

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Desain Komunikasi Visual

Desain Komunikasi Visual (DKV) merupakan proses kombinasi teknologi dan seni visual yang mengkomunikasikan pemikiran dan ide kreatif (Liang, 2021). Menurut Günay (2021), DKV adalah sebuah proses sosial. Pengertian ini diawali dari konsep bahwa komunikasi adalah pertukaran emosi, pikiran, perilaku dan informasi antar pihak. Bentuk desain komunikasi ini sesungguhnya sudah dapat dilihat mulai dari lukisan goa di jaman lampau. Kehidupan manusia sangat berorientasi secara visual karena ini adalah suatu yang universal dan tidak terbatas oleh Bahasa.

Pentingnya DKV dalam interaksi berarti tujuan utamanya adalah untuk memproduksi gambar atau visual yang membuat audiens mengerti dan ingat akan pesan yang disampaikan. Selain penampilan visual, perancangannya harus memberi solusi dari suatu permasalahan. Solusi desain grafis dapat persuasi, informasi, identifikasi, organisasi, dan menyampaikan banyak tingkatan makna.

Desain grafis merupakan bentuk komunikasi visual untuk penyampaian pesan atau informasi kepada publik. Perancangan, pemilihan dan penyusunan elemen visual sangat penting dalam desain grafis (Landa, 2014).

2.1.1 Warna

Warna adalah elemen desain yang dominan dalam suatu karya. Warna adalah sifat dari cahaya. Saat cahaya menghantam sebuah objek, sebagian cahaya tersebar dan cahaya yang tidak terserap akan dipantulkan atau direfleksikan. Warna adalah cahaya yang direfleksikan tersebut. Warna berguna untuk memainkan emosi dan perasaan audiens dan menyampaikan pesan visual dari sebuah karya. Susunan warna yang tepat dapat memunculkan ketertarikan visual audiens kepada suatu karya. Tidak hanya itu, warna juga penting untuk visual *branding* dengan menampilkan warna identitas sebuah usaha.



Gambar 2.1 Sistem Warna Tambahan
Sumber: Landa (2014)

Terdapat dua bagian warna dalam desain grafis, yaitu RGB dan CMYK. RGB (*Red, Green, Blue*) berasal dari sinar cahaya digital. RGB digunakan untuk warna dalam karya visual digital. CMYK (*Cyan, Magenta, Yellow, Key*) adalah warna dari tinta cetak tradisional. CMYK digunakan dalam *printing* media tradisional (Landa, 2014, hlm. 23-24).

2.1.1.1 Nomenklatur Warna

Warna dapat terbagi menjadi tiga kategori. Tiga kategori dalam elemen warna adalah:

1) *Hue*

Bergantung dengan temperatur, *Hue* dapat terlihat hangat (*warm*) atau dingin (*cold*). Warna hangat contohnya adalah merah, oranye, dan kuning. Warna dingin di sisi lain adalah seperti biru, hijau, dan ungu.

2) *Value*

Tingkat tingkat terang-gelapnya sebuah warna disebut dengan *Value*. Warna hitam dan putih tidak termasuk dalam *hue* dan ditambahkan untuk mengatur *hue*. Kedua warna tersebut disebut sebagai akromatik atau netral karena tidak ada dalam spektrum warna (Landa, 2014, hlm. 26). *Value* memiliki tiga aspek, *shade* (hitam

ditambahkan ke warna), *tone*, dan *tint* (putih ditambahkan ke warna).

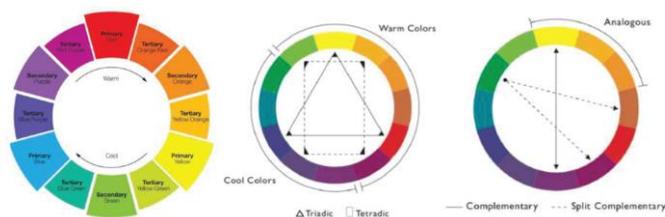
3) *Saturation*

Saturasi merupakan kecerahan atau kekusaman sebuah warna. *Saturation* serupa (sinonim) juga dengan sebutan kroma dan intensitas.

2.1.1.2 Skema Warna

Eiseman (2017) membagi warna ke kelompok skema warna untuk menciptakan perpaduan warna yang harmonis. Terdapat 7 kategori dalam skema warna, antara lain:

- 1) *Monotone*: memainkan *tints* dan *shades* sebuah warna netral.
- 2) *Monochromatic*: penggunaan satu kelompok *hue* dengan menyesuaikan *tints*, *tones*, dan *shades*.
- 3) *Analogus*: menggunakan tiga warna yang berdampingan secara urut sehingga terbentuk warna yang harmonis.
- 4) *Complementary*: penggunaan dua warna yang berseberangan di *color wheel*
- 5) *Split Complementary*: mengkombinasikan warna dengan dua warna bersebelahan di seberangnya
- 6) *Triads*: penggunaan tiga warna yang membuat segitiga sama sisi pada *color wheel*
- 7) *Tetrads*: menggunakan empat warna yang terdiri dari dua kelompok warna komplementer.



Gambar 2.2 *Color Wheel* dan Skema warna
Sumber: Eiseman (2017)

2.1.1.3 Psikologi Warna

Warna berperan untuk menggugah emosi dan memberi makna (Sherin, 2012). Pemilihan warna yang tepat dapat memotivasi, mengubah sikap, memberi makna dan respons tertentu dari audiens. St. Clair (2017) menjelaskan berbagai makna warna:



MERAH	JINGGA (ORANYE)	KUNING	HIJAU
BIRU	MERAH MUDA (PINK)	PUTIH	HITAM

Gambar 2.3 Psikologi Warna

1) Merah

Warna merah diasosiasikan dengan kematian oleh Tiongkok Kuno (St. Clair, 2017). Namun, orang Tionghoa juga menganggap warna merah sebagai lambang kebahagiaan dan juga hoki ketika dikaitkan dengan pesta atau perayaan. Makna negatif warna merah antara lain adalah bahaya, hawa nafsu, dan keagresifan.

2) Jingga (*Orange*)

Oranye dijelaskan oleh St. Clair (2017) sebagai warna rasa percaya diri. Oranye bersifat memberi urgensi sehingga sering digunakan untuk menarik perhatian saat terdapat potensi bahaya. Warna oranye sangat kontras dan gampang tertangkap oleh mata. Oleh karena itu, warna oranye digunakan untuk petunjuk jalan dan kotak hitam di pesawat.

3) Kuning

Warna kuning merupakan simbol modernitas dan gerakan kesenian (St. Clair, 2017). Warna kuning juga dapat menjadi simbol dari kontaminasi dan merupakan warna dari sebuah nilai dan kecantikan. Hal ini ditunjukkan melalui rambut

blonde (kuning) yang sering diasosiasikan dengan nilai premium di Barat. Meskipun di Tiongkok, warna kuning biasanya berhubungan dengan pornografi, namun warna tersebut justru dikaitkan dengan spiritualitas, kedamaian, dan pengetahuan di India.

