur hidup, dimana polis berjenis whole life dapat dibagi menjadi dua jenis, *cash value life insurance* dan *limited payment life insurance*.

a. *Cash Value Life Insurance*

Cash value life insurance, atau yang sering di kenal dengan nama PAYDI atau unit-link di Indonesia merupakan polis asuransi jiwa yang memiliki nilai tunai seperti tabungan, menawarkan perlindungan seumur hidup, dan pesertanya dapat mengambil beberapa manfaat sekaligus dalam satu polis sehingga lebih fleksibel. Berbeda dengan asuransi berjangka, meski PAYDI memiliki premi yang lebih tinggi pada masa awal pembelian, premi yang relatif rata seiring berjalannya waktu dan bertambahnya usia justru lebih hemat dan murah jika membutuhkan proteksi jangka panjang. Dalam kata lain, selisih premi mahal yang dibayarkan pada awal pembelian akan digunakan untuk menutupi selisih premi yang lebih murah pada masa yang akan mendatang akibat usia, kondisi kesehatan, dan riwayat *claim*.

Selain premi, PAYDI juga memiliki nilai tunai yang terbentuk dan dimasukkan ke dalam instrument investasi setelah peserta membayar premi selama beberapa tahun dan dapat dicairkan. Meskipun menawarkan manfaat proteksi dan investasi sekaligus, produk tersebut justru tidak cocok bagi individu yang lebih mengutamakan keuntungan dari hasil investasinya. Hal ini dikarenakan dalam PAYDI, hasil investasi tahunan tidak diketahui oleh pemegang polis dan biaya pemotongan yang dikeluarkan cukup tinggi dibandingkan dengan hasil investasi. Ketika premi dibayarkan secara rutin, nilai tunai yang terbentuk akan dipotong untuk membayar biaya administrasi, biaya proteksi, biaya akuisisi, biaya pemeliharaan polis, dan komisi agen. Menurut Rejda dan McNamara (2017), rata-rata nilai tunai yang terbentuk akan terpotong 3-7% untuk biaya pemeliharaan polis dan komisi agen dalam 4 tahun pertama, 2%

untuk biaya penarikan tunai, dan 3% untuk biaya administrasi. Terdapat juga potongan untuk biaya pengelolaan investasi dan biaya penutupan polis sebesar 100% jika peserta menutup polis sebelum 10 tahun, yang kemudian akan berkurang menjadi 0% jika polis ditutup setelah 10 tahun. Selain itu, nilai tunai yang berhasil terbentuk dapat digunakan untuk membayar premi apabila peserta tidak dapat membayarnya sebelum tanggal jatuh tempo. Fitur tersebut bertujuan untuk menjamin proteksi terus berlanjut meskipun peserta mengalami kendala finansial selama masa pembayaran.

Oleh karena itu, meski investasinya tidak menguntungkan, PAYDI menawarkan proteksi dan jaminan untuk proteksi jangka panjang dari segi masa pertanggungan dan fleksibilitasnya. Namun, perlu diingat kembali bahwa tujuan utama seseorang membeli asuransi adalah untuk proteksi jangka panjang dan menjamin masa depan keluarganya, dan bukan untuk mengambil keuntungan investasi.

b. *Limited Payment Life Insurance*

Mirip dengan asuransi berjangka, *limited payment life insurance* juga menawarkan masa pertanggungan dalam jangka waktu tertentu, umumnya 1, 5, 10, 20, atau 30 tahun, dan tidak memiliki nilai tunai yang berfungsi sebagai tabungan. Bedanya, *limited payment life insurance* menawarkan proteksi seumur hidup yang akan terus berlanjut meski masa pembayaran telah berakhir. Meskipun terkesan menguntungkan, *limited payment life insurance* biasanya hanya menawarkan manfaat berupa proteksi jiwa terhadap risiko kematian dini saja.

