

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Desain

Landa (2014) dalam bukunya yang berjudul *Graphic Design Solutions 5th Edition* mengatakan bahwa desain grafis adalah bentuk komunikasi visual yang digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada audiens. Desain grafis merupakan sebuah representasi visual dari sebuah ide yang berdasarkan kreasi, seleksi, dan organisasi elemen-elemen visual. Menurut Landa, desain grafis dapat menjadi sebuah solusi dari masalah yang ada dengan berbagai cara, yaitu mempersuasi, menginformasikan, mengidentifikasi, memotivasi, mengembangkan, mengorganisir, dan lain-lain.

Desain grafis tidak berdiri sendiri karena melibatkan berbagai bidang lainnya, seperti komunikasi, penulisan, periklanan, dan bidang lainnya yang saling mendukung dan membutuhkan satu dengan lainnya. Landa menjelaskan fundamental desain grafis dengan membaginya menjadi beberapa bagian, seperti elemen desain dan prinsip desain.

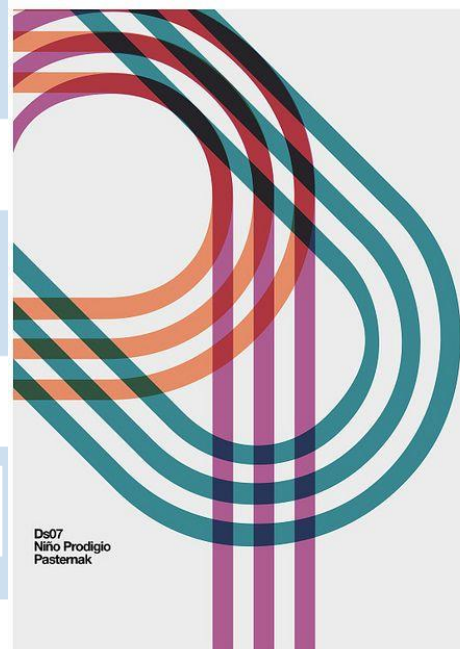
2.1.1 Elemen Desain

Landa (2014) menjabarkan bahwa elemen desain adalah seperti batu-bata dan alat bangun dalam menyusun sebuah visual yang baik. Visual yang dimaksud bertujuan untuk mengeksplorasi, atau mungkin meninjau kembali penggunaan masing-masing elemen, dan memaksimalkan elemen tersebut dalam berkomunikasi dan berekspresi. Elemen formal untuk desain dua dimensi berupa garis, bentuk, warna, dan tekstur.

2.1.1.1 Garis

Garis didefinisikan Landa (2014) sebagai sebuah jalur dari sebuah titik yang bergerak. Sebuah garis merupakan alat visualisasi yang digambar di atas sebuah media. Ada banyak alat yang bisa

membuat garis, seperti pensil, kuas, alat dalam perangkat lunak, pen tablet, atau objek apapun yang bisa menghasilkan sebuah tanda.



Gambar 2.1 Contoh Aplikasi Garis dalam Desain

Sumber: <https://i.pinimg.com/1200x/41/93/87/4193871a02ac952a9df68df2bd0966ec.jpg>

Sebuah garis biasanya diidentifikasi ketika bentuknya lebih panjang daripada lebarnya. Bentuk garis sendiri sangat beragam, seperti lurus, melengkung, putus-putus, atau bersudut. Salah satu contoh aplikasi garis dalam desain dapat dilihat pada gambar di atas dan eksplorasi garis masih banyak dilakukan dalam pembuatan desain.

2.1.1.2 Bentuk

Bentuk adalah sebuah area pada media dua dimensi yang terbuat separuhnya atau sepenuhnya dari garis, warna, gaya visual, atau tekstur. Elemen ini pada dasarnya berbentuk datar atau dua dimensi dan bisa diukur dengan panjang dan lebar. Seluruh bentuk yang ada dalam desain biasanya berupa turunan dari tiga bentuk utama, yaitu kotak, segitiga, dan lingkaran.



Gambar 2.2 Pengaplikasian Elemen Bentuk dalam Desain
Sumber:

<https://i.pinimg.com/originals/58/60/2f/58602f74094702a6a3d2cd58229567e0.png>

Pengaplikasian bentuk dalam desain juga sangat variatif. Contoh gambar di atas merupakan salah satu eksplorasi bentuk geometris dalam desain. Selain itu, jika bentuk dua dimensi ditambahkan unsur volume, bentuk itu akan menjadi bentuk tiga dimensi, seperti kubus, piramida, dan bola.

2.1.1.3 Warna

Warna adalah sebuah elemen yang kuat dan sangat provokatif. Warna itu sendiri berupa pantulan cahaya yang terlihat pada permukaan objek pada lingkungan sekitar. Pigmenlah yang membuat media yang diciptakan menghasilkan warna yang menarik di mata karena pigmen berinteraksi dengan cahaya untuk menghasilkan karakteristik warna yang berbeda-beda.



Gambar 2.3 Aplikasi Warna dalam Desain

Sumber: <https://www.perfectcolours.com/assets/image-cache/images/blog/uploads/2018/7/1925/24-1925.posterl.4380c2a1.jpg>

Warna pada sekitar lingkungan berasal dari cahaya yang terpantul, tapi cahaya pada layar gawai berasal dari energi cahaya yang biasanya disebut sebagai warna digital. Warna digital yang terlihat dalam media berbasis layar biasanya dikenal sebagai campuran cahaya karena dengan mencampurkan cahaya, tercipta banyak variasi warna. Setiap variasi warna juga memiliki makna dan pengaruhnya masing-masing dalam perspektif manusia.



Gambar 2.4 Aplikasi Warna Merah dalam Desain

Sumber: <https://i.pinimg.com/originals/64/a6/5a/64a65aa1e71737816aec41647e9d7e54.jpg>

Warna merah biasa digambarkan sebagai energi semangat, gairah, cinta, panas, kekuatan, dan antusiasme. Warna merah yang mendominasi dapat merangsang indra fisik manusia dengan meningkatkan gairah makan dan seksual. Namun, warna merah juga dapat diartikan dalam artian negatifnya yang dapat mengartikan kemarahan, perang, kekejian, dan ketidaksopanan. Dalam berbagai budaya daerah, warna merah memiliki arti yang berbeda, seperti lambang kematian di Afrika, pernikahan dan keberuntungan di China, dan simbol maskulinitas di Perancis (Monica & Luzar, 2011).



Gambar 2.6 Aplikasi Warna Oranye dalam Desain
 Sumber: <https://pbs.twimg.com/media/FP7wODrXEAKJPhs.jpg>

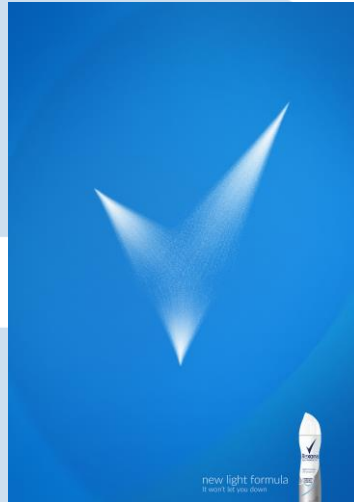
Warna oranye memberikan kesan petualangan, optimisme, dan kemampuan untuk bersosialisasi satu dengan lainnya. Warna ini terlahir dari gabungan dua warna, yaitu merah dan kuning. Biasanya warna ini digunakan untuk memberikan kesan mudah untuk dijangkau oleh banyak orang.



Gambar 2.5 Aplikasi Warna Kuning dalam Desain
 Sumber: <https://i.pinimg.com/736x/01/7a/7d/017a7d829fdd60069da0b3d6bd7cc18c.jpg>

Warna kuning diartikan sebagai semangat, kesan optimis, dan cerita. Biasanya warna ini digunakan untuk menggambarkan kesan cerdas, bijaksana, dan bahagia dalam sebuah desain. Dalam berbagai budaya, warna kuning menggambarkan berbagai arti,

seperti lambang kematian di Indonesia, simbol kelimpahan di India, dan lambang keberanian di Jepang.



Gambar 2.7 Aplikasi Warna Biru dalam Desain
Sumber: https://mir-s3-cdn-cf.behance.net/project_modules/fs/8175c259004649.5a16dabf555df.jpg

Warna biru dikenal dengan pengaruhnya yang menenangkan mata audiens karena identik dengan warna laut dan langit. Warna ini memberikan kesan sejuk, intelektual, maskulin, dan keadilan. Biasanya warna biru digunakan dalam perusahaan korporat karena dapat memberikan rasa profesionalisme dan rapi. Dalam budaya China, warna biru digunakan sebagai warna anak perempuan ketika kecil dan simbol cinta dalam tradisi pengantin di dunia Barat.



Gambar 2.8 Aplikasi Warna Hijau dalam Desain
Sumber: https://ucomm2004.files.wordpress.com/2015/11/000_ipod.jpg

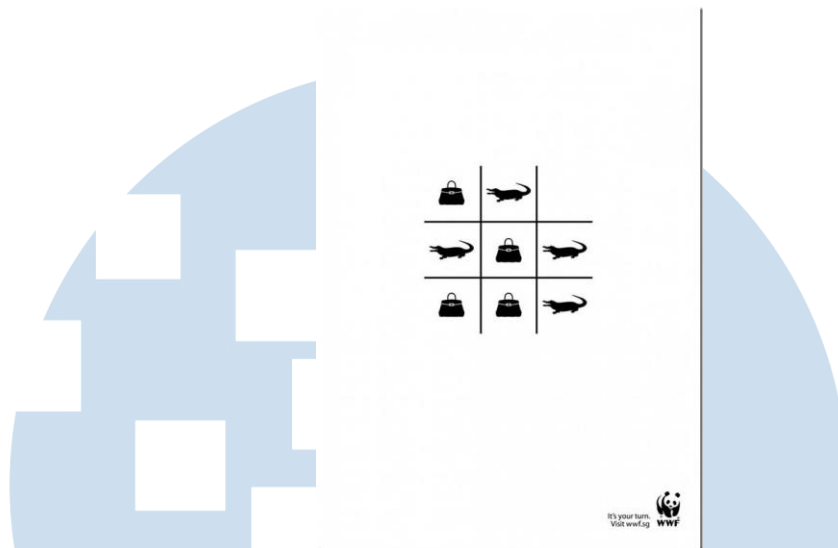
Warna hijau memberikan kesan ketenangan, alam, lingkungan, pertumbuhan, uang, kesuksesan, dan harmoni. Warna ini biasa dikenal karena identik dengan warna tumbuhan dan lingkungan secara keseluruhan. Dalam aplikasinya, warna ini dikenal sebagai warna yang ramah dan bisa menenangkan mata. Berbagai budaya di dunia memiliki artinya sendiri dalam menggambarkan warna ini, seperti lambang kesubuhan di Yunani dan lambang kemauan keras di Amerika.