4) Hijau

Warna hijau dapat menimbulkan gambaran yang nyaman dan ramah lingkungan. Selain memiliki makna berupa kecemburuan atau kedengkian, warna hijau juga sering dikaitkan dengan kemewahan dan gaya (St. Clair, 2017). Hijau juga diasosiasikan dengan musim semi, taman, dan masa muda. Di sisi lain, warna hijau juga menyimbolkan kegilaan, racun, dan kejahatan. Hal ini didasari dengan adanya sejarah penemuan warna hijau yang menyebabkan keracunan arsenik dan kematian dalam pembuatan warna ini.

5) Biru

Warna biru memiliki berbagai makna, seperti ketidakjelasan yang samar, hingga kelembutan dan kecantikan. Meskipun warna biru merupakan representasi kesedihan, berbagai budaya seperti Mesir Kuno, Hindu, dan suku Tuareg Afrika Utara menggunakan biru sebagai warna yang spesial. Berbagai bisnis dan organisasi juga menggunakan warna biru gelap untuk menunjukkan rasa dapat dipercaya.

6) Merah Muda (*pink*)

Warna *pink* merupakan warna merah yang dipudarkan, pada zaman tahun 1918, warna merah digunakan oleh tentara dan *cardinal* Roman sebagai warna yang maskulin. Warna *pink* sendiri menyimbolkan kuasa penuh terhadap pembawaan indah seseorang. St. Clair (2017) mendeskripsikan warna *pink* sebagai warna keberanian, kuat, dan wanita berkarakter. Representasi buruk yang dimiliki oleh warna *pink* adalah

kaitannya dengan perempuan telanjang. Namun, warna *pink* juga memberi makna mewah bila diaplikasikan pada media.

7) Putih

Warna putih memiliki hubungan yang erat dengan cahaya. Warna putih berkaitan dengan spiritualitas manusia, seperti kesucian, ilham, dan bahkan menimbulkan teror dalam hati manusia. Warna putih juga dikaitkan dengan uang serta kekuatan. Pada budaya Tionghoa, putih memiliki makna kematian dan kedukaan. Sedangkan pada budaya Jepang, putih memiliki makna kesucian secara seksual. Pada era modern ini, putih juga diasosiasikan dengan kebersihan dan memiliki makna seperti “tidak berwarna” (St. Clair, 2017).

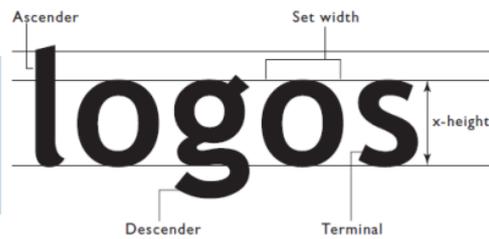
8) Hitam

Hitam sering disebut sebagai warna *fashion*, kedukaan, bahkan menyimbolkan kesuburan dalam pendidikan, serta kesalahan. Sejarah menunjukkan bahwa warna hitam sudah lama dikaitkan dengan kematian, terlihat dari digunakannya warna hitam untuk dewa Anubis, iblis (Kristen), dan dewa Kali (Hindu). Warna hitam juga sering dihubungkan dengan akhir dan awal dari sesuatu. Warna hitam pertama kali disebut sebagai warna *fashion* pada 1360-an, ketika Baldassare Castiglione menyebutkan bahwa pakaian berwarna hitam jauh lebih menawan daripada pakaian berwarna lainnya

2.1.2 Tipografi

Typeface merupakan desain yang konsisten dengan ciri visual sebuah karakter (Landa, 2014). Berikut adalah anatomi dari sebuah karakter teks:

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 2.4 Anatomi Huruf
Sumber: Landa (2014)

Pemilihan *typeface* yang sesuai berperan penting dalam suatu desain. *Typeface* dapat membantu mengubah *look and feel* sebuah desain. Penggunaan *typeface* juga dapat menjadi ciri khas sebuah desain atau *brand*.

2.1.2.1 Sistem Pengukuran dalam Tipografi

Terdapat suatu disiplin dari susunan huruf dalam pengukuran dan proporsi. Ini biasa mencakup pengukuran huruf seperti tinggi, panjang baris, jarak antar huruf dan antar baris. Dalam tipografi, tiga dasar sistem pengukurannya adalah *point* (pt), *pica*, dan unit. Pengukuran tinggi huruf menggunakan *point*, pengukuran panjang baris menggunakan *pica* dan pengukuran lebar persatuan huruf dan jarak di antaranya menggunakan unit (Sihombing, 2001). Spasi dalam tipografi berupa interval antara elemen huruf yang mencakup:

1) Jarak antar kata

Jarak antar kata atau biasa disebut *kerning*, diukur dengan satuan *em*. Teknik tradisional *kerning* adalah penyisipan potongan metal yang disebut *quad*. Satuan dari *quad* adalah *em*, dan *en* adalah setengah dari *em*.

2) Jarak antar huruf

Jarak antar huruf (*kerning*) menggunakan sistem unit untuk menghitung. Sistem pengukuran unit tidak memiliki referensi pengukuran yang tetap, sistem yang digunakan mempengaruhi nilai unit.

3) Jarak antar baris

Satuan *point* ini digunakan untuk menghitung jarak antar baris dari sebuah teks (*leading*).

2.1.2.2 Prinsip Tipografi

Keberhasilan suatu desain tipografi dipengaruhi oleh empat prinsip pokok tipografi (Carter, Day, & Meggs, 1993).

1) *Legibility*

Keterbacaan dan kualitas suatu huruf adalah *legibility*. Hal-hal seperti *cropping*, dan *overlapping* dapat terjadi dalam pembuatan sebuah karya. Hal-hal ini dapat mengurangi *legibility* teks atau huruf.

2) *Readability*

Memperhatikan hubungan saat menggunakan huruf dengan huruf lain adalah *readability*. Hal ini perlu diperhatikan agar huruf tetap terlihat jelas. Hal terutama yang perlu diperhatikan adalah spasi.

Huruf-huruf yang digunakan mungkin sudah *legible*, tetapi apabila pembaca masih kesulitan untuk membacanya secara lancar, maka teks tersebut dapat dikatakan tidak *readable*.

3) *Visibility*

Kemampuan suatu teks atau huruf dapat terbaca dari jarak tertentu adalah *visibility*. Ukuran *font* yang digunakan harus tentunya disesuaikan dengan media yang digunakan. Semua karya desain memiliki jarak baca tertentu, huruf yang digunakan dalam karya tersebut harus dapat terbaca dari jarak tersebut.