3) *Endowment (Dwiguna)*

Meski tidak sepopuler asuransi berjangka dan PAYDI, *endowment* atau asuransi dwiguna juga menawarkan proteksi jiwa dengan masa pertanggungan dalam jangka waktu tertentu, umumnya 1, 5, 10, 20, atau 30 tahun yang sama seperti asuransi berjangka. Ketika tertanggung meninggal dunia selama masa pertanggungan, terdapat santunan yang

ditambah dengan total premi untuk ahli waris. Namun, jika tertanggung berhasil bertahan hidup hingga akhir masa pertanggung jawaban yang dijanjikan sejak awal, total premi yang telah dibayar akan diberikan kepada tertanggung tersebut.

2.5.3 Asuransi Individu Umum Berdasarkan Manfaat

Beberapa risiko pribadi yang mengancam seorang individu termasuk risiko kematian dini dan juga masalah kesehatan. Sebagai salah satu metode yang paling diandalkan oleh masyarakat untuk menanggung risiko finansial berjumlah besar, asuransi individu umum juga dibagi berdasarkan manfaat yang diberikan kepada pesertanya. Menurut Rejda dan McNamara (2017), terdapat *life insurance* untuk menangani dampak risiko kematian dini, serta *medical expense insurance* dan *disability income insurance* untuk menangani dampak risiko kesehatan.

1) Life Insurance

Life insurance atau asuransi jiwa adalah asuransi yang menawarkan sejumlah uang pertanggung jawaban apabila peserta yang diasuransikan meninggal dunia selama masa pertanggung jawaban. Fungsi utama dari asuransi jiwa adalah untuk memastikan bahwa ketika seorang kepala keluarga atau pencari nafkah meninggal dunia, keluarga yang ditinggalkan tetap dapat memenuhi kebutuhan finansial, terutama ketika tidak memiliki sumber penghasilan tambahan atau aset finansial yang cukup.

2) Medical Expense Insurance

Medical expense insurance atau asuransi biaya medis adalah asuransi yang menanggung biaya medis seorang individu akibat sakit atau kecelakaan (Rejda dan McNamara, 2017). Setiap peserta asuransi biaya medis dapat menentukan dan memilih beragam fitur dan manfaat serta harga premi yang harus dibayar. Berikut merupakan contoh manfaat yang ditawarkan oleh asuransi biaya medis dari salah satu perusahaan asuransi di Indonesia:

TABEL MANFAAT HOSPITAL & SURGICAL CARE PREMIER SYARIAH PLUS		
Manfaat Penyakit Kritis		
Perawatan Dialisis*		Sesuai Tagihan
Biaya Transplantasi Organ		
Donor Transplantasi Organ*		
Perawatan Kanker termasuk Pemeriksaan remisi kanker & tes laboratorium	Perawatan Remisi Kanker; Maks. 5 tahun dari perawatan aktif	
Perawatan HIV/AIDS	Per tahun	
Perawatan Polio	Per tahun polis	15.000
		250.000
Manfaat Perawatan Darurat		
Rawat Inap karena Darurat atau Kecelakaan di luar Wilayah Perlindungan Asuransi*		
Rawat Jalan karena Darurat atau Kecelakaan termasuk Perawatan Gigi karena Kecelakaan, di dalam dan di luar Wilayah Perlindungan Asuransi*		
Perawatan Rawat Jalan lanjutan karena kecelakaan*	Perawatan rawat jalan dalam 30 hari sejak Kecelakaan atau keadaan Darurat.	Sesuai Tagihan
Manfaat Tambahan		
Peralatan Medis Yang Tahun Lama*	Per Tahun Polis; Maks. 90 hari Sesudah rawat inap	15.000
Anggota Tubuh Artisial*	Per Tahun Polis; selama rawat inap, maks. 90 hari sesudah rawat inap	250.000
Santunan Kematian*		25.000
Layanan		
Expert Medical Opinion		Tersedia
Medical Assistance		
Batas Manfaat Tahunan		7.000.000
*Klaim untuk Manfaat Asuransi hanya dapat dilakukan secara reimbursement		
Manfaat	Penjelasan	Dalam Ribuan Rupiah (Rp'000)
Wilayah Perlindungan Asuransi		ESSENTIAL
Manfaat Tambahan, Opsi : Booster Tahunan		Asia, kecuali Singapore, Hong Kong, Japan
Booster Batas Manfaat Tahunan		7.000.000

Gambar 2.21 Contoh Manfaat dan Fasilitas Asuransi Biaya Medis
Sumber: Allianz Discover (2023)