Gambar 2.9 Aplikasi Warna Ungu dalam Desain

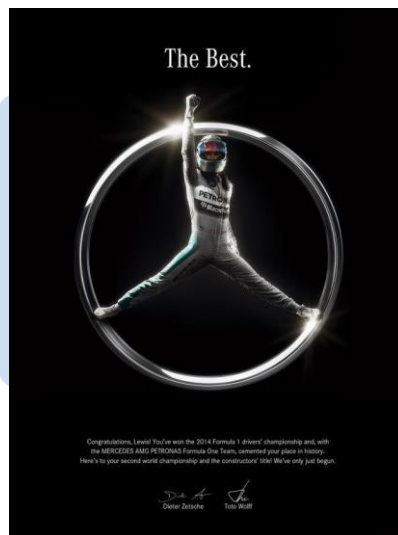
Sumber: <https://i.pinimg.com/564x/64/79/ea/6479ea80c38d387d228a45cdd1617460.jpg>

Warna ungu dihubungkan dengan kesan anggun, mewah, spiritualitas, dan kekayaan. Tak jarang, warna ini juga digunakan untuk menggambarkan kesan mistis, penghargaan, dan royal. Warna ungu juga bisa digunakan dalam penggambaran negatif dengan arti, balas dendam, kekejaman, dan kesan berlebihan. Dalam budaya Jepang, warna ungu digunakan dalam perayaan dan menggambarkan kesan arogan, sedangkan di Thailand, warna ungu digunakan untuk menggambarkan kedukaan istri ketika ditinggalkan oleh suaminya yang meninggal dunia.



Gambar 2.11 Aplikasi Warna Putih dalam Desain
 Sumber: <https://i.pining.com/564x/3e/f7/9c/3ef79c9145cfc7ae5dbfa1368ec8fb9e.jpg>

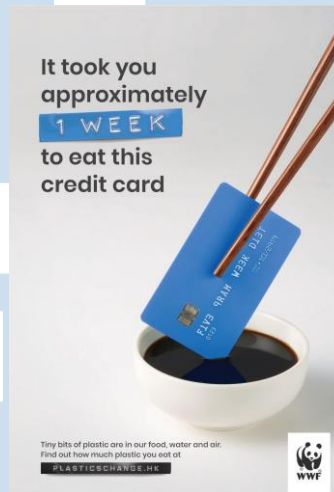
Warna putih dihubungkan dengan kesan murni, sempurna, pernikahan, jujur, lembut, suci, sederhana. Dalam aplikasinya, warna ini memberikan kesan baik, bebas, dan terbuka. Biasanya warna ini digunakan sebagai warna tanda menyerah di seluruh dunia, lambang kematian di Jepang dan China, serta warna utama dalam pernikahan di negara Barat.



Gambar 2.10 Aplikasi Warna Hitam dalam Desain
 Sumber: <https://i.pining.com/1200x/ef/cb/b5/efcbb54c5711ace7e87b733c45f697c8.jpg>

Warna hitam merupakan warna misteri, formal, elegan, sunyi, dan malam. Warna ini memberikan kesan misteri, kekuatan,

serius, bergengsi, dan biasanya meningkatkan kepercayaan diri orang-orang. Warna hitam melambangkan penebusan dosa di Asia, dan digambarkan sebagai warna pemberontak di Amerika.



Gambar 2.12 Aplikasi Warna Abu-abu dalam Desain
Sumber: https://campaignsoftheworld.com/wp-content/uploads/2020/12/wwf_Your_plastic_diet.jpeg

Warna abu-abu adalah warna yang netral, seimbang, sederhana, adil, dan klasik. Warna ini sering digunakan untuk menggambarkan masa tua, kesan membosankan, cuaca buruk, kesan sedih, dan menjadi penyeimbang warna hitam dan putih. Seluruh dunia menggunakan warna ini sebagai simbol uang dan perak dan budaya lokal Amerika menggambarkan warna ini sebagai simbol kesetiaan persahabatan.



Gambar 2.13 Aplikasi Warna Coklat dalam Desain
Sumber: <https://i.pining.com/736x/fc/52/f8/fc52f82364b6cb5768fdffb0b2d831b4.jpg>

Warna coklat menggambarkan kesan hangat, rendah hati, kenyamanan, dan kehangatan. Warna ini dapat menimbulkan kesan alam, canggih, dan mahal karena dilihat sebagai warna yang kuat dan dapat diandalkan.

2.1.1.4 Tekstur

Tekstur adalah sebuah representasi dari kualitas permukaan sebuah media. Dalam visual seni, tekstur dibagi menjadi dua, yaitu taktil dan visual. Tekstur taktil bisa dirasakan secara fisik dengan disentuh dan dirasa dan biasa disebut juga sebagai tekstur nyata.



Gambar 2.14 Contoh Aplikasi Tekstur dalam Desain

Sumber: <https://images.unsplash.com/photo-1590690726318-b1733e44515a?ixlib=rb-4.0.3&ixid=M3wxMjA3fDB8MHxzZWZyY2h8Nnx8cG9zdGVyJTlwdGV4dHVyZXxlbnwwfHwwfHx8MA%3D%3D&w=1000&q=80>

Tekstur nyata dapat dicapai dengan menciptakan kesan timbul, cetak, ukir, dll. Sedangkan tekstur visual berupa ilusi dari tekstur nyata yang diciptakan dengan tangan. Tekstur ini dibuat dari hasil pindai atau foto dari tekstur nyata.

2.1.2 Prinsip Desain

Selain elemen desain, prinsip desain juga merupakan unsur yang penting ketika membuat sebuah desain. Prinsip-prinsip ini harus selalu diterapkan dalam membuat desain apapun karena bersifat saling melengkapi dan menopang satu dengan lainnya. Melalui latihan dan membangun

kebiasaan, seluruh prinsip ini akan diterapkan dengan sendirinya saat mendesain. Prinsip desain yang diangkat oleh Landa (2014) antara lain, format, keseimbangan, hierarki visual, ritme, dan kesatuan.

2.1.2.1 Format

Format adalah batasan desain yang biasa disebut sebagai kanvas atau area desain. Contoh format dalam desain antara lain, kertas, layar gawai, papan iklan, dll. Seorang desainer grafis akan selalu bekerja dengan berbagai format yang berbeda. Biasanya, mereka menyebutkan nama format untuk mendeskripsikan proyek yang dikerjakan, seperti poster, sampul CD, iklan pada gawai, dll.

2.1.2.2 Keseimbangan (*Balance*)

Keseimbangan adalah salah satu prinsip desain yang biasanya dipelajari secara intuitif karena digunakan dalam gerakan fisik sehari-hari. Prinsip ini secara spesifik membicarakan tentang stabilitas dan proporsi yang dicapai dengan distribusi yang adil pada “beban” visual yang ada pada format.



Gambar 2.15 Contoh Aplikasi Prinsip Keseimbangan dalam Desain

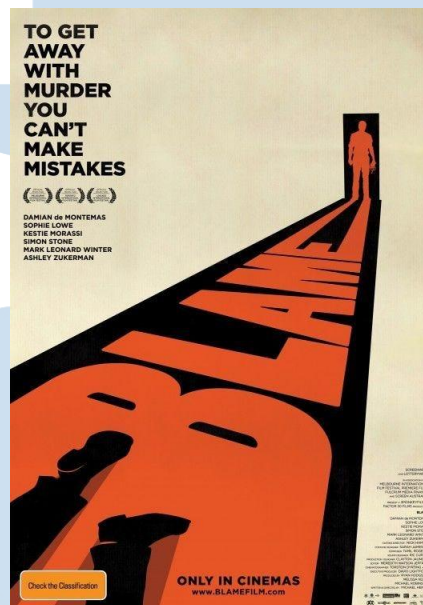
Sumber:

<https://pbs.twimg.com/media/E1U3spkWYAE9U9z?format=jpg&name=4096x4096>

Desain yang seimbang akan kemudian menciptakan keharmonisan. Hal ini menciptakan stabilitas dalam desain di mata masyarakat yang melihat desainnya. Orang-orang cenderung memberikan reaksi bersifat negatif terhadap desain yang tidak seimbang.

2.1.2.3 Hierarki Visual (*Visual Hierarchy*)

Hierarki visual adalah prinsip utama untuk mengorganisasi informasi yang ingin disampaikan melalui desain. Prinsip ini menyusun seluruh elemen grafis berdasarkan penekanan (*emphasis*) yang ingin diberikan. Penekanan adalah penyusunan elemen visual berdasarkan kepentingan unsur tersebut dalam desain. Desainer grafis membuat penekanan untuk menentukan urutan hal-hal yang akan dilihat oleh audiens.



Gambar 2.16 Contoh Aplikasi Hierarki Visual dalam Desain

Sumber:

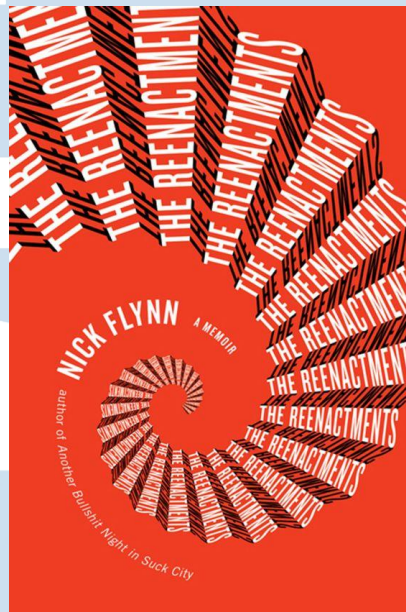
https://miro.medium.com/v2/resize:fit:1056/1*zILlc5MRXmC_hjajHUQ9gQ.jpeg

Hierarki visual membantu media desain dalam mengomunikasikan desain dengan baik kepada masyarakat. Penekanan berperan penting dalam menentukan titik fokus dalam

sebuah desain. Apabila desainer tidak menentukan titik fokus yang ditekankan, maka desain akan berantakan.