4) *Clarity*

Clarity adalah kemampuan huruf-huruf yang digunakan dapat dibaca dan dimengerti oleh target pembaca. Unsur desain

yang dapat mempengaruhi *clarity* antara lain adalah *visual hierarchy*, warna, dan *type style*.

2.1.2.3 Klasifikasi Tipografi

Seiring berkembangnya zaman, *typeface* terbagi menjadi beberapa klasifikasi. Penulis memilih beberapa jenis berdasarkan klasifikasi tersebut yang sesuai dengan kebutuhan perancangan:



Gambar 2.5 Klasifikasi *Typeface*
Sumber: Landa (2014)

1) *Serif*

Typeface serif memiliki karakter huruf di bagian ujung atas dan bawah *stroke*. Karakter huruf ini biasa seperti *cap* atau garis di *stroke*.

2) *San-serif*

Berbeda dengan *typeface* serif, jenis karakter huruf *san-serif* dapat dilihat dari tidak adanya karakter huruf pada *stroke*.

3) *Script*

Typeface script serupa (paling mirip) dengan tulisan tangan. Tulisan *script* terlihat seperti ditulis langsung atau dibuat dengan pena.

2.1.2.4 Variasi *Typeface*

Sebuah *typeface* memiliki Family yang merupakan variasi dari *typeface*. Variasi *typeface* atau biasa disebut *type style* meliputi:

1) *Weight*

Weight merupakan ketebalan huruf. Terdapat tiga ketebalan utama dalam *type* yaitu, *light*, *medium*, dan *bold*.

2) *Width*

Width adalah lebar sebuah huruf. Lebar huruf terbagi menjadi *condensed*, *regular*, dan *extended*.

3) *Angle*

Angle adalah kemiringan sebuah huruf. Tingkat kemiringan sebuah type terbagi menjadi *roman*, *upright*, dan *italic*.

2.1.3 *Layout dan Grid*

Layout atau tata letak adalah pengelolaan ruang komponen desain karya disusun. Tujuan layout adalah untuk menyajikan elemen visual agar audiens dapat menerima pesan yang disampaikan dengan baik (Ambrose & Harris, 2008). Penataan letak elemen visual sangat berpengaruh pada penyampaian informasi.

2.1.3.1 *Elemen Layout*

Dalam layout, terdapat banyak bagian yang akan disusun. Menurut Rustan (2020), elemen *layout* dibagi menjadi tiga bagian:

1) Elemen Teks

Di dalam elemen teks terdapat bagian-bagian yang ada di dalam sebuah buku, elemen seperti headline, *bodytext*, sub-headline, *caption*, *header*, *footer*, *footnotes*, dan nomor halaman (Rustan, 2020).

2) Elemen Visual

Di dalam elemen visual terdapat foto, infografik, bentuk, garis, dan *point* (Rustan, 2020).

3) Elemen Tidak Terlihat

Elemen tidak terlihat adalah elemen margin dan *grid*. Elemen ini berfungsi untuk membantu saat pembuatan sebuah *layout*.

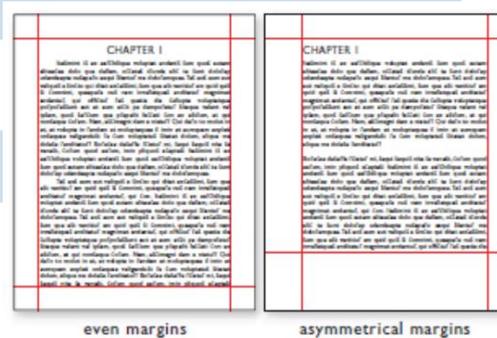
2.1.3.2 *Grid*

Grid adalah sebuah elemen yang membantu desainer dalam pengaturan gambar dan teks dalam sebuah halaman karya desain yang

baik. Pengaturan ini menggunakan struktur vertikal dan horizontal dan terbagi dalam kolom dan margin (Landa, hlm. 174). *Grid* dapat memberi kerangka struktur yang memberikan kesinambungan, keselarasan, kesatuan dan *visual flow* (Landa, 2014). Terdapat beberapa jenis *Grid*, antara lain:

1) **Single-column grid**

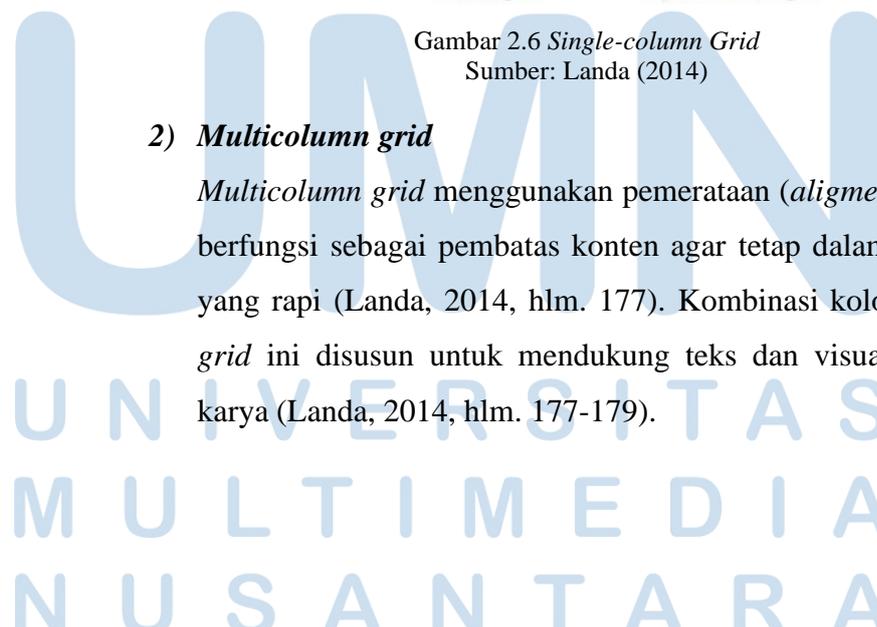
Single-column grid atau *grid* manuskrip adalah struktur yang terdiri dari satu kolom. Margin mengelilingi teks dalam *single-column grid*. Margin adalah ruang kosong pada sisi ujung samping dari sebuah halaman (kiri, kanan, atas, bawah). Penggunaan *single-column grid* akan paling optimal dalam media yang kecil (Landa, 2014, hlm. 177).