Berdasarkan Rejda dan McNamara (2017), berikut merupakan karakteristik dasar polis asuransi biaya kesehatan:

a. Manfaat Fasilitas Rumah Sakit

Setiap perusahaan menawarkan fasilitas yang menanggung biaya medis untuk keperluan seperti ambulans, perawatan darurat, pembedahan, obat-obatan, dan layanan kesehatan. Biasanya, perusahaan asuransi menawarkan beberapa paket asuransi kesehatan individu yang berbeda dari segi kelengkapan manfaat, persentase pertanggungan, dan batas manfaat tahunan. Meskipun manfaat yang ditawarkan dalam setiap polis berbeda dari satu perusahaan asuransi dengan yang lainnya, berikut merupakan beberapa manfaat umum yang seringkali ditawarkan di dalam polis asuransi kesehatan:

- Fasilitas Rawat Inap: Menanggung seluruh biaya dan keperluan pasien selama menjalani rawat inap di rumah sakit, seperti harga kamar, peralatan tambahan, hasil tes di laboratorium, dan keperluan lainnya.

- Fasilitas Rawat Jalan: Menanggung biaya dan keperluan pasien selama mendapatkan perawatan di rumah sakit tanpa harus menginap, contohnya seperti layanan medis selama berada di ICU atau pembedahan kecil.
- Fisioterapi dan Konsultasi Dokter: Menanggung biaya fisioterapi, konsultasi dengan dokter spesialis, ahli kiropraktik, hingga peralatan tambahan yang dibutuhkan selama fisioterapi.
- Layanan Preventif: Menanggung biaya perawatan lanjutan untuk mencegah kondisi kesehatan menjadi semakin buruk, contohnya seperti perawatan untuk remisi kanker dan perawatan dialysis atau cuci darah.
- Obat-obatan: Menanggung biaya obat-obatan dengan resep dokter yang difasilitasi oleh pihak rumah sakit

b. Ko-Asuransi

Beberapa asuransi biaya medis mengandung ko-asuransi, yaitu persentase dari total tagihan biaya medis yang harus dibayarkan oleh peserta asuransi. Umumnya, persentase yang harus dibayarkan oleh peserta berada sekitar 20% hingga 30% dengan tujuan untuk mengurangi harga premi dan menghindari penyalahgunaan manfaat oleh peserta.

c. *Out-of-Pocket Maximum Limits*

Polis asuransi biaya medis biasanya memiliki *out-of-pocket maximum limits*, yaitu batas maksimum jumlah biaya yang dapat ditanggung oleh perusahaan asuransi setiap tahun atau selama masa pertanggung jawaban untuk mengurangi beban finansial. Meskipun setiap perusahaan menawarkan batas manfaat dengan jumlah yang beragam, jumlah tersebut telah ditetapkan dan disetujui oleh peserta sejak awal pengajuan polis.

d. Pengecualian Manfaat Dasar

Asuransi biaya medis juga memiliki pengecualian manfaat dasar yang berlaku. Meskipun setiap perusahaan memiliki ketentuan yang berbeda, pengecualian umum yang biayanya tidak dapat ditanggung oleh asuransi biaya medis contohnya seperti akupuntur, operasi dengan tujuan estetika, perawatan gigi dan mata rutin, dan masalah kesehatan mental (Rejda dan McNamara, 2017). Selain itu, sesuai ketentuan asuransi biaya medis juga tidak akan menanggung peserta yang berada dibawah pengaruh alkohol dan obat-obatan terlarang, melukai diri sendiri, atau terlibat dalam kejahatan yang melanggar hukum.