2.1.2.4 Ritme (*Rhythm*)

Dalam desain grafis, ritme adalah repetisi yang konsisten dan kuat. Salah satu contoh ritme adalah pola (*pattern*) karena dapat menuntun mata audiens mengelilingi media desain. Sama seperti ritme pada lagu dan tarian, beberapa bagian dari visual elemen dapat disebut sebagai interval yang menyambungkan seluruh kesatuan visual. Interval berperan penting dalam desain yang berjumlah banyak, seperti desain buku, *website*, dan majalah.



Gambar 2.17 Contoh Aplikasi Ritme dalam Desain

Sumber:

<https://www.msbabkiesclass.com/uploads/5/6/1/9/5619308/db88e7ed59fb0a2ad7fb8cb14fdaf444.jpg>

Selain itu, penggabungan variasi elemen juga penting untuk memberikan urutan yang koheren dalam desain visual. Ada faktor-faktor yang mempengaruhi ritme, seperti warna, tekstur, penekanan, dan keseimbangan. Faktor-faktor ini berpengaruh dalam menghasilkan visual yang menarik dalam sebuah desain. Perbedaan antara repetisi dan variasi ditentukan berdasarkan variasi yang menghasilkan visual yang menarik.

2.1.2.5 Kesatuan (*Unity*)

Kesatuan adalah prinsip yang memberikan tali pengikat pada seluruh elemen visual agar terlihat saling memiliki. Walaupun dalam pelaksanaannya, akan ada banyak elemen desain yang berbeda ukuran, warna, bentuk, dan tekstur, seluruh elemen tetap harus terlihat kompak dan saling melengkapi dalam sebuah desain. Contohnya seperti desain pada *website* yang bisa menyatukan seluruh tulisan dan gambar yang digunakan.



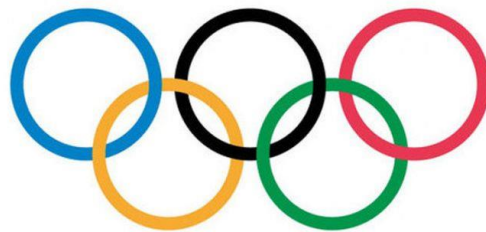
Gambar 2.18 Contoh Aplikasi Kesatuan dalam Desain

Sumber: <https://i.pinimg.com/originals/87/a6/66/87a66668476c2ab6a112849de8d4af51.jpg>

Pemahaman terhadap bentuk dalam desain menjadi hal yang ditekankan untuk dapat membuat kesatuan yang baik. Otak masyarakat diajak untuk membuat koneksi dengan mengelompokkan beberapa elemen visual berdasarkan lokasi, orientasi, bentuk, dan warna. Dengan demikian, hasil akhir dari sebuah karya desain tidak menjadi bentuk atau kelompok elemen yang terpisah-pisah, melainkan sebuah karya yang menyatu dan menjawab tujuan dari keberadaan desain tersebut.

2.1.2.6 Law of Perceptual Organization

Law of Perceptual Organization membahas tentang cara masyarakat memahami dunia yang kompleks di sekitarnya—seperti mengapa kita mengelompokkan objek-objek kecil menjadi sebuah objek besar. Landa (2014) membagi Laws of Perceptual Organization ke dalam enam bagian:



Gambar 2.19 Contoh Aplikasi *Laws of Perceptual Organization*

Sumber: <https://asset->

[a.grid.id/crop/0x0:0x0/700x465/photo/bolasport/medium_07e7e828f9ae7bae06502973e2885265.jpg](https://asset-grid.id/crop/0x0:0x0/700x465/photo/bolasport/medium_07e7e828f9ae7bae06502973e2885265.jpg)

- 1) *Similarity*: elemen yang memiliki karakteristik yang mirip cenderung dikelompokkan bersama. Begitu pula sebaliknya, elemen yang berbeda cenderung dipisahkan. Kemiripan ini dapat berupa bentuk, tekstur, warna, atau arah.
- 2) *Proximity*: elemen yang diletakkan berdekatan, dianggap sebagai suatu elemen yang dikelompokkan bersama.
- 3) *Continuity*: garis tak terlihat yang membuat jalur atau koneksi antara elemen. Elemen yang terlihat sebagai sebuah kelanjutan dari elemen yang sudah ada dapat dianggap berhubungan dan membuat sebuah “gerakan.”
- 4) *Closure*: kebiasaan otak manusia untuk mengoneksi elemen-elemen untuk membuat sebuah bentuk yang utuh menjadi sebuah kesatuan atau pola (*pattern*).
- 5) *Common fate*: elemen dapat dianggap sebagai sebuah kelompok yang sama apabila mereka bergerak ke arah yang sama.

- 6) *Continuing line*: garis selalu dianggap sebagai “jalur” tersimpel. Apabila dua garis patah, orang-orang lebih memperhatikan gerakan kedua garis itu secara keseluruhan, dibandingkan patahnya dua garis itu. Hal inilah yang disebut garis tersirat.

2.1.3 Tipografi

Tipografi adalah unsur pada desain yang biasanya berperan untuk menyampaikan pesan kepada audiens. Tipografi menajamkan fungsi *copywriting* dalam segi desain agar menyatu dengan keseluruhan media. Unsur ini biasa terdiri dari satu set karakter huruf atau yang biasa disebut sebagai *typeface*, yang sudah disatukan dengan properti visual yang konsisten.

Typeface biasanya mengandung huruf, angka, simbol, dan tanda baca. Terminologi yang digunakan dalam penamaan unsur-unsur tipografi biasanya diangkat dari istilah yang digunakan saat huruf masih dibuat menggunakan logam satu per satu.

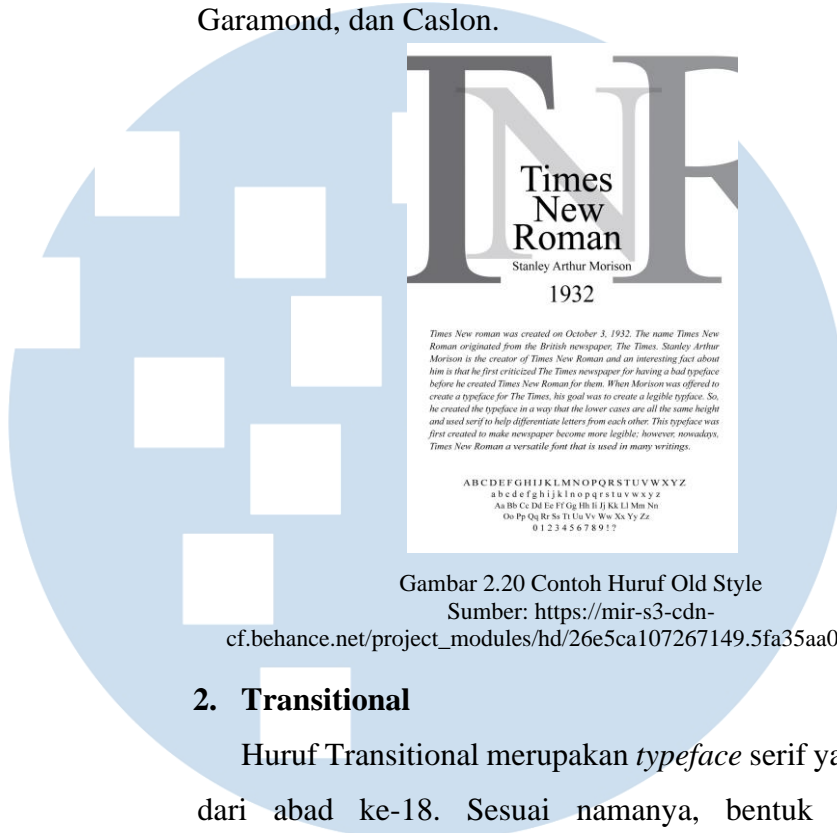
2.1.3.1 Klasifikasi Huruf

Sekarang, sudah banyak sekali jenis huruf yang ada dan digunakan dalam berbagai media. Banyak orang mengklasifikasikan jenis huruf berdasarkan gaya huruf atau sejarah dari bentuk huruf itu. Landa (2014) membagi klasifikasi huruf menjadi 8 jenis, yaitu Old Style/Humanist, Transitional, Modern, Slab Serif, Sans Serif, Blackletter, Script, dan Display.

1. Old Style (Humanist)

Old Style termasuk dalam *typeface* roman yang dikenal sekitar dari abad ke-15. Bentuk huruf dengan Old Style dikenal memiliki serif yang bersudut dan berkurung, serta biasanya berdasarkan bentuk yang dihasilkan pena bermata

lebar. Beberapa contohnya antara lain Times New Roman, Garamond, dan Caslon.