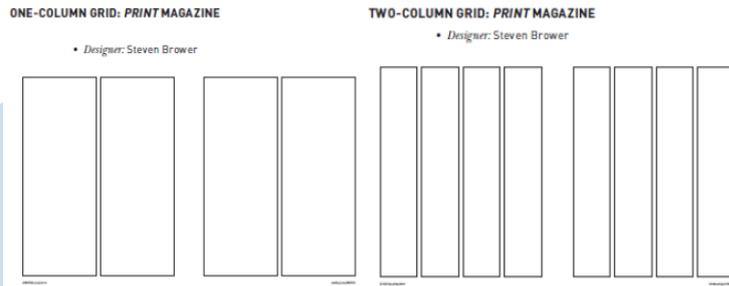


Gambar 2.6 *Single-column Grid*
Sumber: Landa (2014)

2) **Multicolumn grid**

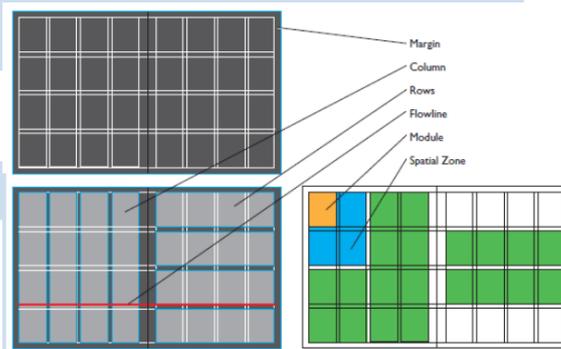
Multicolumn grid menggunakan pemerataan (*aligment*) yang berfungsi sebagai pembatas konten agar tetap dalam urutan yang rapi (Landa, 2014, hlm. 177). Kombinasi kolom pada *grid* ini disusun untuk mendukung teks dan visual dalam karya (Landa, 2014, hlm. 177-179).





Gambar 2.7 Multicolumn Grid
Sumber: Landa (2014)

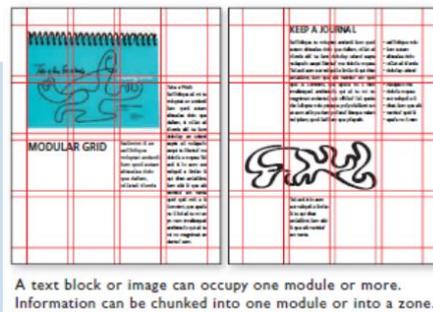
Pengaturan vertikal untuk menaruh gambar dan teks disebut dengan kolom. Jumlah kolom yang ada dalam *grid* bergantung dengan konsep, tujuan, dan bagaimana konten ingin ditunjukkan oleh seorang desainer.



Gambar 2.8 Anatomi Grid
Sumber: Landa (2014)

Interval merupakan ruang di antara kolom. *Flowline* dapat membantu visual *flow* dengan menentukan batasan horizontal dalam sebuah *grid*. Interval yang beraturan atau tidak dapat menggambarkan *flowline*. Unit individual dari perpotongan kolom vertikal dan horizontal adalah modul. Area yang terbentuk dari beberapa kelompok modul adalah *spatial zone*. *Spatial zone* digunakan untuk meletakkan elemen grafis.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.9 *Modular Grid*
Sumber: Landa (2014)

Modular grid merupakan Salah satu jenis *multi-column grid*. *modular grid* terdiri dari beragam modul, yang merupakan unit individual dari potongan kolom dan *flowline*. Dalam beberapa modul, memungkinkan juga untuk mengedit teks dan grafik. Fleksibilitas *grid* ini adalah kemampuannya untuk memuat beberapa jenis informasi dalam satu modul atau dibagi ke dalam zona yang berbeda (Landa, 2014, hlm. 180-181).

2.1.4 *Ilustrasi*

Ilustrasi memiliki peran penting dalam interpretasi visual (Loomis, 2012). Ilustrasi merupakan hasil grafis penafsiran gagasan yang digambarkan dengan tujuan dan gagasan yang jelas. Menurut Loomis (2012), gambar tanpa gagasan dan tujuan yang jelas bukan termasuk dalam ilustrasi. Ilustrasi dijelaskan oleh Landa (2014) sebagai gambar tangan unik yang merangkum teks tertulis, lisan, dan digital. Ilustrasi digunakan untuk menyorot poin-poin penting dari sebuah teks.

Menurut Loomis (2012), ilustrasi merupakan komponen dari proses mental individu tertentu. Setelah itu, ilustrator menerima gambaran pikiran (*mental image*) yang dihasilkan dari proses pikiran. Bentuk, cahaya, warna, dan perspektif digunakan oleh ilustrator dalam pembuatan interpretasi grafik yang jelas. Memahami, merancang, dan menghasilkan imaji yang dimaksud adalah tugas ilustrator (Loomis, 2012).

2.1.4.1 Peran Ilustrasi

Ilustrasi memiliki banyak peran dalam penyampaian informasi atau makna. Menurut Witabora (2012), ilustrasi memiliki berbagai macam peran, antara lain:

1. Ilustrasi sebagai alat informasi

Ilustrasi dapat digunakan untuk menjelaskan berbagai macam informasi ataupun instruksi. Ilustrasi dapat membantu menjelaskan subjek yang diteliti secara lebih detail dalam dunia pendidikan dan penelitian. Dalam sejarah, ilustrasi dapat digunakan untuk menggambar ulang kejadian penting. Dalam dunia teknik, ilustrasi dapat menjelaskan pembuatan dan perakitan sebuah objek, dsb.

2. Ilustrasi sebagai opini

Dalam dunia editorial, ilustrasi dapat digunakan untuk memicu suatu pemikiran, perdebatan, pertanyaan, maupun pernyataan. Ilustrasi ini biasa sering dijadikan humor untuk menyindir topik politik yang sensitif.

3. Ilustrasi sebagai alat bercerita

Ilustrasi berperan penting dalam pelengkap buku anak, novel, komik, dsb. Ilustrasi dapat membantu menggambarkan narasi yang ingin disampaikan dan menjadi *point of sale* melalui sampul buku.

4. Ilustrasi sebagai alat persuasi

Dalam dunia periklanan, ilustrasi berperan penting karena dapat menggambarkan produk yang dipromosikan dan menjadi bagian dari kampanye peningkatan *awareness* suatu *brand*, produk, atau isu tertentu. Ilustrasi juga sering digunakan sebagai alat propaganda dalam dunia politik karena dapat dengan efektif menyampaikan pesan.

5. Ilustrasi sebagai identitas

Dalam *brand recognition*, ilustrasi berperan penting sebagai identitas suatu badan atau perusahaan. Ilustrasi yang biasa digunakan dalam pengenalan *brand* berupa logo, visual kemasan, interior, media promosi, dsb.

6. Ilustrasi sebagai desain

Ilustrasi dalam diaplikasikan sebagai dasar mendesain berbagai produk. Ilustrasi dapat diaplikasikan ke desain sebuah produk *fashion* atau kemasan, dsb.