Selain karakteristik dasar dan manfaat umum asuransi biaya medis, terdapat beberapa ketentuan dan fitur tambahan yang biasanya termasuk ke dalam kontrak polis asuransi kesehatan seperti berikut:

e. Periode Eliminasi

Periode eliminasi atau yang disebut juga sebagai masa tunggu adalah sebuah periode setelah pengajuan polis asuransi dimana manfaat belum dapat ditanggung sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan (Rejda dan McNamara, 2017). Lama masa periode eliminasi untuk asuransi biaya medis juga berbeda sesuai dengan manfaat yang ditawarkan, dan juga berbeda dari satu perusahaan asuransi dengan yang lainnya. Secara umum, periode eliminasi adalah 20, 30, 60, atau 90 hari setelah polis diajukan dan disetujui.

f. Perlindungan Inflasi

Inflasi medis dapat menyebabkan meningkatnya biaya perawatan medis seiring berjalannya waktu. Perlindungan terhadap inflasi merupakan fitur tambahan yang ditawarkan oleh beberapa perusahaan asuransi untuk memastikan bahwa peserta tetap bisa mendapatkan fasilitas dan layanan dengan kualitas yang sama di masa depan meski harganya telah dipengaruhi oleh inflasi.

Manfaat Rawat Inap & Pembedahan		
Kamar dan Akomodasi	Tidak ada batas maksimum hari	Mina yang lebih besar antara Kamar terendah dengan 2 tempat tidur dan kamar mandi didalam dengan Batas Harga Kamar 700
	Batas Harga Kamar	
Kamar ICU/ NICU/ PICU/ HDU/ Intermediary Ward/ Kamar Isolasi		Sesuai Tagihan
Pembedahan, termasuk Perawatan Bedah Sehari		
Prostesis dan Implan		
Kunjungan Dokter		
Biaya Lain-lain Rawat Inap		
Sebelum Rawat Inap*	Per tahun polis; Maks. 60 hari sebelum rawat inap	
Sesudah Rawat Inap*	Per tahun polis; Maks. 90 hari Sesudah rawat inap	
Perawatan Fisioterapi Rawat Jalan*	Per tahun polis; Maks. 60 hari Sebelum rawat inap Maks. 90 hari Sesudah rawat inap	

Gambar 2.22 Contoh Manfaat dan Fasilitas Asuransi Biaya Medis
Sumber: Allianz Discover, (2023)

Contohnya, biaya kamar rumah sakit yang menjadi semakin mahal seiring berjalannya waktu yang merupakan dampak dari inflasi. Untuk mengantisipasi hal tersebut, ketentuan polis asuransi pada contoh diatas tetap menanggung manfaat rawat inap sesuai tagihan dan menawarkan fasilitas kamar kelas 1 dengan 2 tempat tidur dan kamar mandi dalam meskipun harganya telah melewati batas harga kamar pada tahun pengajuan polis.

g. *Waiver of Premium*

Waiver of Premium merupakan fitur tambahan berupa pembebasan pembayaran premi yang ditawarkan oleh perusahaan asuransi jika peserta yang ditanggung mengalami kondisi khusus, seperti cacat atau terkena sakit berat (Rejda dan McNamara, 2017). Fitur *waiver of premium* atau pembebasan premi biasa berlaku hingga jangka waktu tertentu, dan peserta memiliki kewajiban untuk membayar premi kembali setelah masa pembebasan berakhir.

3) *Disability-Income Insurance*

Disability-income insurance merupakan bentuk lain dari asuransi kesehatan yang menawarkan sejumlah uang pertanggungan ketika peserta asuransi terdiagnosa mengalami disabilitas atau mengalami kondisi yang tidak memungkinkan untuk bekerja (Rejda dan McNamara, 2017). Ketika seorang kepala keluarga atau pencari nafkah mengalami kondisi yang mengakitkannya tidak dapat bekerja lagi, pemasukan terancam

berhenti, sementara kebutuhan seperti biaya sehari-hari, biaya rumah sakit, biaya pendidikan, dan tanggung jawab finansial lainnya terus berlanjut. Ditambah lagi, seorang individu yang mengalami disabilitas untuk bekerja berpotensi kehilangan manfaat karyawan dari tempat kerja termasuk asuransi kesehatan dari kantor.

Menurut Life Happens melalui buku *Principles of Risk Management and Insurance* karya Rejda dan McNamara (2017), setiap individu memiliki 30% kemungkinan mengalami disabilitas sebelum berusia 65 tahun yang menyebabkannya tidak dapat bekerja selama 90 hari atau lebih selama masa produktif. Oleh karena itu, *disability-income insurance* yang berfungsi sebagai pengganti sumber penghasilan selama pencari nafkah tidak bekerja menawarkan nilai pertanggungan yang dapat disesuaikan sejak awal pengajuan polis.