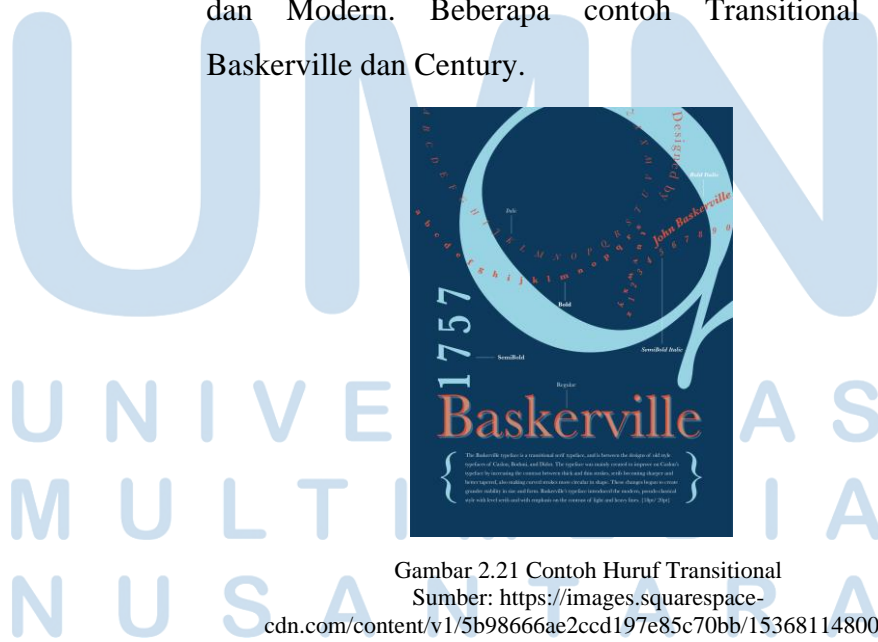


Gambar 2.20 Contoh Huruf Old Style

Sumber: https://mir-s3-cdn-cf.behance.net/project_modules/hd/26e5ca107267149.5fa35aa056b8d.jpg

2. Transitional

Huruf Transitional merupakan *typeface* serif yang datang dari abad ke-18. Sesuai namanya, bentuk huruf ini merepresentasikan transisi dari gaya lama ke modern. Maka dari itu, bentuk yang dihasilkan juga gabungan dari Old Style dan Modern. Beberapa contoh Transitional adalah Baskerville dan Century.



Gambar 2.21 Contoh Huruf Transitional

Sumber: <https://images.squarespace-cdn.com/content/v1/5b98666ae2ccd197e85c70bb/1536811480017-IIQU3FJQFYFSLIZ44AY/BaskervillePoster.jpg?format=1500w>

3. Modern

Bentuk huruf Modern berupa *typeface* serif yang dikembangkan sekitar akhir abad ke-18 ke awal abad 19. Bentuk huruf Modern lebih geometris dalam pembuatannya dibandingkan bentuk *typeface* Old Style.



Gambar 2.22 Contoh Huruf Modern

Sumber: <https://mir-s3-cdn->

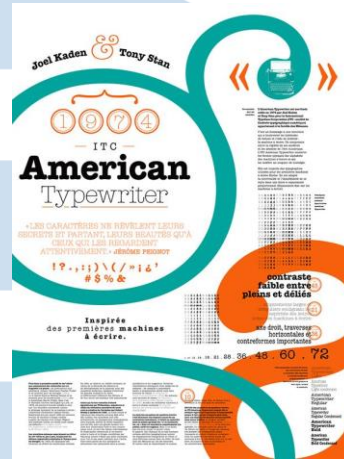
cf.behance.net/project_modules/max_1200/89885e76254599.5c642dba559c6.png

Kontras tebal tipis garis dan penekanan vertikal menjadi karakter utama bentuk huruf ini. Modern menjadi jenis huruf paling simetris dari seluruh jenis *typeface* roman. Beberapa contohnya antara lain Didot, bodoni, dan Walbaum.

4. Slab Serif

Sesuai namanya, Slab Serif merupakan *typeface* serif yang memiliki karakter utama berupa serif yang berat dan tebal. Jenis huruf ini dikenal pertama kali pada sekitar abad ke-19 dan memiliki beberapa subkategori, seperti Egyptian

dan Clarendon. Beberapa contohnya antara lain Bookman, American Typewriter, dan ITC Lubalin Graph.



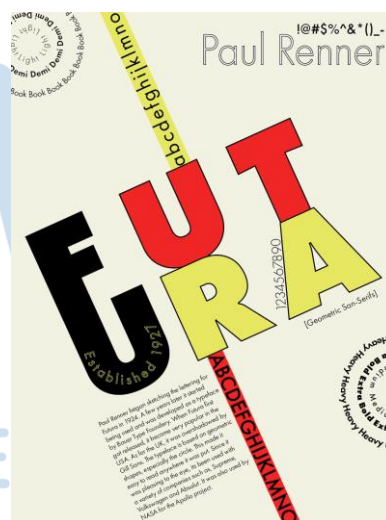
Gambar 2.23 Contoh Huruf Slab Serif

Sumber:

<https://i.pinimg.com/originals/69/1a/9a/691a9a386f332b6b47717d7ac3393958.jpg>

5. Sans Serif

Huruf Sans Serif merupakan bentuk huruf yang tidak memiliki serif. Jenis huruf ini pertama kali dikenal sekitar awal abad ke-19. Beberapa contoh Sans Serif adalah Futura, Helvetica, dan Univers.



Gambar 2.24 Contoh Huruf Sans Serif

Sumber: https://cdn.myportfolio.com/e9b1fa68-91d7-487f-9ab2-f77a8df2cb69/28618150-2c92-41a5-8aae-def6ed92885e_rw_1920.jpg?h=6ca5958965813aacdfedad6711cfba35

Ada beberapa *letterforms* yang tidak memiliki serif dengan tebal *stroke* yang beragam, seperti Grotesque, Universal, dan Futura. Beberapa subkategori Sans Serif berupa Grotesque, Humanist, Geometric, dll.

6. Blackletter

Bentuk huruf Blackletter terinspirasi dari gaya manuskrip abad pertengahan (sekitar abad ke-13 hingga abad ke-15). Nama lain dari Blackletter adalah Gothic dan karakter utama dari huruf ini adalah tebal batang huruf yang berat dan tebal, disertai dengan beberapa huruf yang padat dengan sedikit lengkungan.



Gambar 2.25 Contoh Huruf Blackletter

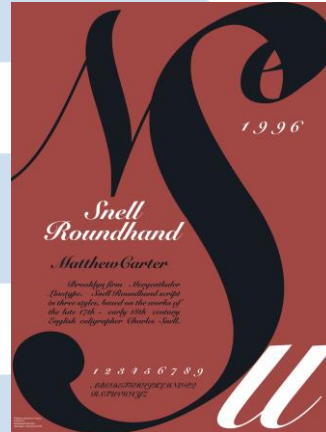
Sumber: <https://www.linotype.com/cdn-cgi/image/format=auto/https://image.linotype.com/fontbadges/300/661067.gif>

Alkitab Gutenberg dicetak dengan *typeface* Textura, salah satu jenis Blackletter. Contoh lain dari Blackletter adalah Rotunda, Schwabacher, dan Fraktur.

7. Script

Jenis huruf ini merupakan jenis yang paling mirip dengan tulisan tangan. Huruf dalam Script cenderung miring dan

biasanya berdekatan atau bahkan menempel antara satu huruf dengan lainnya.



Gambar 2.26 Contoh Huruf Script
Sumber:

<https://cdnb.artstation.com/p/assets/images/images/044/424/927/large/designnz-u-2.jpg?1639973724>

Huruf Script menghasilkan bentuk huruf seperti ditulis dengan *chisel-edged* pen atau pena bermata lebar dan berujung miring (seperti ujung stabilo), pena yang fleksibel, pensil, atau kuas. Beberapa contoh Script adalah Brush Script, Shelley Allegro Script, dan Snell Roundhand Script.

8. Display

Huruf Display didesain untuk digunakan dalam ukuran besar. Tujuan utama dari huruf ini adalah menjadi huruf yang digunakan pada *headline* dan judul. Maka dari itu, bentuk



Gambar 2.27 Contoh Huruf Display

Sumber: https://cdn.myportfolio.com/18d13c84-75e2-4995-9a23-519080cdbacd/2d22059e-502b-46e1-9585-ad079aed33f6_rw_3840.png?h=2e5e68aee9e51ff2406684e6d4fb0886

huruf Display cenderung lebih sulit dibaca sebagai tulisan dalam paragraf.

Biasanya huruf Display lebih dekoratif, *handmade*, dan dapat masuk dalam berbagai klasifikasi lain. Contoh dari Display adalah Playfair Displa, Abril Fatface, dan Lobster.

2.1.3.2 Prinsip Huruf

Allan Haley, seorang Typographer pernah mengatakan, “*Respect the text, respect the reader, respect the type.*” Dengan jenis huruf yang beragam, ada prinsip-prinsip huruf juga yang harus diterapkan dengan baik selama menggunakan huruf. Ada empat prinsip dasar huruf, yaitu *legibility*, *readability*, *visibility*, dan *clarity*.

1. Legibility

Prinsip *legibility* mengharuskan huruf yang digunakan dapat terbaca dengan jelas. Terbaca dengan jelas yang dimaksud berarti dapat terlihat sebagai sebuah huruf dan dapat diidentifikasi huruf yang dibentuk.

2. Readability

Kedua, prinsip *readability* menjelaskan bahwa kualitas pada huruf untuk membuatnya mudah untuk dibaca. Hal ini diaplikasikan ketika huruf digabungkan dan membentuk sebuah kata, kalimat, atau paragraf. Huruf harus mudah dibaca oleh masyarakat.

3. Visibility

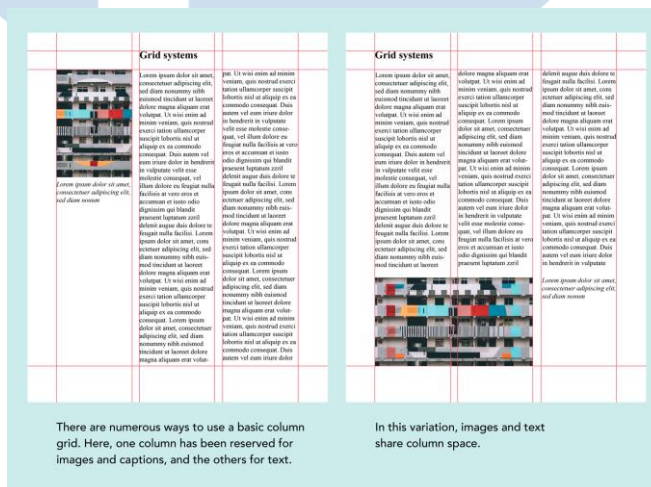
Visibility berarti huruf yang ada dalam sebuah karya desain harus mampu dilihat dari jarak tertentu. Tidak hanya orang yang berdiri tepat di depan sebuah karya yang bisa melihat desainnya, tetapi orang yang berjarak dari karya juga bisa melihat huruf yang ditulis.