2.1.4.2 Jenis Ilustrasi

Dalam buku *The Fundamentals of Illustration*, Zeegen (2005) menyebutkan bahwa ilustrasi dapat dibedakan menjadi empat macam, yaitu:

1. *Editorial Illustration*

Ilustrasi jenis ini biasa digunakan pada majalah ataupun koran untuk menyampaikan suatu pandangan atau ide secara personal. Kelebihan ilustrasi editorial adalah dapat mengeksplor dan mengembangkan ide yang berbeda di setiap proyek sehingga seorang *illustrator* dapat melatih kemampuan berpikir kreatifnya.

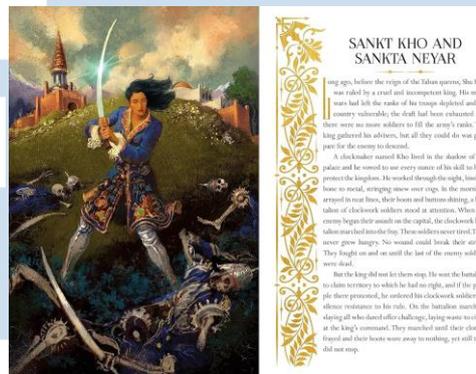


Gambar 2.10 *Editorial Illustration*

Sumber: <https://www.behance.net/gallery/71858735/Editorial-Illustrations-2018>

2. Book Illustration

Dalam penerbitan buku, jenis ilustrasi ini sangat dibutuhkan, terutama untuk buku anak-anak dan buku fiksi. Membuat ilustrasi buku dapat mencakup keseluruhan isi buku maupun ilustrasi sampulnya saja. Ilustrator harus paham mengenai konteks dari buku secara artistik maupun komersil agar dapat menghasilkan visual yang cocok untuk audiens.



Gambar 2.11 Book Illustration

Sumber: <https://www.amazon.com/Lives-Saints-Leigh-Bardugo/dp/125076520X>

3. Fashion Illustration

Dalam dunia *fashion*, tren bulanan dapat diinterpretasikan dalam bentuk ilustrasi yang menarik. Banyak *brand fashion* yang telah menggunakan ilustrasi untuk produk busana dan memberi kesempatan pada *fashion illustrator* untuk mendapatkan *recognition* atas karyanya.



Gambar 2.12 Fashion Illustration

Sumber: Whiteboard Journal

4. *Advertising Illustration*

Ilustrasi periklanan yang baik adalah ilustrasi yang dapat menyatu dengan pikiran orang yang melihatnya sehingga mudah dikenali dan membentuk sebuah *brand awareness* yang baik. Media yang digunakan juga sangat beragam.



Gambar 2.13 *Advertising Illustration*
Sumber: <https://wow-how.com/>

5. *Music Industry Illustration*

Ilustrasi pada musik tidak hanya menggambarkan lirik namun juga dapat menjadi bentuk visual yang menggambarkan identitas dan *personality* musik tersebut. Ilustrasi pada musik dapat berupa *cover album*.



Gambar 2.14 *Music Industry Illustration*
Sumber: <https://mildhighclub.bandcamp.com/>

6. *The Collaborative Illustration*

Ilustrasi juga dapat digunakan sebagai bentuk kolaborasi dengan berbagai studio desain dalam menghasilkan suatu

karya. Biasanya para ilustrator dan desainer memiliki kebijakan tersendiri yang harus disepakati agar terbentuk kepercayaan dalam membuat suatu karya kolaboratif.



Gambar 2.15 *The Collaborative Illustration*
Sumber: [instagram.com/wastanahaikal](https://www.instagram.com/wastanahaikal)

7. *Self-Initiated Illustration*

Ilustrasi jenis ini merupakan ilustrasi yang dibuat sebagai proyek pribadi untuk mengekspresikan dirinya. Hal ini dapat membantu *illustrator* untuk mengeksplor sebuah gaya baru dan terus menciptakan karya yang berbeda.



Gambar 2.16 *Self-initiated Illustration*
Sumber: [instagram.com/kathrinhonestaa](https://www.instagram.com/kathrinhonestaa)

2.1.4.3 Visualisasi

Visualisasi adalah teknik ilustrasi yang digunakan dalam pembangunan gambar nyata dari sesuatu yang abstrak. Loomis (2012), dalam *Creative Illustration*, menjelaskan bahwa pada tahap awal visualisasi, perlu untuk mencari tahu fakta yang penting untuk dipakai dan digabungkan dalam imajinasi perancang. Setelah itu, melakukan penentuan jenis ilustrasi, *mood*, serta *flavor* dari topik

yang akan dibuat ilustrasinya. Dalam memilih referensi di tahap visualisasi, setiap pemilihan disesuaikan dengan *main idea* suatu perancangan. Perancang dianjurkan untuk memahami cerita yang akan dibuat ilustrasinya secara keseluruhan sebelum memulai perancangan karya ilustrasi.

2.1.4.4 Dramatisasi

Sebuah karakter dalam sebuah ilustrasi penting untuk dibuat menarik (Loomis, 2012). Ini berpengaruh pada penyampaian cerita yang dramatis dan menarik. Interpretasi yang menarik dan terstruktur harus divisualisasi agar ilustrasi menjadi dramatis. Dalam pembangunan dramatisasi, perspektif sangat penting. Efek emosional yang ditampilkan juga dapat dipengaruhi oleh penempatan karakter atau sebuah objek.

Komposisi karakter yang tepat dapat membangun sebuah cerita. Dramatisasi merupakan sesuatu yang dirasakan oleh audiens. Latar, pengambilan gambar, ekspresi, komposisi, dan hubungan dengan dunia nyata berpengaruh pada dramatisasi. Perancang juga dapat menggunakan kontras, garis, warna, dan *attention* pada karakter untuk penyampaian penekanan karakter.

2.1.4.5 Karakterisasi

Karakterisasi adalah teknik yang menggunakan kenyataan atau peristiwa untuk menggambarkan karakter. Ini dapat mencakup perancangan karakter secara keseluruhan, seperti menggambarkan pakaian atau aksesoris yang digunakan karakter, dan dapat menceritakan latar belakang atau sifat karakter.

Karakter memiliki tiga aspek/dimensi penting. Tiga dimensi ini adalah fisiologi, sosiologi, dan psikologi. Menggabungkan tiga dimensi ini dapat menghasilkan konsep yang berbeda. Roucek dan Warren menggambarkan identitas dan sifat sebagai kumpulan elemen

biologis, psikologis, dan sosiologis yang berpengaruh pada kebiasaan seseorang (dalam Mulyawan, 2015). Interaksi antar individu yang mencakup sikap, kebiasaan, dan karakteristik lainnya, dapat memengaruhi kebiasaan tersebut .

1. Dimensi Fisiologis

Dimensi ini mendeskripsikan aspek fisik karakter seperti penampilan luar dan kesehatannya. Penampilan fisik ini dapat memiliki dampak pada sifat dan perasaan karakter. Dimensi ini mencakup usia, jenis kelamin, bentuk tubuh, warna rambut hingga kulit.