2.5.4 Keperluan Membeli Asuransi Individu

Terdapat beberapa ketentuan yang perlu diperhatikan ketika seseorang telah mempertimbangkan untuk membeli asuransi individu. Menurut Rejda dan McNamara (2017) melalui buku *Principles of Risk Management and Insurance*, terdapat langkah yang dapat diterapkan dalam pertimbangan membeli asuransi individu, yaitu menentukan keperluan dan tujuan pembelian asuransi, memperkirakan jumlah pertanggungan, menentukan jenis asuransi yang sesuai, mempertimbangkan kemampuan finansial, dan pemilihan agen atau konsultan finansial yang kompeten.

1) Menentukan keperluan dan tujuan pembelian

Langkah pertama sebelum membeli asuransi individu adalah untuk menentukan tujuan pembelian. Menurut Rejda dan McNamara (2017), asuransi jiwa dan *disability-income insurance* dengan uang pertanggungan dalam jumlah besar penting untuk dimiliki oleh pencari nafkah yang telah menikah atau belum menikah namun memiliki tanggungan. Hal tersebut dikarenakan jika sosok pencari nafkah terkena risiko kematian dini atau penghasilannya terancam berhenti, keluarga yang ditanggungnya tetap

memiliki dukungan finansial yang cukup untuk melanjutkan hidup, terutama jika terdapat keperluan lain yang sedang berjalan dan membutuhkan biaya besar, seperti cicilan rumah atau biaya pendidikan anak. Selain itu, asuransi jiwa dalam jumlah besar juga penting untuk dimiliki individu yang memiliki banyak aset yang akan diwariskan. Sebagai bagian dari perencanaan waris, uang pertanggungan dari asuransi jiwa sebagai warisan yang likuid dapat membantu ahli waris dalam proses pembayaran pajak properti dan biaya balik nama. Meski begitu, asuransi jiwa dan *disability-income insurance* bukan hal yang wajib dimiliki oleh seorang individu yang belum menikah dan tidak memiliki tanggung jawab atas orang lain secara finansial, kecuali dalam jumlah yang cukup untuk menutupi jumlah pemasukan yang hilang karena tidak bekerja dalam periode waktu tertentu dan biaya pemakaman.

Di sisi lain, asuransi kesehatan atau *medical expense insurance* merupakan hal yang tetap penting untuk dimiliki. Selain memberikan keamanan finansial jika terkena risiko yang mengakibatkan seseorang membutuhkan perawatan medis, adanya *medical expense insurance* dapat mengamankan aset, dana darurat, dan tabungan sehingga individu tersebut dapat mencapai tujuan finansialnya.

2) Memperkirakan jumlah pertanggungan

Bagi pencari nafkah yang menanggung orang lain secara finansial, memiliki asuransi jiwa dengan jumlah pertanggungan yang besar merupakan hal yang penting. Untuk menentukan jumlah pertanggungan, individu tersebut harus mempertimbangkannya dari segi kebutuhan jangka panjang keluarga dan jumlah aset yang dimiliki, termasuk perkiraan biaya hidup yang dibutuhkan hingga anak hidup mandiri dan biaya pendidikan anak hingga selesai kuliah. Hal tersebut penting untuk dipertimbangkan untuk menghindari kondisi *underinsured* akibat nilai pertanggungan yang kurang dari jumlah yang dibutuhkan.

3) Menentukan jenis asuransi yang sesuai

Terdapat beberapa jenis asuransi yang dijual oleh perusahaan dengan kelebihan dan kekurangan sehingga harus dipilih sesuai dengan tujuan, kebutuhan, dan kemampuan finansial masing-masing. Jika seorang individu tidak mampu menyisihkan dana yang cukup untuk membeli asuransi, *term insurance* dapat menjadi pilihan yang tepat sebagai proteksi jangka pendek terhadap risiko. Jika seorang individu memiliki dana lebih, menginginkan proteksi jangka panjang dari berbagai aspek, dan/atau menginginkan platform tabungan tambahan, *whole life* atau *cash value life insurance* atau yang dikenal sebagai PAYDI dapat menjadi pertimbangan. Namun, perlu diingat bahwa hasil investasi yang kembali dari pembelian PAYDI tidak menentu dan hanya berfungsi sebagai tabungan cadangan karena tujuan utamanya adalah untuk proteksi.