4. Clarity

Terakhir, prinsip *clarity* berarti kemampuan huruf untuk dapat dibaca dan dimengerti oleh target yang dituju. Prinsip ini membutuhkan pertimbangan dari hierarki visual, warna, pemilihan huruf, dan masih banyak lagi aspek yang mungkin berpengaruh.

2.1.4 Grid

Grid adalah garis-garis yang membagi satu media ke dalam berbagai area dengan tujuan untuk memberi kesatuan dan merapihkan seluruh elemen desain. *Grid* memiliki salah satu peran yang besar karena bisa membantu desainer untuk mengatur elemen desain, sekaligus menciptakan *white space* sebagai tempat mata beristirahat. Penggunaan *grid* sudah dimulai sejak penulisan dengan struktur kolom pada masa Mesopotamia dan tulisan hieroglif di Mesir.



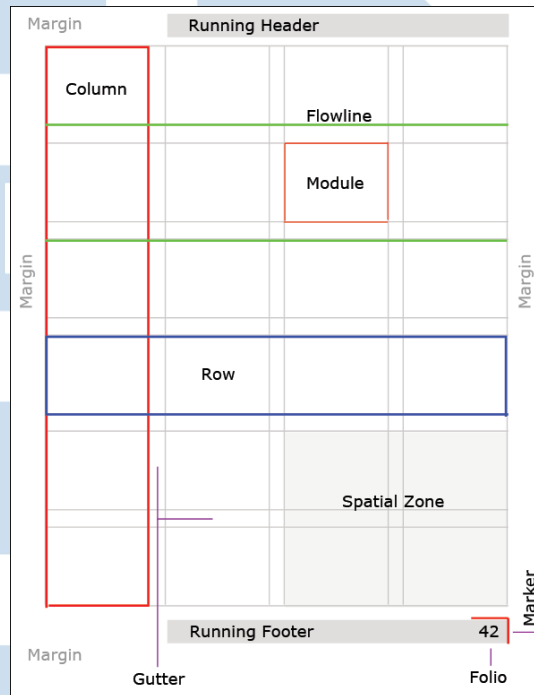
Gambar 2.28 Aplikasi *Grid* pada Majalah

Sumber: <https://visme.co/blog/wp-content/uploads/2018/03/How-Grids-Can-Help-You-Create-Professional-Looking-Designs-Column-Grid-magazine-02.png>

Sistem *grid* memberikan kejelasan kepada pembaca untuk mengarahkan matanya ke informasi pertama hingga informasi terakhir yang ingin dibaca. Dengan menyamakan *grid* antar halaman, desainer memberi tahu pembaca arah baca yang benar. *Grid* biasanya terdiri dari berbagai jenis yang disesuaikan kembali dengan pembawaan informasi yang diinginkan.

2.1.4.1 Komponen *Grid*

Ada berbagai elemen yang membangun sebuah sistem *grid*, beberapa diantaranya adalah sebagai berikut:



Gambar 2.29 Komponen dalam Sebuah *Grid*

Sumber: <https://vanseodesign.com/blog/wp-content/uploads/2012/09/grid-anatomy.png>

1. *Margin*

Margin adalah ruang kosong yang memisahkan konten dari tepi halaman (format). Elemen ini bertujuan untuk memberikan *negative space* atau ruang napas dan membuat tampilan desain lebih rapih dan teratur.

2. *Flowlines*

Flowlines adalah sebuah garis yang memisahkan konten secara horizontal. Garis ini memandu mata pembaca melintasi halaman untuk membaca informasi yang ada secara mendatar.

3. *Columns*

Columns (kolom) adalah sebuah bentuk yang membagi ruang secara vertikal pada halaman. Bentuk vertikal ini menjadi wadah bagi konten, seperti gambar dan tulisan untuk disusun dan ditempatkan secara rapih.

4. *Modules*

Modules adalah ruang yang tercipta dari interval antara kolom dan baris. Bentuk ini merupakan bentuk dasar dari sebuah *grid* yang berbentuk blok untuk diisi konten, seperti tulisan, gambar, dan elemen grafik.

5. *Spatial Zones*

Spatial zones adalah area yang terbentuk dari kumpulan *modules* yang berdekatan. Elemen ini digunakan untuk menentukan ukuran objek visual agar sesuai dengan hierarki visual.

6. *Folio*

Folio adalah gabungan dari beberapa elemen yang memberikan identitas media, diantaranya nomor halaman (wajib), logo publikasi, tanggal dan bulan, judul bagian, dll. Konten yang dimuat dalam *folio* sangat beragam, tergantung pembuatnya masing-masing.

7. *Markers*

Markers adalah elemen yang membantu pembaca menavigasi informasi dalam media. Elemen ini menandakan penempatan materi yang muncul di lokasi yang sama setiap halamannya, seperti *folio*, *header* dan *footer*, dan *icons*.

8. *Gutter*

Gutter adalah ruang yang memisahkan baris dan kolom atau dua halaman yang berhadapan. Dengan *gutter*, desain yang dihasilkan akan terlihat lebih profesional dan rapih.

2.1.4.2 Jenis Grid

Sistem *grid* digunakan dalam berbagai desain untuk membantu desainer menempatkan konten. Ada beberapa jenis *grid* yang sering digunakan desainer:

1. Manuscript Grid

Sistem *grid* ini juga biasanya disebut sebagai *single column grid*. Salah satu contoh terdahulunya adalah Alkitab Guttenberg yang seluruh tulisannya diletakkan dalam satu kolom dan dikelilingi oleh *margin*. Biasanya *grid* ini digunakan untuk *single document* atau *full-text*.



Gambar 2.30 Contoh Manuscript Grid

Sumber:

<https://admin.itsnicethat.com/images/AcROmMZEREgGoeobRgTfjZ11QBk0=/30425/format-webp%7Cwidth-1440/506f0d2d5c3e3c52e600bbb7.jpg>

2. Modular Grid

Modular grid adalah sistem *grid* yang menampilkan banyak elemen agar mudah untuk dimengerti dan diakses oleh masyarakat. Dalam *grid* ini, konten-konten dimuat dalam berbagai area kecil yang tersusun secara horizontal dan vertikal. *Grid* ini dikenal dengan pengaplikasiannya

yang sederhana dan mudah digunakan, serta nyaman dibaca oleh masyarakat.



Gambar 2.31 Contoh *Modular Grid*

Sumber: <https://quizizz.com/media/resource/gs/quizizz-media/quizzes/45815bc0-c3c3-426a-8b69-b50893088c03?w=400&h=400>

3. *Column Grid*

Column grid adalah sistem *grid* yang membagi konten ke dalam beberapa kolom. Sistem ini dikenal dengan fleksibilitasnya terhadap format yang ada, baik secara media cetak atau media digital. *Column grid* dapat digunakan untuk konten yang kompleks dan eksplorasinya juga tidak terbatas dalam menciptakan hierarki visual yang baik.



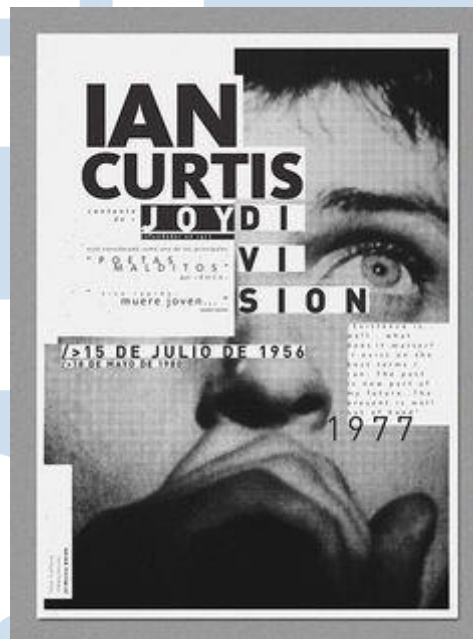
Gambar 2.32 Contoh *Column Grid*

Sumber:

<https://i.pinimg.com/564x/83/ec/f6/83ecf6f4a6c92540a5c7182a3ffc871b.jpg>

4. Hierarchial Grid

Hierarchial grid adalah sistem *grid* yang mengatur konten sesuai dengan urutan pentingnya informasi, biasanya ditentukan berdasarkan ukuran. Kecenderungan utama sebuah *hierarchial grid* dimulai dari atas ke bawah dan secara horizontal (kiri ke kanan) untuk menyesuaikan urutan baca masyarakat umum. Biasanya *grid* ini ditemukan di *website*.



Gambar 2.33 Contoh *Hierarchial Grid*

Sumber:

<https://i.pinimg.com/236x/61/9e/d1/619ed1f8443e3755a9465d023c26a7c9--graphic-design-tattoos-the-text.jpg>

5. Baseline Grid

Baseline grid adalah teknik yang menentukan *grid* yang tercipta dari antara *baseline* sebuah huruf dan *leading* huruf tersebut. Konsep ini bisa diaplikasikan dalam jenis *grid* yang

lain dan biasanya lebih memberikan ritme pada komposisi teks.



Gambar 2.34 Contoh Baseline Grid

Sumber: <https://visme.co/blog/wp-content/uploads/2018/03/How-Grids-Can-Help-You-Create-Professional-Looking-Designs-Baseline-Grid-2.png>

2.1.5 Ilustrasi

Landa (2014) mendefinisikan ilustrasi sebagai gambar yang dibuat untuk menyertai atau melengkapi sebuah tulisan, baik itu berbentuk tulisan cetak, digital, maupun lisan. Ilustrasi akan menjelaskan, menyempurnakan, atau mendemonstrasikan pesan yang disampaikan oleh tulisan. Dalam buku *The Fundamentals of Illustration* yang ditulis oleh Lawrence Zeegen (2005), beliau menyatakan bahwa esensi dari ilustrasi itu sendiri adalah proses berpikir. Ide dan konsep dari hasil proses berpikir itu adalah tulang punggung yang menyokong pesan yang dibawa oleh sebuah ilustrasi. Tugas seorang ilustrator adalah membawa nyawa ke dalam bentuk visual yang merepresentasikan sebuah pesan kepada masyarakat itu sendiri.