2. Dimensi Sosiologis

Dimensi ini berhubungan dengan lingkungan sekitar karakter. Dapat dilihat dari kehidupan sosial karakter seperti pekerjaannya, tempat tinggal, status pendidikan dan sosial.

3. Dimensi Psikologis

Dimensi ini menjelaskan sifat karakter, seperti kebiasaannya, emosi, dan pikirannya.

2.1.4.6 *Angle* dalam Ilustrasi

Angle dalam ilustrasi merupakan penggambaran suatu ilustrasi dari sudut atau ketinggian tertentu untuk mendapatkan pesan dan momen yang ingin disampaikan dalam gambar (Labcomm, 2023). Pemilihan sudut penggambaran disesuaikan dengan *feel* dan *mood* yang ingin digambarkan oleh ilustrator.

1. *Bird Eye*

Seperti namanya, jenis *angle* ini meminjam perspektif penglihatan burung dengan penggambaran di atas objek. *Angle* ini memperlihatkan objek dari atas ketinggian dan terkesan luas namun tidak terfokus pada objek tertentu. Tujuan sudut penggambaran *bird eye view* pada objek manusia akan menciptakan kesan lemah dan tak berdaya.



Gambar 2.17 *Bird Eye Angle*
Sumber: www.mikeeatendo.com

2. *High Angle*

Sudut pandang ini diambil lebih tinggi dari objek dan terkesan mirip dengan *bird eye*. Perbedaannya adalah *high angle* diambil di atas objek namun fokus pada satu objek saja. Posisi menggambarkan akan selalu miring atau seperti menunduk ke arah bawah.



Gambar 2.18 *High Angle*
Sumber: www.behance.net/gallery/81784825/Winter-Fox

3. *Eye Level*

Penggambaran dengan *angle* yang sejajar dengan objek. Menggambarkan pandangan mata seorang yang berdiri sejajar dengan objek. Penggambaran ini tidak hanya dari depan saja, melainkan juga dari kiri, kanan maupun belakang objek yang digambar. Fungsi dari *angle* ini terkesan netral karena tidak ada kesan intimidasi.



Gambar 2.19 *Eye Level Angle*
 Sumber: www.behance.net/gallery

4. *Low Angle*

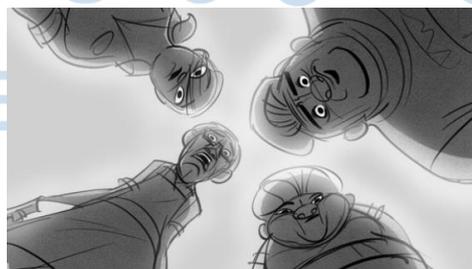
Posisi menggambarkan objek dari bawah dan memiliki sudut lebih rendah daripada objek yang digambar. Sudut ini membangun kesan ‘berkuasa’ dan orang yang digambarkan dari *angle* ini akan mempunyai kesan dominan.



Gambar 2.20 *Low Angle*
 Sumber: <https://tobys Shelton.blogspot.com/>

5. *Frog Eye*

Frog eye angle diambil juga dari bawah, namun dengan sudut pandang yang lebih rendah daripada *low angle*, yaitu posisi hampir menyentuh tanah. Ini akan memberi kesan lebih besar dan kuat.



Gambar 2.21 *Frog Eye Angle*
 Sumber: <https://tobys Shelton.blogspot.com/>

2.2 Media Informasi

Dalam buku *Media and Information Literacy*, Braesel dan Karg (2019) menyatakan bahwa media adalah sarana berkomunikasi, informasi, dan hiburan yang digunakan untuk menyampaikan pesan. Sementara informasi adalah pengetahuan, data faktual, dan petunjuk yang dimaksudkan untuk memberi informasi. Media informasi dapat didefinisikan sebagai cara untuk menyampaikan pesan yang terdiri dari informasi kepada target audiens.

2.2.1 Jenis Media Informasi

Seiring perkembangan zaman, jenis-jenis media informasi terus berkembang. Braesel dan Karg (2018) membagi media informasi menjadi:

- 1) *Print*, seperti buku, koran, majalah, dsb.
- 2) Visual, seperti televisi, film, gambar, fotografi, dsb.
- 3) Suara, seperti radio, *podcast*, dsb.
- 4) Digital, seperti internet, sosial media, email, dsb.

2.2.2 Fungsi Media Informasi

Braesel dan Karg (2018) menjelaskan bahwa media informasi dapat berfungsi sebagai:

- 1) Sumber informasi tentang keadaan terkini/faktual.
- 2) Sumber ilmu dan pembelajaran bagi khalayak sasaran.

2.2.3 Buku

Menurut Haslam (2006) dalam buku *Book Design*, buku merupakan bentuk dokumentasi yang sudah ada sejak lama. Buku berisi pengetahuan, ide, dan kepercayaan.

2.2.3.1 Jenis Buku

Trim (2013) menguraikan jenis buku menurut jenis isi konten buku tersebut. Buku secara besar dapat diklasifikasikan menjadi dua kategori yaitu buku fiksi dan buku nonfiksi. Pembagian jenis buku menurut isi buku lainnya, yaitu:

1) Novel

Novel adalah karya fiksi prosa dan narasi yang biasanya dalam bentuk cerita. Novel biasa memiliki kurang lebih 4.000 kata dan tidak dibatasi dengan keterbatasan struktural.

2) Komik

Komik merupakan sebuah bentuk karya seni yang menggunakan gambar yang disusun sehingga membentuk suatu alur cerita.

3) Ensiklopedia

Buku yang berisi penjelasan ilmiah dalam urutan abjad atau kategori pendek dan ringkas.

4) Antologi

Sebuah kumpulan karya sastra berupa puisi, pantun, syair, cerita pendek, dsb.

5) Dongeng

Cerita tradisional atau sastra kuno untuk mengajarkan pelajaran moral dan mendidik serta menghibur anak-anak.

6) Biografi/Autobiografi

Buku berisi kisah seseorang, mulai dari masa kanak hingga usia lanjut. Biografi yang ditulis oleh orang itu sendiri disebut dengan autobiografi.

7) Buku Panduan

Disebut juga sebagai buku petunjuk, buku panduan berisi tata cara dalam melakukan sesuatu pekerjaan atau aktivitas.

8) Atlas

Atlas merupakan kumpulan gambar peta yang di satukan dalam bentuk buku. Atlas dapat memuat informasi geografi, batas negara, statistik geopolitik, sosial, agama, dan ekonomi.

9) Fotografi

Buku fotografi berisi kumpulan gambar-gambar yang diambil menggunakan kamera.

10) Catatan Harian (*Diary*)

Diary merupakan buku yang berisi catatan harian seseorang.