Individu yang memutuskan untuk membeli polis asuransi juga harus mempertimbangkan kemampuan finansialnya. Jika menghadapi kondisi dimana peserta tidak membayar hingga batas waktu tertentu, polis tersebut akan *lapse* atau menjadi tidak aktif. Polis asuransi yang *lapse* dalam beberapa tahun setelah diajukan akan mengakibatkan kerugian karena kehilangan manfaat dan premi yang telah dibayar tidak dapat dicairkan. Untuk PAYDI yang memiliki nilai tunai, terdapat biaya penutupan yang dipotong dari hasil investasi yang terbentuk sehingga tetap tidak memberikan keuntungan.

4) Mempertimbangkan reputasi dan kekuatan finansial perusahaan

Selain biaya, penting juga untuk mempertimbangkan kekuatan finansial dari perusahaan asuransi untuk memberikan proteksi finansial jangka panjang. Hal tersebut penting untuk menghindari kondisi dimana perusahaan tersebut mengalami kesulitan finansial dan tidak mampu membayar *claim* atau uang pertanggungan sesuai dengan kontrak perjanjian, meski polis telah dibayar dalam waktu yang lama.

Kemampuan finansial perusahaan asuransi dinilai berdasarkan modal dan surplus, likuiditas wajib minimum, kualitas investasi, keuntungan,

kompetensi manajemen, aset yang dikelola, dan berbagai faktor lainnya. Berikut merupakan penilaian untuk perusahaan asuransi berdasarkan standar *global credit rating agency* terbesar:

No	S&P	Moody's	Fitch	Meaning and Color
1	AAA	Aaa	AAA	Prime
2	AA+	Aa1	AA+	
3	AA	Aa2	AA	High Grade
4	AA-	Aa3	AA	
5	A+	A1	A+	
6	A	A2	A	Upper Medium Grade
7	A-	A3	A-	
8	BBB+	Baa1	BBB+	
9	BBB	Baa2	BBB	Lower Medium Grade
10	BBB-	Baa3	BBB-	
11	BB+	Ba1	BB+	
12	BB	Ba2	BB	Non Investment Grade
13	BB-	Ba3	BB-	Speculative
14	B+	B1	B+	
15	B	B2	B	Highly Speculative
16	B-	B3	B-	
17	CCC+	Caa1	CCC+	Substantial Risks
18	CCC	Caa2	CCC	Extremely Speculative

Gambar 2.23 *Financial Strength of Insurance Companies*
 (Sumber: <https://www.researchgate.net/profile/Ozlem-Deniz-Basar-2/publication/332126048/figure/tbl3/AS:743869733937154@1554363773811/International-Credit-Rating-Agencies-Scores-Meanings-and-Color-Coding.png>, 2019)

Menurut Belth melalui Rejda dan McNamara (2017), sebuah perusahaan asuransi yang kuat secara finansial memiliki peringkat tinggi dari setidaknya dua kategori penilaian tersebut.

5) Pemilihan Agen atau Konsultan Finansial yang Kompeten

Terakhir, penting untuk memilih agen atau konsultan finansial yang kompeten dan memahami kebutuhan kliennya. Setiap individu memiliki kebutuhan dan kemampuan finansial yang berbeda dan kompleks, sehingga dibutuhkan agen yang dapat menawarkan produk yang sesuai dengan kebutuhan tersebut.

Meski pengalaman yang dimiliki agen penting untuk dipertimbangkan, namun terkadang terdapat agen yang terlibat dalam praktik penipuan atau lebih mengutamakan komisi pribadi dibanding menawarkan produk yang sesuai dengan kebutuhan klien. Untuk meningkatkan kemungkinan mendapat agen yang kompeten, pastikan bahwa agen tersebut memiliki pengetahuan yang mendalam mengenai produk asuransi yang ditawarkan dan memiliki sertifikasi resmi dari pemerintah dan kementerian keuangan.