2.1.5.1 Jenis Ilustrasi

Zeegen (2005) membagi jenis ilustrasi ke dalam beberapa kategori, yaitu *editorial illustration*, *book publishing*, *fashion illustration*, *advertising illustration*, *music industry illustration*, *graphic design studio collaboration*, dan *self-initiated illustration*. Persaingan antara para ilustrator untuk membuat ilustrasi yang dapat

menangkap pesan yang dibawakan semakin ketat. Maka dari itu, penting untuk mengetahui jenis ilustrasi sesuai penggunaannya.

1. *Editorial Illustration*

Ilustrasi dalam dunia editorial sangat dibutuhkan untuk editor majalah atau koran harian. Dengan menggunakan fotografi untuk memaparkan gambar sebagai sebuah fakta, ilustrasi digunakan untuk memberikan gambaran terhadap sebuah fitur atau menggambarkan perspektif seseorang atau sebuah ide. Dalam editorial, ilustrasi bekerja dengan baik karena dapat memberikan rasa yang berbeda dan kontras dari fotografi.



Gambar 2.35 Contoh *Editorial Illustration*

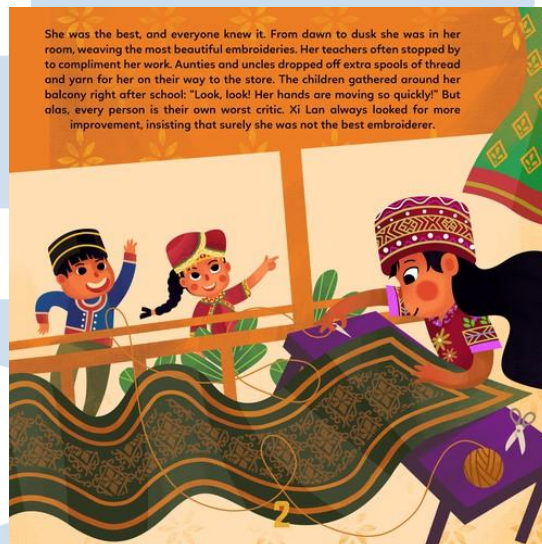
Sumber: https://mir-s3-cdn-cf.behance.net/project_modules/1400/8dc51d71490059.5bc7236084411.jpg

Tingginya peningkatan jumlah koran dan majalah membuat kebutuhan ilustrasi yang semakin tinggi dan selalu dicari setiap bulannya. Dalam editorial sendiri, *budget* ilustrator dapat ditekan, sehingga penting bagi para ilustrator untuk terus mendapatkan komisi pekerjaan dan memastikan pembayaran dilakukan secara rutin. Walaupun bayaran yang tidak terlalu tinggi, mayoritas ilustrator relatif senang dalam mengerjakan pekerjaan mereka karena mereka bisa

memamerkan kemampuan dan menguji teknik-teknik baru yang disesuaikan dengan brief dari *art director*.

2. *Book Publishing*

Zeegen (2005) menyatakan bahwa bisa dibilang medium pertama bagi para ilustrator adalah buku. Salah satu jenis buku yang banyak menggunakan ilustrasi adalah buku ilustrasi anak. Sekarang, banyak ilustrator buku yang tidak hanya dikomisi untuk membuat ilustrasinya, tetapi juga membuat ceritanya.



Gambar 2.36 Contoh *Children Illustration Book*

Sumber: https://images-platform.99static.com/uv7RB0Tg1N2o8_TgVkrfnBBFKm4=/0x0:3000x3000/fit-in/500x500/projects-files/107/10762/1076234/8611fb70-d9f0-45d6-a497-5a64f3619e36.jpg

Tak jarang, ilustrator juga dikomisi untuk mendesain jaket buku atau sampul buku ilustrasi. Bagi penulis/ilustrator yang membuat konten dan ilustrasi dari buku ilustrasi anak, ada waktu tunggu yang cukup lama dari proses *draft spread* halaman untuk menarik perhatian orang-orang terhadap konten jenis buku yang dirancang. Masukan yang diberikan menjadi langkah awal dari banyaknya langkah yang dilakukan dalam pembuatan buku.

3. Fashion Illustration

Selain ilustrasi buku dan editorial, ilustrasi juga sering dikorelasikan ke dunia *fashion*. Walaupun sekarang dunia *fashion* banyak menggunakan fotografi, ilustrasi masih digunakan untuk menjadi langkah awal untuk memvisualisasikan ide ke dalam secarik kertas dan menjadi struktur awal pakaian yang ingin dibuat.



Gambar 2.37 Contoh *Fashion Illustration*

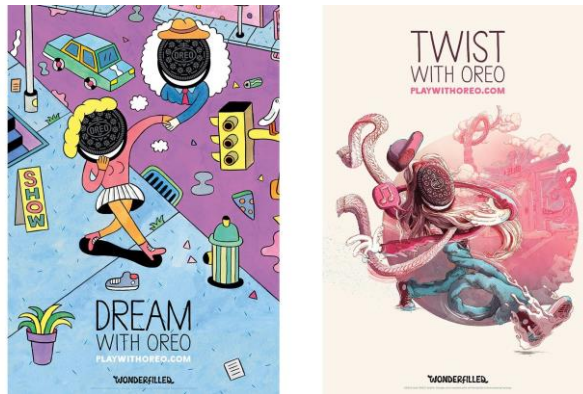
Sumber: <https://mir-s3-cdn->

[cf.behance.net/projects/404/34e435149581963.Y3JvcCwyMTQ1LDE2NzgsN-
TAOLDA.jpg](https://mir-s3-cdn-cf.behance.net/projects/404/34e435149581963.Y3JvcCwyMTQ1LDE2NzgsN-)

Untuk ilustrator yang tidak dilatih menjadi *fashion designer* dan ingin bekerja di industri ini, penting untuk mengerti siapa yang harus di-*approach* untuk mendapatkan kesempatan. Hal ini dikarenakan banyak kesempatan yang jarang ditawarkan secara langsung.

4. Advertising Illustration

Dunia periklanan adalah salah satu sektor yang sulit untuk dikerjakan dan tidak untuk orang-orang yang mudah menyerah. Lingkungan periklanan dapat menjadi dunia yang keras bagi ilustrator karena tenggat waktu yang kurang realistis, jadwal yang terus diburu-buru, kekurangan keputusan kreatif, dan terkadang janji dari biaya ilustrasi.



Gambar 2.38 Contoh *Advertising Illustration*

Sumber: https://cdn-cnfnpn.nitrocdn.com/afeBSwwZQwLisqnFfqxurJoKJulPdqwF/assets/images/optimized/rev-4294470/wow-how.com/wp-content/uploads/2019/06/content_illustrations_importand_for_ads__1_1.jpg

Walaupun bekerja dengan tekanan yang tinggi, kesempatan bagi ilustrator untuk memamerkan hasil visual yang tidak biasa dan unik sangat tinggi. Selain itu, media yang dibuat untuk ilustrasi periklanan juga sangat beragam, mulai dari *billboard*, badan bis atau taksi, iklan di TV, dll.

5. *Music Industry Illustration*

Biasanya, ilustrasi dikorelasikan dengan bentuk yang memvisualisasikan informasi dari bentuk tulisan. Namun, dalam dunia musik, kemampuan ilustrator diuji untuk memvisualkan musik menjadi bentuk visual. Grafis musik memiliki peran yang besar untuk membentuk cara masyarakat memvisualkan yang didengar.



Gambar 2.39 Contoh *Music Industry Illustration*

Sumber: https://mir-s3-cdn-cf.behance.net/project_modules/hd/dd875d62752435.5a9a64b79ff6c.jpg

Ilustrator dapat membantuk identitas dan kepribadian dari produk musik menjadi bentuk visual. Sebuah perusahaan label musik tidak lagi bisa memproduksi sampul album dengan sebuah foto saja karena semakin unik dan rumit sampul tersebut, *image* dari artis yang dibuat juga semakin baik.

6. *Graphic Design Studio Collaboration*

Jumlah studio desain grafis yang berdiri secara independen sudah melewati angka jumlah agensi spesialis periklanan atau kantor *publishing*. Tempat ini sekarang menjadi lahan yang dipenuhi untuk para ilustrator. Komisi dapat datang dari berbagai jenis proyek, mulai dari membuat ilustrasi untuk laporan tahunan, membuat desain logo, ilustrasi sampul, dan masih banyak lagi.



Gambar 2.40 Contoh *Graphic Design Studio Collaboration*
Sumber: <https://blog.tubikstudio.com/wp-content/uploads/2018/12/graphic-design-illustration-in-UI-design.jpg>

Penting bagi seorang ilustrator untuk mengikuti pres desain grafis internasional dan untuk mengetahui informasi itu, ilustrator harus mengikuti proyek-proyek yang sudah dibuat oleh studio independen yang dituju. Hubungan kerja antara ilustrator dan kantor desain juga penting untuk menghasilkan kolaborasi yang baik.

7. *Self-Initiated Illustration*

Ilustrator tertarik terhadap prospek kerja di luar pekerjaan komisi yang rutin. Untuk beberapa orang, komisi yang didapat terasa seperti pekerjaan rutinitas dan menjadi repetitif. Hal ini dapat membuat hasil yang dibuat terasa biasa saja. Maka dari itu, penting bagi ilustrator untuk menjaga ide-ide tetap berkembang dan menemukan hal-hal baru yang menarik.



Dr. Goldin / Dr. Doglin (Hotel) , 2004-2006

Gambar 2.41 Contoh *Self-Initiated Illustration*
Sumber: <https://submarinechannel.com/wp-content/uploads/2012/02/Doglin.png>

Untuk menjaga ilustrator tetap berkreasi secara bebas sesuai dengan keinginannya, penting untuk terus bekerja secara personal dalam buku sketsa pribadi. Ilustrator penting untuk terus membuat karya visual baru dan menghabiskan waktu untuk riset dan eksplorasi cara baru untuk memvisualkan ekspresi yang baru.

2.1.5.2 Fungsi Ilustrasi

Selain memvisualkan dan jelaskan tulisan menggunakan gambar, ilustrasi memiliki beberapa fungsi lain juga. Salah satunya adalah untuk menghubungkan *brand* atau ide ke dalam bentuk ekspresi masyarakat secara kreatif. Selain itu, ilustrasi juga mengajak masyarakat untuk merasakan hal yang ingin dibawa oleh

ilustratornya. Terakhir, ilustrasi tentanya membantu penjelasan sebuah tulisan agar lebih mudah dipahami oleh pembaca.