2.2.3.2 Anatomi Buku

Setiap buku terdiri dari bagian-bagian yang disebut juga anatomi buku. Haslam (2006) membagi anatomi buku menjadi beberapa bagian, antara lain:

- a) *Spine* merupakan bagian pinggir buku yang melindungi tepi yang di *binding*.
- b) *Head band* adalah sekumpulan benang berwarna yang menyatu sebagai pelengkap *binding* buku.
- c) *Hinge* adalah lipatan pada *endpaper* yang terletak antara *pastedown* dan *fly leaf*.
- d) *Head square* adalah bagian pada *cover* yang sedikit lebih besar dari halaman yang tertelak pada bagian atas buku.
- e) *Front pastedown* adalah *endpaper* yang terdapat pada bagian dalam *front board*.
- f) *Cover* adalah bagian buku yang tebal sebagai pelindung buku.
- g) *Foreedge square* adalah bagian kecil yang melindungi bagian *foreedge* pada bagian *cover* depan dan belakang.
- h) *Front board* adalah bagian *cover* depan pada buku.
- i) *Tail square* adalah bagian pada *cover* yang sedikit lebih besar dari halaman dan terletak pada bagian bawah buku.
- j) *Endpaper* adalah lembar buku yang tebal sebagai pelindung *cover* buku dan *hinge*.
- k) *Head* adalah bagian atas pada buku.
- l) *Leaves* adalah lembaran atau halaman pada buku yang terdiri dari 2 sisi.
- m) *Back pastedown* adalah *endpaper* pada bagian dalam *back board*.

- n) *Back cover* adalah bagian *cover* belakang pada buku.
- o) *Foredge* adalah tepi buku bagian depan.
- p) *Turn-in* adalah kertas atau bahan yang melapisi *cover* buku pada sisi dalam dan luarnya.
- q) *Tail* adalah bagian bawah pada buku.
- r) *Fail leaf* adalah bagian dari halaman *endpaper* yang dapat dibalik.
- s) *Foot* adalah bagian bawah dari halaman.
- t) *Signature* adalah halaman kertas yang di satukan menjadi beberapa bagian untuk membentuk sebuah buku.

2.2.3.3 Jenis *Binding*

Binding merupakan salah satu proses *finishing* dalam produksi sebuah buku. Haslam, dalam buku *Book Design* (2006) membagi jenis *binding* menjadi:

1) *Library Binding*

Binding jenis ini dilakukan dengan cara menjahit melalui setiap *signature* dan disimpul agar tidak lepas, kemudian ditempelkan ke sampul. Ini dilakukan dengan tangan agar bertahan lama untuk buku yang akan digunakan dalam jangka panjang. Cara menjahit buku terus berkembang seiring berjalannya waktu.

2) *Case-binding*

Binding jenis ini dilakukan dengan menjahit bagian buku menjadi 3 bagian, sampul depan, sampul belakang, dan *spine*. Kumpulan halaman per bagian yang sudah dijahit akan ditempel pada sebuah kasan dan dilekatkan dengan sampul dan *spine*. Sekarang, jenis *binding* ini banyak diproduksi dengan mesin.

3) *Perfect Binding/paperback binding*

Binding jenis ini tidak menggunakan jahit, melainkan hanya menempelkan halaman buku ke sepotong kain yang dilekatkan ke sampul. Material yang digunakan untuk sampul biasa menggunakan *perfect binding* akan lebih tebal/berat dan tidak membutuhkan *endpapers*.

4) *Concertina books/broken-spine binding*

Binding jenis ini dilakukan dengan cara membungkus halaman dengan sepotong karton/kain yang ditempelkan ke sisi dalam sampul belakang saja. Hal ini membuat buku dapat dilihat dalam bentuk *single sheet*.

5) *Saddle-wire binding*

Binding jenis ini disebut juga dengan *stapling*. Ini biasa digunakan untuk majalah, *pamphlet*, dan katalog. *Binding* ini menggabungkan setiap halaman menggunakan staples pada salah satu sisi buku. Buku dengan halaman yang tipis cocok menggunakan jenis *binding* ini.

6) *Spiral binding*

Binding jenis ini digunakan untuk buku dengan halaman yang terpisah dengan melubangi salah satu sisi buku dan memasang kawat spiral. Hal ini dilakukan untuk menggabungkan halaman yang terpisah dan mencegah lembaran tersebar dan lepas dari buku.

7) *Loose-leaf binding*

Binding jenis ini memiliki lembaran kertas yang dapat dibuka, dikeluarkan, atau diganti. *Binding* jenis ini biasa banyak digunakan untuk menggabungkan berbagai macam dokumen agar tertata dengan rapi.

2.3 *Crowd Rush*

Kecelakaan di tempat keramaian jarang terjadi, namun dalam beberapa dekade terakhir, kecelakaan menjadi lebih sering terjadi dan menyebabkan banyak

korban jiwa dan cedera (Feliciani et al., 2021). *Crowd rush* adalah kerumunan dengan kepadatan rendah atau sedang, kecepatan tinggi (orang berlari), dipicu, antara lain melalui rumor bahaya eksternal. *Crowd Rush* juga adalah situasi di mana terdapat banyak orang bergerak cepat. Istilah lain untuk *crowd rush* adalah kepanikan massal (Lugering et al. 2023).

2.3.1 Penyebab *Crowd Rush*

Salah satu penyebab *crowd rush* terjadi karena kepanikan massal. Kepanikan massal dapat dipahami sebagai situasi di mana kepanikan individu telah menyebabkan ke seluruh kerumunan, mengarah pada perilaku yang tidak rasional, egois, dan kompetitif (melarikan diri) yang pada akhirnya menyebabkan kematian dan cedera (Lugering et al., 2023).

2.3.2 Motivasi *Crowd Rush*

Pengaruh motivasi dalam situasi pergerakan kerumunan diasumsikan: semakin banyak orang termotivasi untuk mengakses dengan cepat, semakin padat situasinya dan semakin cepat kecepatan awalnya. Motivasi untuk ‘mengakses dengan cepat’ dapat dibagi lagi menjadi motivasi untuk menjadi yang pertama (lebih cepat dari yang lain) atau untuk memerlukan total waktu yang sedikit (terlepas dari apakah ada yang lebih cepat atau lebih lambat dari yang lain) atau untuk menjadi bersama-sama dengan cepat (waktu total untuk semua orang yang mengakses). Dengan demikian menghasilkan perilaku yang lebih kompetitif atau kooperatif. Secara umum, motivasi dipicu oleh imbalan (Lugering et al., 2023).