2.2 Media Informasi

Sasmita (2015) mengatakan bahwa media informasi merupakan sebuah alat yang dipakai oleh penerima informasi untuk mengumpulkan dan menata kembali informasi agar menjadi bahan yang bermanfaat. Sedangkan, Gerlach dan Ely (Arsyad, 2016: 3) mendefinisikan media sebagai kondisi yang memungkinkan orang untuk memperoleh pengetahuan, keterampilan, atau sikap. Tidak hanya memberikan informasi, media juga dapat memberikan warna dalam kehidupan manusia dengan menghibur. Media dapat memberikan informasi dan sekaligus menghibur manusia. Katz (2009) menyampaikan bahwa keefektifan dan kecepatan penyebaran informasi sangat penting untuk disampaikan melalui media.

2.2.1 Jenis Media Informasi

Ada beberapa jenis media informasi yang digunakan untuk menyebarkan informasi, yaitu media cetak, media digital, media interaktif, dan media *out-of-home*.

2.2.1.1 Media Cetak

Media cetak adalah media informasi yang menggunakan material yang dicetak. Salah satu kelebihan dari media ini adalah dapat dibaca dengan berulang-ulang dan disimpan dalam waktu yang cukup lama.



Gambar 2.42 Contoh Media Cetak

Sumber: <https://covers.magazinecloner.com/covers/226211.jpg>

Kekurangan dari media ini adalah membutuhkan waktu untuk diproduksi dan disebarakan ke masyarakat. Beberapa contoh media cetak adalah buku, majalah, dan koran

2.2.1.2 Media Digital

Media digital adalah media informasi yang menggunakan media elektronik. Kelebihan dari media digital adalah dapat menyampaikan informasi secara cepat dan dapat langsung diakses oleh banyak orang.



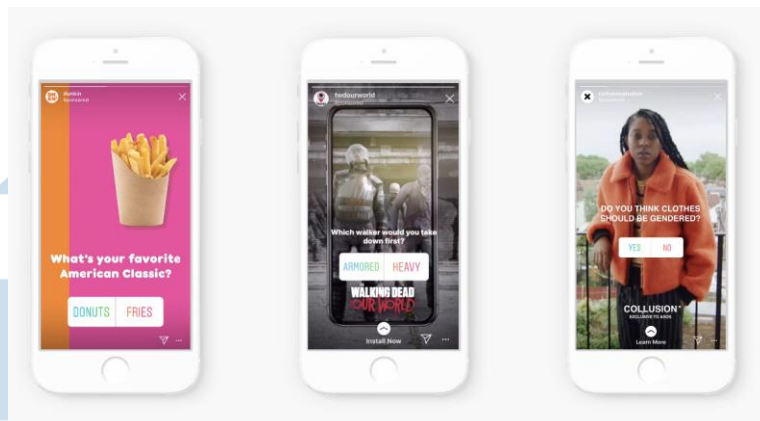
Gambar 2.43 Contoh Media Digital

Sumber: <https://9to5mac.com/wp-content/uploads/sites/6/2021/11/Instagram-Reels.jpg?quality=82&strip=all>

Namun, dampak buruk dari media digital adalah banyaknya informasi palsu atau hoaks yang terbesar. Hal ini dapat membuat misinformasi dan disinformasi bagi masyarakat. Beberapa contoh media digital adalah TV, radio, internet, dan media sosial.

2.2.1.3 Media Interaktif

Media interaktif adalah media yang memungkinkan interaksi antara pengguna dengan konten yang ada. Interaksi yang dimaksud bisa berupa tindakan, seperti mengklik, menggeser, atau memasukkan data. Keuntungan dari media interaktif adalah dapat meningkatkan pemahaman dan motivasi dari masyarakat untuk mempelajari sebuah informasi baru.



Gambar 2.44 Contoh Media Interaktif

Sumber:

https://lh3.googleusercontent.com/JZpRVmdal0DSkbifOm7bm_4cUB98zLUiFzcksys1_zmbIvDXL2s3TT_SZcvBmic_Ve0wi0tulwvmZIUkL5nO-mSF-RYhHmqOQ9JuTm9K9IG7JC5HoKv2I5EcEvdTchJ6YxohL45u

Beberapa contoh media interaktif adalah *game*, situs web interaktif, pembelajaran berbasis komputer, dan media sosial.

2.2.1.4 Media *Out-of-Home*

Terakhir, ada media *out-of-home* (OOH), yaitu media yang ditemukan masyarakat di luar rumah. Media ini dapat meraih masyarakat secara nyata dalam kehidupan sehari-hari. Untuk media yang berfokus penyebarannya di suatu lokasi tertentu, media ini cocok dan informasi yang ada bisa langsung disebarkan berfokus di lokasi tersebut.



Gambar 2.45 Contoh Media OOH

Sumber: <https://ca.binus.ac.id/files/2022/12/pexels-photo-e1591966081370.jpg>

Beberapa contoh media OOH adalah *billboard*, *flyer*, poster di bis atau taksi, layar LED di gedung atau motor, dan lain-lain.

2.2.2 Fungsi Media Informasi

Media informasi adalah media yang digunakan untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat, misalnya TV dan radio yang digunakan untuk menyampaikan berita terkini tentang kondisi politik dan ekonomi negara. Selain menyampaikan informasi, media informasi juga dapat mendidik masyarakat tentang suatu informasi baru, misalnya dengan buku dan situs web edukasi yang menjelaskan topik-topik tentang sains atau teknologi.

Berikutnya, media informasi juga dapat menghibur masyarakat dengan film dan musik. Keempat, media informasi berperan dalam membentuk opini publik, seperti media sosial yang dapat digunakan untuk menyebarkan informasi terkait suatu topik dan dapat mempengaruhi opini masyarakat untuk berpikir ke suatu arah. Terakhir, media informasi dapat mendorong perubahan sosial ketika digunakan untuk memberikan informasi dan gagasan untuk mengajak masyarakat melakukan perubahan.

2.3 Buku Elektronik (*E-book*)

Buku elektronik atau yang kerap disebut sebagai *e-book* adalah sebuah buku yang dapat diakses dengan perangkat digital, seperti tablet, gawai, dan laptop. Teknologi ini hadir seiring perkembangan zaman digital yang begitu pesat dan berfungsi untuk memudahkan masyarakat yang ingin membaca buku.

2.3.1 Kelebihan dan Kekurangan *E-Book*

Ruddamayanti (2019) memaparkan bahwa *e-book* menjadi pilihan masyarakat karena praktis untuk dibawa kemana-mana, terutama bagi orang-orang yang memiliki mobilitas tinggi. Selain itu, *e-book* juga ringan dan mudah untuk membaca buku apapun tanpa harus memusingkan berat buku. *E-book* juga ramah lingkungan karena tidak menggunakan kertas, lebih tahan lama. Secara aksesibilitas penggunaan, beberapa jenis *e-book* juga dapat disesuaikan dengan preferensi kita, seperti ukuran *font*, fitur *annotate*, kamus, dan mendukung proses pengunduhan buku yang lebih mudah.

Walapun memiliki banyak kelebihan, *e-book* juga memiliki kekurangan, yaitu kenyamanan untuk dibaca dalam jangka waktu yang panjang. Selain itu, jika *e-book* dibaca pada tablet, laptop, atau gawai, pembaca dapat lebih mudah terdistraksi bila terdapat notifikasi. *E-book* yang dibaca dengan gawai biasa memberikan silau pada layar sehingga kurang nyaman untuk dibaca di tempat umum.

2.3.2 Jenis *E-Book*

E-book dibagi dalam 2 klasifikasi besar, yaitu *e-book* yang dapat dibaca dengan perangkat khusus, seperti alat dan program tertentu, dan *e-book* yang dapat dibaca dengan perangkat digital apapun, seperti tablet, gawai, laptop, dan komputer (Prabowo, 2013). Cerézo (2021) memaparkan dalam situs BookRiot.com beberapa jenis format *e-book* yang umum dipakai:

1) EPUB

Format EPUB adalah format *e-book* yang paling banyak digunakan di dunia *digital publishing*. Format ini dapat dibuka dalam gawai apapun, selama memiliki aplikasi *e-book reader* di dalamnya. EPUB ditulis dalam kode HTML dan CSS, sehingga memungkinkan bagi pembaca untuk mengubah jenis dan ukuran *font* sesuai keinginan pembaca.

2) MOBI

Format kedua adalah MOBI yang menjadi format *e-book* utama dalam aplikasi Amazon. Format *file* ini sangat portabel dan masih dapat digunakan walaupun tergolong tua bila dibandingkan dengan format lainnya.

3) PDF

Terakhir, format PDF yang biasa digunakan juga dapat digunakan untuk format *e-book*. Perbedaan utama antara PDF dengan format lainnya adalah konten PDF yang tidak dapat diubah, baik untuk jenis dan ukuran *font*, maupun ukuran bukunya. Dengan demikian,

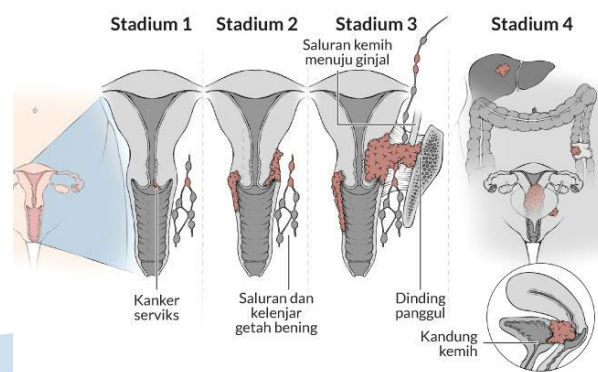
buku yang ada tidak akan berubah resolusinya, sehingga tidak akan kompatibel di semua gawai.

Walaupun memiliki format *e-book* yang berbeda-beda, setiap format yang ada tetap memberikan nilai guna yang sama. Perbedaan utamanya adalah fitur-fitur tertentu yang mungkin tidak ada di format lainnya.

2.4 Kanker Serviks

Penyakit kanker serviks adalah sel kanker yang tumbuh pada leher rahim wanita. Biasanya, sel kanker ini membutuhkan waktu yang cukup lama untuk berkembang dan akhirnya menimbulkan gejala, sekitar 10—15 tahun. Sel kanker ini tumbuh di bagian yang menghubungkan rahim dengan vagina wanita dan berfungsi untuk menyalurkan sperma dari vagina ke rahim saat berhubungan seksual. Bagian serviks memiliki peran yang penting karena dapat mengeluarkan lendir untuk melindungi rahim dari bakteri dan benda asing.

Berdasarkan data dari Globocan (2020), kanker serviks merupakan kanker yang paling sering dialami wanita Indonesia kedua setelah kanker payudara. Jumlah kasus kanker serviks di Indonesia pada tahun 2020 adalah 36.633 kasus dengan total angka kematian sejumlah 21.003 kasus.



Gambar 2.46 Ilustrasi Perbandingan Stadium Kanker Serviks

Sumber:

https://res.cloudinary.com/dk0z4ums3/image/upload/v1617901582/attached_image/kanker-serviks-0-alodokter.jpg

Kanker serviks sendiri dibagi ke dalam 4 angka harapan hidup, stadium 1-4. Semakin besar angka stadiumnya, kemungkinan untuk hidupnya semakin kecil. Berikut merupakan angka harapan hidup penderita kanker serviks:

Tabel 2.1 Tabel Angka Harapan Hidup Penderita Kanker Serviks

Stadium Kanker Serviks	Angka Harapan Hidup
Stadium 1	90% atau lebih
Stadium 2	60—80%
Stadium 3	50%
Stadium 4	≤30%

Penderita kanker serviks stadium 3 memiliki angka harapan hidup sebesar 50%. Hal ini berarti 50% atau 50 dari 100 penderita kanker serviks stadium 3 bertahan hidup hingga 5 tahun atau lebih setelah terdiagnosis kanker serviks.

2.4.1 Penyebab Kanker Serviks

Penyebab utama kanker serviks adalah HPV (*human papilloma virus*) yang ditularkan saat melakukan berhubungan seksual. Ada beberapa jenis HPV yang berbahaya dan dapat menyebabkan kanker serviks, antara lain HPV 16 dan HPV 18.

Ada beberapa hal yang dapat meningkatkan risiko seorang wanita untuk tertular infeksi HPV, seperti berhubungan badan pada usia dini, sering berganti pasangan seksual, memiliki HIV/AIDS, merokok, mengonsumsi pil KB selama 5 tahun atau lebih, dan menderita penyakit menular seksual.

Ketika serviks seorang wanita tertular HPV, wanita tersebut tidak langsung terkena penyakit kanker serviks. Namun, virus tersebut dapat berkembang menjadi sel prakanker yang terus bertumbuh dan berkembang menjadi kanker dalam 5—30 tahun.

2.4.2 Gejala Kanker Serviks

Setelah sel prakanker itu berkembang seiring berjalannya waktu, akan tumbuh tumor yang akan mengganggu sel-sel sehat di sekitarnya. Sayangnya, pada saat ditemukan tumor, hal ini menandakan kanker serviks sudah berada dalam stadium lanjut dan akan lebih sulit untuk diobati jika dibandingkan dengan kondisi tanpa gejala. Beberapa gejala yang mungkin dialami penderita kanker serviks antara lain:

- Pendarahan melalui vagina (di luar masa menstruasi, setelah berhubungan intim, atau setelah menopause),
- Nyeri di bagian panggul,
- Vagina mengeluarkan cairan berbau (keputihan) tidak sedap dan terkadang bercampur dengan darah,
- Merasa sakit ketika melakukan hubungan seksual (dispareunia).

2.4.3 Diagnosis Kanker Serviks

Dokter dapat melakukan beberapa tes untuk menegakkan diagnosis kanker serviks. Salah satu tes utama yang dilakukan berupa tes pap smear untuk mendeteksi sel prakanker serviks secara dini. Selain itu, dokter juga bisa melakukan tes HPV untuk memeriksa ada atau tidaknya HPV, tetapi apabila terdapat perubahan atau malfungsi sel, maka dokter bisa melakukan prosedur berupa kolposkopi dan biopsi.

2.4.4 Cara Mengobati Kanker Serviks

Ketika terdeteksi positif kanker serviks, ada beberapa cara pengobatan yang dilakukan pasien. Seluruh langkah pengobatannya tergantung kondisi dan konsultasi dari dokter, tetapi berikut beberapa langkah yang dapat dilakukan untuk menangani kanker serviks:

- Konisasi, mengangkat jaringan abnormal pada serviks.
- Histerektomi, mengangkat rahim dan jaringan di sekitarnya.
- Radikal histerektomi, mengangkat rahim, jaringan sekitar, dan kelenjar getah bening yang terinfeksi.
- Pembedahan konservatif, pembedahan yang masih memungkinkan wanita untuk bereproduksi.
- Radioterapi, penghancuran sel kanker dengan sinar-x atau partikel lain.
- Kemoterapi, penghancuran sel kanker dengan obat-obatan.

- Terapi target, menghambat pertumbuhan sel kanker dengan mengenali dan menargetkan komponen khusus.
- Imunoterapi, merangsang sistem kekebalan tubuh untuk melawan sel kanker.

2.4.5 Cara Mencegah Kanker Serviks

Kanker serviks adalah penyakit yang berbahaya dan sudah menelan banyak korban jiwa. Berikut beberapa cara yang dapat dilakukan untuk mencegah kanker serviks:

2.4.5.1 Vaksin HPV

Vaksin HPV merupakan salah satu cara yang efektif untuk mencegah infeksi HPV. Dokter merekomendasikan vaksin ini kepada wanita berusia 9—26 tahun sebelum wanita aktif secara seksual. Vaksin yang ada sangat beragam, ada yang harus dilakukan 2x dan ada yang 3x.

2.4.5.2 Gaya Hidup yang Sehat

Menjaga gaya hidup tetap sehat adalah cara lain untuk terjaga dari kanker serviks. Beberapa cara diantaranya adalah:

- Melakukan seks dengan aman (menggunakan kondom dan hindari memiliki banyak pasangan seksual),
- Tidak merokok,
- Makan dan olahraga secara teratur.

2.4.5.3 Tes Pap Smear dan Tes HPV

Terakhir, wanita disarankan untuk melakukan tes rutin berupa tes pap smear atau tes HPV. Kedua tes ini dapat mendeteksi sel yang dapat berkembang menjadi kanker. Perbedaan antara tes pap smear dan tes HPV adalah fungsinya. Tes pap smear berfungsi untuk memeriksa sel prakanker serviks, sedangkan tes HPV digunakan untuk memeriksa apakah ada HPV di serviks wanita.

2.5 Tes Pap Smear

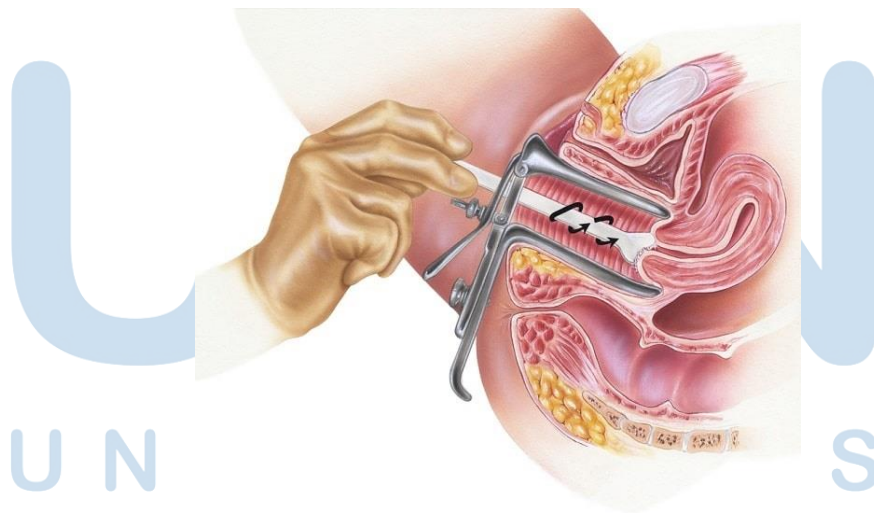
Tes pap smear adalah tes yang dilakukan untuk memeriksa ada atau tidaknya sel yang dapat berkembang menjadi kanker di bagian serviks (leher rahim). Prosedur medis ini disarankan untuk dilakukan oleh wanita yang sudah aktif secara seksual setiap 2—3 tahun sekali, tergantung hasil tes sebelumnya. Bagi wanita yang memiliki gaya hidup berisiko, seperti sering berganti pasangan seksual, disarankan untuk melakukan tes pap smear dengan lebih sering.

2.5.1 Tujuan Tes Pap Smear

Tujuan utama dari tes pap smear ini adalah mendeteksi sel-sel sebelum berkembang menjadi kanker serviks. Hal ini dilakukan agar sel prakanker tersebut dapat diobati sedini mungkin sebelum berkembang menjadi kanker serviks. Ketika sebuah sel prakanker sudah menjadi kanker, maka pengobatannya akan lebih sulit dengan angka kemungkinan hidup yang lebih rendah pula.

2.5.2 Prosedur Tes Pap Smear

Prosedur tes pap smear biasanya singkat dan hanya mengambil waktu sekitar 10—20 menit. Berikut beberapa langkah prosedur tes pap smear:



Gambar 2.47 Ilustrasi Prosedur Tes Pap Smear

Sumber:

https://res.cloudinary.com/dk0z4ums3/image/upload/v1668235448/attached_image/tindakan-medis/obstetrik-dan-ginekologi/pap-smear/teknik-4-alomedika.jpg

1. Pasien diminta untuk melepaskan pakaian bagian bawah dan berbaring di tempat yang disediakan dengan posisi wanita melahirkan secara normal (mengangkang).
2. Dokter kemudian akan memasukkan spekulum ke dalam vagina untuk membuka dinding vagina agar leher rahim dapat terlihat dengan jelas.
3. Kemudian, dokter akan mengambil sampel jaringan di serviks dengan sebuah alat dan meneliti sampel tersebut di mikroskop.