2.3.3 Dampak *Crowd Rush*

Saat *Crowd rush* terjadi, risiko cedera meningkat mulai dari pingsan, hingga dapat mengambil nyawa. Sieben & Seyfried (2023), memaparkan dampak *crowd rush* antara lain:

1) Masalah pernapasan

Saat kerumunan mendesak, masalah paling banyak terjadi adalah tekanan yang mendesak bagian dada. Kerumunan orang yang

mendesak terlalu berat mencekik dada yang mengakibatkan sesak nafas. Hal ini lebih parah dirasakan oleh orang dengan tinggi badan yang lebih pendek, di mana aliran udara lebih sempit dan perlu untuk ke atas untuk mencari udara.

2) Pingsan

Sesak nafas lama kelamaan dapat mengakibatkan orang pingsan. Kurangnya oksigen ini berpengaruh pada kesadaran diri orang. Di *crowd rush* yang parah, tidak jarang menemukan banyak orang yang jatuh pingsan.

3) Jatuh dan luka

Saat ada yang jatuh di kerumunan, ini akan mengakibatkan efek domino dan orang-orang di sekitarnya dapat terdesak. Saat jatuh ke tanah sadar atau tidak sadarkan diri, akan sangat susah untuk berdiri kembali di tengah sesaknya kerumunan. Kerumunan berarti tidak adanya ruang untuk bergerak, di saat ada yang jatuh, tidak ada yang dapat menghindar. Saat berada di bawah, meningkatkan kemungkinan untuk terinjak-injak orang yang lewat mengikuti arus kerumunan yang dapat mengakibatkan cedera dan luka.

4) Meninggal

Di beberapa kasus yang sangat parah, orang dengan daya tahan tubuh yang kurang mempunyai risiko lebih tinggi untuk meninggal dunia. Kurangnya oksigen mengakibatkan pingsan, kemudian jatuh dan terinjak. Semua hal ini, di kasus terparah dapat mengambil nyawa orang.

2.3.4 Penanganan *Crowd Rush*

Crowd rush dapat terjadi secara perlahan atau secara tiba-tiba. Namun, saat situasi kerumunan yang berisiko mulai berkembang, ada beberapa Langkah yang dapat dilakukan untuk mengurangi risiko dan meningkatkan peluang untuk bertahan hidup. Berikut beberapa langkah yang perlu dilakukan saat terjebak di *crowd rush*, antara lain:

1) Mengenali tanda-tanda

Kepadatan masyarakat dapat berubah dalam hitungan detik; ketika situasi menjadi berisiko, kerumunan mungkin sudah terlalu padat sehingga seseorang tidak dapat keluar. Namun, beberapa tanda bahaya dapat dilihat. Menurut G. Keith Still, profesor tamu ilmu kerumunan di Universitas Suffolk di Inggris, jika kerumunan bergerak dan kemudian melambat, itu menunjukkan kepadatan meningkat (dalam Parker-pope, 2022).

Sangat penting untuk mendengarkan apa yang dikatakan orang lain. Jika Anda mendengar tangisan kesusahan dan keluhan ketidaknyamanan, itu menunjukkan bahwa situasi menjadi tidak terkendali. Seorang pakar kerumunan dan profesor ilmu komputer dan informasi di Universitas Northumbria, Martyn Amos, mengatakan bahwa ketika kepadatan kerumunan melebihi lima orang per meter persegi, situasinya berpotensi berbahaya (dalam Parker-pope, 2022).

2) Melindungi diri

Ketika kerumunan berhenti bergerak, tetap berdiri, menjaga lengan agar tidak terjepit di samping, melindungi dada, dan menghemat oksigen adalah hal yang paling penting. Untuk tetap berdiri, seseorang tidak hanya harus menguatkan diri sendiri tetapi juga bergabung dengan orang lain daripada menentang mereka. Amos (dalam Parker-pope, 2022) mengatakan bahwa mengikuti arus, menolak arus, atau menahan tekanan dari massa adalah hal yang menggoda, namun kecil kemungkinan untuk menang melawan massa.

Paul Wertheimer dari Crowd Management Strategies, layanan konsultasi keselamatan penonton di Los Angeles, mengatakan bahwa mempertahankan posisi kaki seperti petinju, dengan satu kaki di depan kaki lainnya, dan lutut sedikit ditekuk.. Sangat penting untuk tetap mengangkat tangan. Tangan bisa

terjepit di sisi ketika orang banyak. Dengan tangan Anda yang dominan memegang lengan bawah yang berlawanan, menciptakan semacam perisai di depan dada dengan siku sebagai penahan tubuh lainnya (Wertheimer, dalam Parker-pope, 2022).

Berteriak hanya akan membuang-buang energi dan oksigen. Saat terjebak, penting untuk tetap tenang dan mengangkat kepala untuk mendapatkan udara maksimal. Saat menjatuhkan barang, tidak disarankan untuk mencoba mengambilnya. Sekali membungkuk, kecil kemungkinan untuk bangkit Kembali. Saat terjatuh, peluang untuk bertahan hidup paling baik adalah dengan mengambil posisi janin miring ke kiri dan melindungi kepala. Berbaring telentang atau tengkurap adalah posisi paling rentan (Wertheimer, dalam Parker-pope, 2022).

3) Membantu orang lain

Peluang untuk bertahan hidup meningkat jika orang-orang di sekitar juga tetap waspada. Ketika satu orang terjatuh, hal ini dapat memicu keruntuhan kerumunan yang berbahaya, yang pada dasarnya merupakan efek domino Ketika orang-orang saling berjatuhan. Jika seseorang di sekitar ada yang tersandung atau jatuh, lakukan yang terbaik untuk membantunya berdiri.

4) Mengurangi risiko

Penting untuk mengurangi risiko terjatuh di kerumunan. Salah satu hal yang paling praktis adalah mengenakan sepatu yang sesuai. Sangat penting untuk tetap berdiri untuk bertahan dalam kondisi keramaian yang berbahaya. Orang sering kali saling menginjak, menggunakan sepatu yang nyaman dan kokoh dapat melindungi kaki dan meningkatkan stabilitas (Wertheimer, dalam Parker-pope, 2022).

Diperlukan juga kesadaran situasional, waspadai semua pintu keluar, bukan hanya pintu keluar terdekat. Jika semua orang yang berbondong-bondong menuju pintu keluar utama,

mengakibatkan kerumunan massa yang membuat orang-orang terjebak (Wertheimer, dalam Parker-pope, 2022).

5) Tempat terbaik

Secara umum, lebih baik berada di pinggiran atau di belakang kerumunan daripada di depan atau di tengah. Di konser, orang-orang yang berada di dekat panggung atau penghalang bisa berisiko terlindas saat penonton membludak. Orang yang berada di tengah mungkin merasakan tekanan dari depan dan belakang. Peluang terbaik adalah untuk mencoba bergerak secara diagonal sehingga tidak bergerak melawan kerumunan tetapi bergerak ke arah tepi kerumunan (Wertheimer, dalam Parker-pope, 2022).

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA